

Cuadernillos de Desarrollo Económico

“EL RESTREPO AMPLIADO”

LA CADENA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA

**Dirección de Estudios Socio Económicos y Regulatorios
Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.**

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ
Secretaría de Desarrollo Económico

Gustavo Petro Urrego
Alcalde Mayor de Bogotá

Carlos Simancas Narváez
Secretario de Desarrollo Económico

Manuel Riaño Sacipa
Director de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios

Henry Rincón Melo
Subdirector Estudios Estratégicos

Juan Sebastián Martínez
Subdirector de Evaluación y Seguimiento

Autores

Manuel Riaño

Vivian Sierra

Nohora Margarita Sanchez

Jose María Roldán

Luis Felipe Dussán Z.

Revisión de textos
Paola Vernot

Impresión
Milenio Editores e Impresores E.U.

Bogotá D.C. 2014

ISSN 2389-7058

Esta serie se realizó a partir de la plantilla de los documentos "Análisis de Demanda Ocupacional"
CONTRATO 324-2012 SDDE-COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
Diseño: Leidy Sanchez

CONTENIDO

Introducción	4
1 ¿Por qué el Restrepo?	10
1.1. Justificación teórica	10
1.2. De la teoría a la política pública	18
2 Descripción de la cadena productiva	24
2.1. Beneficio de la carne y el cuero	25
2.2. Curtido, preparación, teñido y acabado del cuero	25
2.3. Calzado; bolsos, maletas y artículos de viaje; productos de marroquinería, talabartería y carnaza	27
3 Panorama internacional	30
3.1. Producción y tamaño del mercado	31
3.2. Demanda	33
3.3. Comercio exterior	35
3.4. Posición de Colombia: principales variables	44
3.5. Un vistazo a las balanzas comerciales	45
4 Panorama nacional y local	48
4.1. Oferta nacional	49
4.2. Demanda nacional	50
4.3. Oferta en Bogotá	54
4.4. Demanda en Bogotá	57
5 Mercado Laboral	64
5.1. Empleo	64
5.2. Nivel educativo	65
6 Panorama internacional	66
6.1. Exportaciones	66
6.2. Importaciones	74
7 Censo de productores y comercializadores de productos de cuero y calzado	86
7.1. Aspectos generales del establecimiento y del Propietario	89
7.2. Aspectos relacionados con la localización del establecimiento	93
7.3. Acceso al crédito	94
7.4. Aspectos contables: nivel de activos y ventas	96
7.5. Estructura de costos	98
7.6. Insumos	99
7.7. Mano de obra	99
7.8. Comercialización	101
7.9. Formalización	102
7.10. Necesidades y expectativas	102
7.11. Conclusiones del censo	105

Introducción

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico –SDDE– considera que, antes de poner en marcha proyectos que implican la selección de renglones productivos para su ejecución, es necesario sustentar metodológicamente cómo se seleccionan los sectores, así como realizar diagnósticos y construir líneas de base previas a las intervenciones. Tal y como se describe en el documento *¿Existe información económica sobre sectores líderes en Bogotá?* El caso del clúster de la moda (Riaño, y otros, 2013), es frecuente encontrar una falencia de información sectorial en los ejercicios de priorización de políticas de desarrollo productivo en el país, la cual repercute en diagnósticos inadecuados y problemas relacionados con el seguimiento y evaluación de las intervenciones públicas.

Justamente para el caso de Bogotá, una de las intervenciones prioritarias contenida en el Plan de Desarrollo ‘Bogotá Humana 2012 – 2016’ es el proyecto ‘Potenciar zonas de concentración de economía popular’, diseñado por la Subsecretaría de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Este proyecto busca fortalecer las unidades productivas de economía popular¹ aglomeradas en un territorio específico, que no cuentan con

¹ La economía popular es la base del tejido empresarial que no tiene acceso a bienes públicos fundamentales como el acceso al financiamiento (en condiciones justas), a la tecnología de punta y al capital humano calificado, entre otros. Esta situación conlleva a la baja productividad y los bajos ingresos.

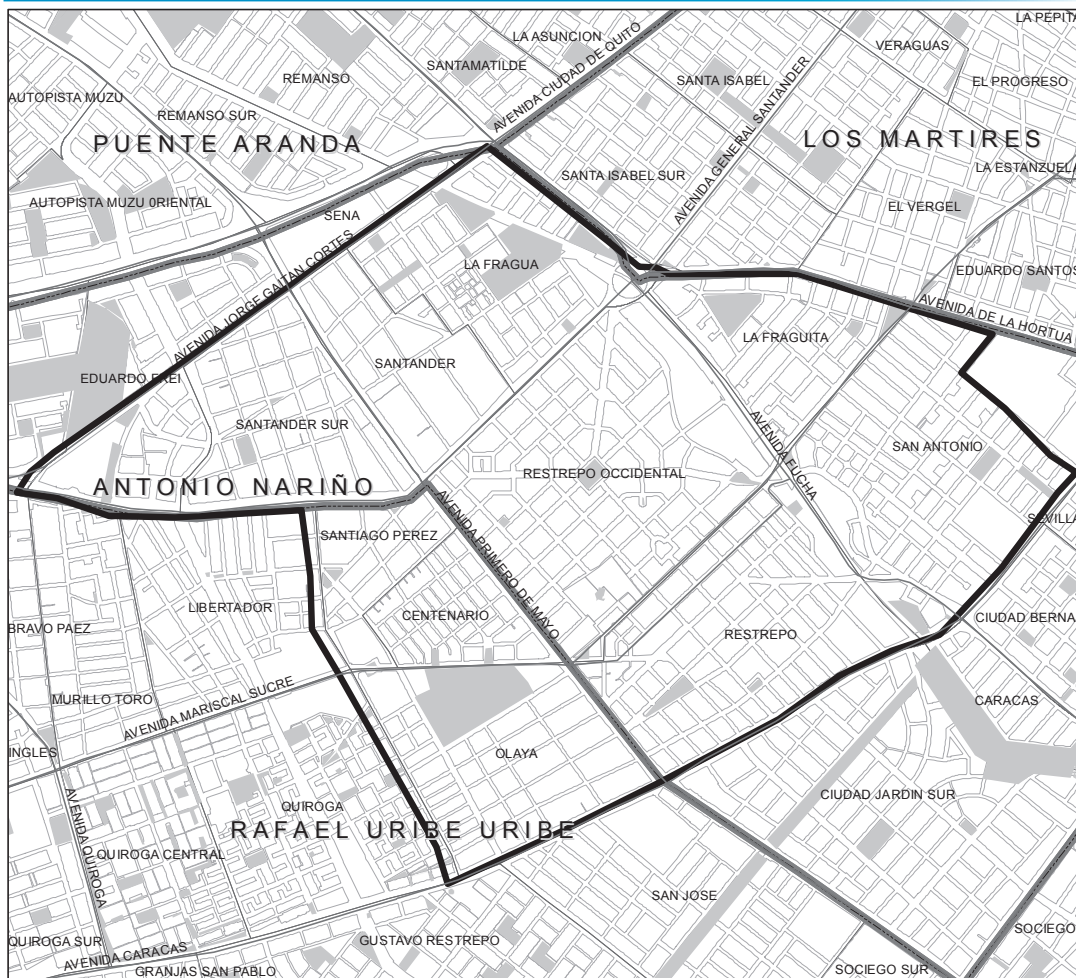
la capacidad organizativa para aprovechar las ventajas derivadas de dicha aglomeración.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios y la Subsecretaría de la SDDE, decide elaborar una serie de documentos titulados: 'Diagnósticos de zonas de concentración de economía popular de Bogotá', en los cuales se compila la información existente de fuentes oficiales, locales, nacionales e internacionales, así como los resultados de diversos censos empresariales aplicados en aglomeraciones productivas de la ciudad, comenzando por la zona de productores de calzado y marroquinería del 'Restrepo ampliado', piloto de la intervención del proyecto 'Potenciar zonas de concentración de economía popular'.

Este 'Restrepo ampliado' se encuentra ubicado en el sur del distrito capital, entre las localidades de Antonio Nariño y Rafael Uribe, y ha sido denominado para este estudio como 'Restrepo ampliado' por su relación con el tradicional barrio de Bogotá. El Restrepo fue constituido en homenaje al presidente colombiano Carlos Eugenio Restrepo (1867-1937). Este barrio presenta una marcada vocación industrial y comercial. Allí tienen sede, incluso, la Cámara de Comercio y una seccional de la Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco. En el barrio existe una alta actividad comercial e industrial, especialmente del sector de fabricación de calzado, marroquinería y prendas de vestir, con una estructura empresarial dominada por las microempresas.

Geográficamente, el 'Restrepo ampliado' limita al oriente con la avenida Caracas, al occidente con la Carrera 30, al norte de la zona con la avenida la Hortúa, y al sur con la calle 28 sur hasta su intersección con la avenida General Santander donde cierra el límite, tal y como se detalla en el Mapa 1. Los productores y comercializadores de artículos de cuero y calzado de esta zona representan cerca del 30% de los establecimientos del sector en Bogotá como zona aglomerada, y el 77% de los establecimientos dedicados a calzado de cuero y piel en Bogotá (Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID, 2012).

Mapa 1. El 'Restrepo ampliado'



Fuente: Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios, SDDE.

Es de anotar que la industria de cuero, calzado y marroquinería es una de las industrias que más empleo genera a escala nacional, después de confecciones, farmacéuticos, plásticos, panadería y muebles. Ha logrado, además, insertarse en el comercio internacional, a través de la exportación de calzado, cuota constituida principalmente por calzado de cuero. No obstante, los productores nacionales enfrentan grandes desafíos en el mercado exterior asociados a los diferenciales de diseño precios y calidad.

Los siguientes son algunos de los principales hallazgos del censo empresarial implementado en el 'Restrepo ampliado', realizado durante el segundo semestre de 2012, en los que se reflejan los desafíos a los que se enfrentan los productores aglomerados en esta zona:

- i. 67% reporta activos inferiores a veinte millones de pesos. En contraste, tan solo 9% registró activos superiores a cien millones de pesos.
- ii. En promedio una unidad productiva vende dieciocho millones de pesos al mes. No obstante, mientras los establecimientos pertenecientes al primer quintil de ventas facturan 1.4 millones de pesos mensuales, los ubicados en el último quintil venden 68 millones de pesos.
- iii. 32% ha solicitado créditos en el sistema financiero en el último año. De estos, a una quinta parte le fue rechazada su solicitud de crédito.
- iv. 85% no registra ninguna clase de contabilidad formal.
- v. 75% informa que no ha introducido alguna mejora o innovación en su proceso productivo.
- vi. 82,5% reportó no tener algún trabajador con educación superior –técnico, tecnólogo, especialista, máster o doctor–. 94% no invierte en capacitación para su recurso humano.
- vii. 92% afirma no pertenecer a alguna asociación de productores o comerciantes de calzado, y 58% no estaría dispuesto a comprar maquinaria o insumos junto a otros productores.

El documento se encuentra dividido en siete partes. En la primera parte se hace una breve reflexión sobre por qué aplicar políticas industriales focalizadas en territorios específicos, de la mano de una descripción de las ventajas de las aglomeraciones desde el punto de vista teórico. Dichas ventajas sustentan la intervención denominada 'potenciar zonas de

concentración de economía popular'. Se describe en este primer capítulo, además, el proceso de selección de la aglomeración productiva de economía popular ubicada en el 'Restrepo ampliado'. En la segunda parte se hace mención de las diferentes formas de concentración productiva y se caracteriza, en este marco, la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería. Posteriormente, en el tercer capítulo, se echa un vistazo a la situación internacional, el tamaño de mercado, el comercio exterior y las tendencias del sector, al tiempo que se analiza la importancia relativa de la zona. La cuarta parte del documento dimensiona el tamaño del mercado de la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería, desde la perspectiva de la oferta y la demanda. La caracterización del mercado laboral de la cadena, tanto a escala local como nacional, fue el tema de análisis del capítulo cinco. En el capítulo seis se analiza el comportamiento del comercio exterior de los productos de la cadena, nuevamente mirando la escala distrital y de Colombia. Finalmente, se hace un análisis de los resultados del censo aplicado a la zona del Restrepo.

¿Por qué el Restrepo?

1.1. Justificación teórica

1.1.1. Política industrial

Las ‘políticas industriales’, en algunas corrientes de la literatura económica especializada, se denominan ‘políticas de desarrollo productivo’, por ser un término más general, y se aplican a todos los sectores económicos. Después del nacimiento entre las economías del este asiático –Japón, Corea del Sur y Malasia, principalmente–, este tipo de políticas pasaron a un segundo plano por considerar que violentaban el natural funcionamiento de los mercados, y podía conducir a ineficiencias económicas y de uso de los recursos públicos, o bien permitir la corrupción mediante nuevas capturas del estado.

No cabe duda que, en la actualidad, el debate sobre la intervención pública en apoyo de ciertos sectores con ventajas comparativas ha evolucionado hacia una visión más pragmática, donde las políticas de desarrollo se orientan a identificar cuellos de botella subsanables mediante intervenciones puntuales y temporales del sector público. Estos obstáculos en la

mayoría de los casos tienen especificidades sectoriales. Es desde este contexto que se reconoce la importancia de la intervención pública para superar dichos obstáculos, que nacen en su gran mayoría de fallas del mercado, particularmente las asociadas a información asimétrica, y fallas de coordinación.

En el caso de Bogotá, y puntualmente en el del proyecto ‘potenciar zonas de concentración de economía popular’, la intervención se proyecta hacia aglomeraciones productivas, de industria o de servicios existentes en la ciudad, buscando de esta manera maximizar los beneficios económicos ligados al hecho de estar aglomeradas.

1.1.2. Importancia de las aglomeraciones productivas

Desde la teoría, el tema de las aglomeraciones ha sido un objeto de estudio recurrente en la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Muchas de las reflexiones al respecto quedaron consignadas en el Cuaderno de Desarrollo Económico 9, titulado “Economías de aglomeración, una explicación a la distribución espacial de Bogotá” (Bateman, y otros, 2011).

- “La localización de la actividad económica es un hecho central del mundo económico. Sin embargo, hasta hace relativamente pocos años estuvo –incluso todavía– en la periferia del conocimiento. Es algo así como una característica omitida en el estudio formal de la economía. Hace ya cerca de sesenta años, el economista estadounidense Walter Isard criticaba el análisis económico predominante en el mundo académico y universitario porque se realizaba en un ‘país de las maravillas sin dimensiones espaciales’” (Krugman, 1995).
- “En general, la razón para dicha omisión se basaba en la imposibilidad de modelar y dar respuesta a las consideraciones espaciales en el análisis económico, con los instrumentos disponibles. Cuando se introduce la localización de la actividad económica se debe tener en consideración que la distribución de esta no es homogénea en el territorio, por el contrario, existe una gran concentración y la mayor parte de la población y la actividad económica se encuentran localizadas en una pequeña fracción del territorio, lo que implica que se debe reconocer la existencia de rendimientos crecientes y presencia de elementos no

competitivos. Como no existían los instrumentos para modelar esos aspectos, en general, las consideraciones espaciales fueron ignoradas”.

- “Al respecto Krugman señala la dificultad que representó modelar los rendimientos crecientes, lo que ocasionó que hasta hace pocos años la corriente dominante de la economía apenas prestara atención a la geografía económica, ignorando la presencia de ciudades y regiones, así como las causas de la urbanización o el papel que juega la localización en las decisiones económicas” (Fujita, y otros, 2000).
- “Por otra parte, analizando la experiencia internacional se puede observar que los procesos de aglomeración son un gran motor de crecimiento económico, toda vez que, por un lado se aprovechan las economías de escala, la difusión de conocimiento y tecnología, y por otro se logra mayor información en los mercados laborales y de insumos”.
- “El informe sobre desarrollo humano del Banco Mundial (2009) señala que dadas las ventajas que surgen de las aglomeraciones, y en vista de la experiencia de las ciudades más desarrolladas de hoy, la respuesta a los efectos colaterales de los procesos de concentración debe ser lograr que los beneficios de la aglomeración compensen los costos de esta y las distorsiones que este proceso pueda generar, deberían ser tratadas mediante la intervención estatal”.

En lo que a Bogotá se refiere, siendo este el tema de nuestro interés, el análisis realizado por la SDDE en dicho cuaderno, encuentra que Bogotá constituye un ejemplo de localización en la que las fuerzas centrípetas, aquellas que generan fuerzas que favorecen los procesos de concentración económica y poblacional, como por ejemplo la ventaja en producción derivadas de la proximidad espacial de compradores y vendedores, la eficiencia lograda por las economías de escala y el ambiente propicio para la difusión de tecnologías) superan a las centrífugas (los costos del suelo, la contaminación, la congestión vehicular, los mayores precios asociados a una mayor demanda, los índices de criminalidad, entre otros).

Las razones para que las empresas tiendan a agruparse resultan evidentes.

Las unidades productivas derivan una clara ventaja competitiva al operar en una aglomeración. Entre los factores preponderantes podemos mencionar los siguientes, en orden de importancia:

1. Desarrollo de economías de escala.
2. Aprendizaje colectivo e intercambio de conocimiento.
3. Abundancia de clientes atraídos por la aglomeración.
4. Proximidad a los proveedores de insumos.
5. Presencia de mano de obra capacitada.
6. Disponibilidad de servicios adecuados de desarrollo empresarial.
7. Presencia de centros de investigación y desarrollo en temas relacionados con la industria.
8. Mayor nivel de interlocución con actores económicos y políticos.

Bajo este marco, es natural la conveniencia de implementar una política industrial que le apueste al apoyo y promoción de las aglomeraciones productivas en la ciudad. Sin embargo, aún es necesario encontrar una respuesta adecuada a las exigencias de competitividad que plantean dichas aglomeraciones ya que, sea por defecto o por exceso, las estructuras institucionales no reflejan en plenitud ni la complejidad de sus interrelaciones y demandas, ni la gestión del territorio en el cual se asientan, generándose un evidente vacío que tiene que cubrirse con gestión.

Es aquí donde el papel del Estado cobra mayor relevancia, como ya se ha señalado. Su intervención resulta preponderante para contrarrestar las consecuencias de las fallas de mercado (debido a culturas urbanas o asimetrías de información que impiden, entre otros, identificar los beneficios de la coordinación). También para contrarrestar la inadecuada provisión de bienes públicos, las insuficientes condiciones educativas de la mano de obra o, las necesidades específicas de investigación y desarrollo vinculadas al desarrollo de la aglomeración, así como la insuficiencia en la organización institucional, entre otras (Escofet, 2006).

Lograr identificar de manera precisa estas fallas de mercado y de coordinación, así como formular una propuesta de intervención eficaz, se convierten en los principales factores de éxito de este tipo de proyectos de desarrollo económico local (Escofet, 2006).

Resulta fundamental, entonces, elaborar estudios específicos que permitan obtener un diagnóstico de la situación de cada una de las aglomeraciones. A partir del estado observado en cada una de ellas se debe esta-

blecer una hoja de ruta que permita marchar hacia el objetivo de obtener consensos entre los actores involucrados, tanto institucionales (públicos y privados) como privados, en relación con todos los aspectos de la intervención.

1.1.3. Las aglomeraciones productivas de Bogotá

Teniendo en cuenta la importancia de las aglomeraciones productivas y la conveniencia de hacer políticas, que permitan potenciarlas y obtener de ellas el mayor beneficio para los habitantes de Bogotá, como primer paso la SDDE quiso identificar las aglomeraciones con las que cuenta la ciudad y sus características.

Vale la pena aclarar que este análisis, reflejado después en el proyecto, iba orientado a las concentraciones de una misma actividad productiva (o al menos de una misma cadena productiva), tanto de servicios como de industria. Este es el caso del Restrepo. En la ciudad también se desarrollan aglomeraciones empresariales con diversas actividades económicas como en los centros comerciales, al tiempo que existe una economía dispersa que, por su misma naturaleza, no puede aglomerarse, como en el caso de panaderías o las tiendas.

Para el desarrollo de lo anterior, en 2011 se realizó un concurso de méritos² cuyo ganador fue el Centro de Investigaciones para el Desarrollo – CID–, de la Universidad Nacional de Colombia, el cual desarrolló un estudio que identificó y caracterizó las concentraciones productivas en la ciudad, el cual será publicado en la serie Cuadernos de Desarrollo Económico.

De acuerdo con este trabajo, en la ciudad existen diferentes tipos de aglomeraciones, dependiendo, entre otros, de las características de las actividades económicas y del empleo que concentran. Es así como en Bogotá se pueden encontrar tanto concentraciones económicas de bajo valor agregado como conglomerados de actividades altamente competitivas y de tamaños considerables. A su vez, existen aglomeraciones con una presencia significativa de empresas del sector de la economía consolidada y otras concentraciones conformadas por actividades de economía popular. Para conocer las características de las aglomeraciones existentes en Bo-

² Cuyo objetivo fue el de “Seleccionar el consultor que ofrezca las mejores condiciones en la elaboración de un estudio que permita ubicar en el territorio las concentraciones y aglomeraciones productivas, clúster, formas asociativas, cadenas productivas, y cualesquiera otras formas productivas y realizar un diagnóstico y caracterización de los mismos”

gotá, el CID siguió una metodología de caracterización de las aglomeraciones que constó básicamente de cuatro etapas:

1. Recolección de diversas fuentes de información espacial, entre las que se encuentran el Censo Básico de Unidades Económicas realizado en 2005, la base de datos de registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá –CCB–, la base catastral de los años 2006 y 2009, y los directorios de la Encuesta Anual Manufacturera -EAM–, así como la caracterización de los principales patrones de aglomeración espacial en Bogotá
2. Clasificación, etapa en la que se agregó en grupos o ramas de actividad, la información de número de unidades económicas para un poco más de 380 códigos CIU³ del Censo Básico de Unidades Económicas de 2005.
3. Jerarquización de la información sobre los principales patrones de distribución espacial de las actividades económicas de la ciudad. Dicha jerarquización de las ramas y cadenas se realizó en función la capacidad de estas para generar valor agregado y empleo a la economía de la ciudad. También se utilizaron otros criterios, tales como el volumen de establecimientos o actividad económica y el patrón de concentración espacial exhibido por cada rama o cadena. Para establecer qué actividades económicas son importantes en términos del valor agregado, empleo, establecimientos y exportaciones de manera agregada, se construyó un índice compuesto a través de la metodología de componentes principales.
4. Diagnóstico, etapa en la que se detecta la formación de aglomeraciones teniendo en cuenta criterios como: a) participación de las actividades económicas dentro del PIB de Bogotá; b) aporte que cada sector o actividad económica realiza en términos de la generación de empleo, y c) Sectores priorizados previamente por la Agenda Interna de Productividad Bogotá – Cundinamarca de 2005, así como por Invest in Bogotá en 2006.

Ahora bien, para efectos de identificar técnicamente las actividades económicas aglomeradas en la ciudad, se implementó la metodología de la 'Función K de Ripley'. La función K plantea un test de localización basado en la distancia entre pares de empresas probando la hipótesis de que las firmas se localizan de manera aleatoria en un espacio continuo, mediante

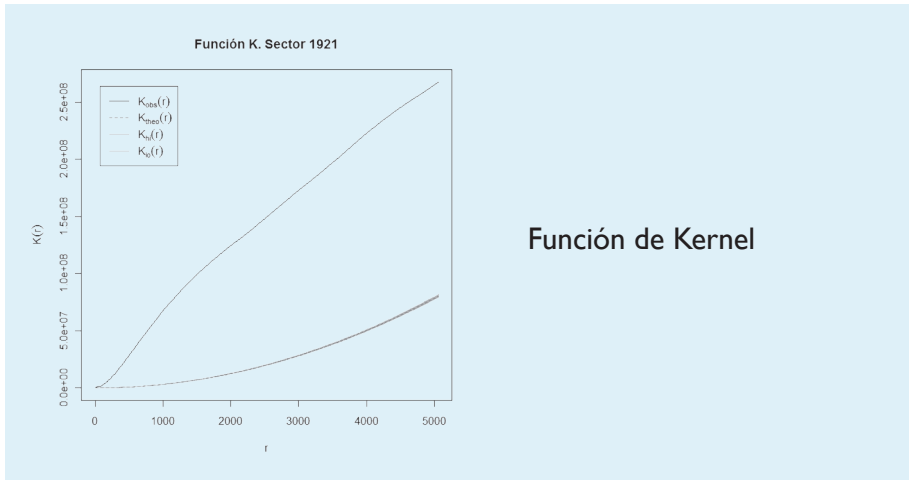
3 La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas -CIU, es una clasificación de actividades económicas por procesos productivos que clasifica unidades estadísticas con base en su actividad económica principal. Su propósito es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión, análisis y presentación de estadísticas de acuerdo con esas actividades.

un procedimiento no paramétrico. En caso de rechazar dicha hipótesis, se concluiría la posible existencia de procesos de aglomeración (Ripley, 1977).

Una vez se identificaron los sectores económicos donde se evidencia la existencia de dinámicas de aglomeración espacial, se hizo necesario identificar en el territorio las localizaciones donde se concretan dichas aglomeraciones. Para lo anterior se usaron mapas de densidad de Kernel⁴, los cuales muestran los puntos de la ciudad donde se dan las mayores concentraciones de empresas para el sector que se ha definido previamente como aglomerado.

4 La función K (kernel) se plantea como un test de localización basado en la distancia entre pares de empresas probando la hipótesis de que las firmas se localizan de manera aleatoria en un espacio continuo (su localización es aleatoria) mediante un procedimiento no paramétrico. En caso de rechazar dicha hipótesis, se concluiría la posible existencia de procesos de aglomeración (Espa, y otros, 2010). Estudio de aglomeraciones y cluster de Bogotá, Universidad Nacional-CID. 2011.

Gráfica 1. Aglomeración zona 'el Restrepo'- calzado en cuero (CIU 1921)



Finalmente, se llevó a cabo una metodología de diseño muestral y trabajo de campo, que utilizó dos tipos de fuentes. Por una lado, información secundaria (Censo Básico de Unidades Económicas del DANE, 2005) para analizar los principales indicadores de productividad y empleo, y por otro, información primaria a través de la aplicación de un instrumento estructurado a las empresas seleccionadas de los sectores de industria y servicios. Esta encuesta, sui generis en la ciudad, hizo énfasis particular en el estudio de los beneficios y retos de las aglomeraciones productivas y las formas asociativas de las empresas en Bogotá.

Con esto, el estudio encontró que la mayoría de las actividades económicas de la ciudad cuenta con aglomeración de sus empresas. En total se identificaron aglomeraciones para 158 zonas de aglomeración, las cuales constituyen 111 eslabones de cadenas productivas. Estas últimas corresponden, a su vez, a 111 actividades productivas diferentes de la ciudad. Concentran, además, 55% de los CIU de Bogotá, porcentaje mayor en servicios (59%) que en industria (41%).

1.2. De la teoría a la política pública

Posteriormente, en el Plan de Desarrollo Distrital ‘Bogotá Humana 2012-2016’, se incluyó, por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico el ‘Programa de apoyo a la economía popular, emprendimiento y productividad’. Uno de los proyectos prioritarios de este programa es el de ‘Potenciar zonas de concentración de economía popular’ que se describe así:

“Intervenir en la economía popular aglomerada en el territorio, referente a la estructura productiva de base popular que es claramente identificable en el territorio y donde se puede actuar integralmente de manera que se potencien las economías de aglomeración y se cierren las brechas de productividad de esa economía popular con el tejido productivo más consolidado. Potenciar la economía de aglomeración que frecuentemente se encuentran desaprovechadas a través del acompañamiento y asistencia técnica especializada, la asociatividad, el financiamiento y la democratización del crédito y otros productos financieros” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012).

Este proyecto busca potenciar las economías de aglomeración que usualmente se encuentran desaprovechadas producto de fallas de mercado, que a su vez son consecuencia, entre otros, de: a) asimetrías de información que

impiden identificar los beneficios de la coordinación; b) inadecuada provisión de bienes públicos; c) condiciones educativas de la mano de obra, o por necesidades específicas de investigación y desarrollo vinculadas al desarrollo de la aglomeración, y d) insuficiencia en la organización institucional.

Para el desarrollo de lo anterior, la agencia de Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos, ONU-Hábitat, acompañará a la SDDE en la puesta en marcha de este proyecto, razón por la cual se ha firmado un Acuerdo de Contribución Internacional (asistencia técnica y recursos financieros), con una vigencia de dos años y permitirá intervenir la zona de aglomeración productiva localizada en el 'Restrepo ampliado' y diseñar el modelo de intervención para siete zonas más, acorde con la meta del Plan de Desarrollo de intervenir ocho zonas de concentración de economía popular en el cuatrienio.

1.2.1. La priorización de las aglomeraciones para la intervención

Del estudio elaborado por el CID se desprende la identificación de 93 aglomeraciones productivas en la ciudad. De estas, la SDDE intervendrá ocho, como lo establece el Plan de Desarrollo. Se decidió realizar diagnósticos más profundos de las aglomeraciones que permitiesen contar con información relevante, que incluyera censos productivos de las zonas. Se resolvió realizar 16 censos, el doble de las intervenciones planeadas, dado que resulta excesivamente costoso e ineficiente realizar censos y diagnósticos para todas las aglomeraciones.

Este ejercicio de priorización de censos, realizado por la Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios de la Secretaría, partió de la georreferenciación del número de establecimientos de la ciudad, para posteriormente, cortar los polígonos de mayor concentración resultantes del estudio del CID. Para cada polígono se obtuvo la variable de ingresos brutos y establecimientos totales, a partir de los registros del impuesto de industria, comercio, avisos y tableros, ICA, que maneja la Secretaría de Hacienda Distrital, así como la de empleo de la Encuesta Anual Manufacturera, producida por el DANE. Posteriormente se sumaron dichas variables para el grupo de empresas que pertenecen al polígono. Como el interés recae sobre el sector de economía popular, se filtraron las actividades económicas de bajos y medios ingresos del ICA, el número de empleos por empresa, apoyándose tanto en información de estudios previos sobre

el tipo de actividad económica de economía popular, como en ejercicios de interlocución con el sector privado y expertos sobre el tema.

Para este fin, debió acotarse la base de estudio a los establecimientos productivos, dedicados a actividades fabriles y/o de servicios, excluyendo comercio, que registraron durante el año 2011 activos totales valorados en cuantía inferior a \$2,833 millones de pesos (menos de 5,000 smmlv, de acuerdo con lo establecido en la Ley 905 de 2004 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa), y que se ubican al interior de los polígonos de aglomeración resultantes del estudio del CID – UNAL. Bajo esta metodología, se identificaron inicialmente diecinueve zonas de aglomeración que constituían treinta y nueve actividades productivas (para mayor información de georreferenciación de estas actividades, ver anexo 1).

Cuadro 1. Actividades productivas preseleccionadas para censar en Bogotá

Puesto	Rama de actividad económica	Puntaje
1	Construcción de obras de ingeniería civil	10.9
2	Fabricación de calzado de cuero y piel con cualquier tipo de suela, excepto el calzado deportivo	9.0
3	Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados	8.1
4	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	7.9
5	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	7.8
6	Actividades de impresión	7.7
7	Transporte intermunicipal de carga por carretera	6.5
8	Curtido y preparado de cueros	5.3
9	Actividades de investigación y seguridad	5.2
10	Otras actividades empresariales NCP	5.2
11	Fabricación de artículos de plástico NCP	5.1
12	Actividades de asesoramiento empresarial y en materia de gestión	5.0
13	Fabricación de productos metálicos para uso estructural	4.9
14	Actividades de otras agencias de transporte	4.4
15	Fabricación de otros productos elaborados de metal NCP	4.3
16	Publicidad	4.2
17	Consultores en programas de informática y suministro de programas de informática	4.1
18	Actividades de la práctica medica	3.9

Puesto	Rama de actividad económica	Puntaje
19	Obtención y suministro de personal	3.7
20	Producción, transformación y conservación de carne y de derivados cárnicos	3,5
21	Expendio a la mesa de comidas preparadas, en restaurantes	3.3
22	Fabricación de muebles para el hogar	3.2
23	Consultores en programas de informática y suministro de programas de informática	3.0
24	Otras industrias manufactureras NCP	2.4
25	Transporte municipal de carga por carretera	2.3
26	Fabricación de partes, piezas y accesorios (autopartes) para vehículos automotores y para sus motores	2.0
27	Actividades de servicios relacionadas con extracción de petróleo y gas, excepto las actividades de prospección	1.7
28	Fabricación de muebles para oficina	1.5
29	Fabricación de partes del calzado	1.3
30	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	1.3
31	Trabajos de electricidad	1.2
32	Actividades de servicios, agrícolas y ganaderos, excepto las actividades veterinarias	1.1
33	Extracción de petróleo crudo y de gas natural	1.0
34	Establecimientos que prestan el servicio de educación preescolar, básica -primaria y secundaria- y media	0.9
35	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos	0.9
36	Construcción de edificaciones para uso residencial	0.9
37	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias, para uso estructural	0.9
38	Lavado y limpieza de prendas de tela y de piel, incluso la limpieza en seco	0.9
39	Fabricación de equipo médico y quirúrgico y de aparatos ortésicos y protésicos	0.7

Elaboración: Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios, SDDE

A las anteriores actividades se implementó de nuevo la metodología de componentes principales con el objeto de encontrar las dieciséis actividades con mayor puntaje y que corresponden a un total de 12 zonas de aglomeración productiva de economía popular. Dichas actividades serán objeto de censo, con esto se contará con suficiente información para decidir cuáles serán las 8 aglomeraciones productivas a intervenir.

Es de anotar que para éste proceso fue necesario un chequeo físico de algunas aglomeraciones con el objetivo de asegurar que fueran actividades de economía popular. Con lo anterior se seleccionaron las siguientes actividades:

Cuadro 2. Actividades seleccionadas para censar

Naturaleza	Actividad	Zona
Servicios	Alojamientos	La Candelaria
Industria	Artículos de cuero y calzado	Restrepo
Industria	Cárnicos	Muzú - Venecia
Industria	Productos de arcilla y cerámica no refractaria	Usme
Industria	Curtido de cueros	Tunjuelito (San Benito)
Industria	Edición e Impresión + Servicios de Publicidad e Impresión I	Estrada. Sabana Nieves
Servicios	Mantenimiento de Vehículos	La Paz - 7 de Agosto
Servicios	Transporte y Mantenimiento de Vehículos de carga	Ciudad Cali - Centenario
Industria	Muebles para hogar y oficina	Alcázares
Industria	Transformación de la madera y Muebles	Boyacá Real
Industria	Plásticos	Américas Carvajal
Industria	Prendas de vestir	Sabana Nieves
Industria	Textiles y Prendas de vestir	Muzú - Venecia
Servicios	Trabajos de Electricidad	Teusaquillo
Servicios	Consultores en programas de informática y suministro de programas de informática	Country
Servicios	Transporte intermunicipal de carga	Fontibón - Aeropuerto

Elaboración: Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios, SDDE

* Aunque la actividad de publicidad corresponde al grupo 'servicios', se incluye en 'industria' porque será objeto de un mismo censo junto con las actividades de 'edición e Impresión'

Como en todo proceso de esta naturaleza, es fundamental contar con una prueba piloto que permita verificar que el impacto del proyecto sea el esperado, y con esto poder replicar a las siete zonas restantes la política de manera efectiva. La actividad productiva ‘cuero, calzado y marroquinería’, localizada en el barrio Restrepo, fue seleccionada para tal fin dentro de un grupo de 174 actividades de industria y servicios, siendo su puntaje el tercero más alto de este grupo. En total, diez fueron las actividades de la cadena del cuero que resultaron potenciales para intervenir. El ‘Restrepo ampliado’ obtuvo el mayor puntaje en este grupo.

Con estos elementos, se decidió llevar a cabo un censo empresarial en la zona (ver anexo 2), bajo el marco del objetivo general del proyecto piloto. Este objetivo se orienta a diseñar y poner a disposición estrategias y servicios que contribuyan a aumentar la productividad de los pequeños productores de calzado y marroquinería del Restrepo ampliado. En lo que sigue de este documento, se presenta el diagnóstico del sector y los resultados del censo, si bien no se restringe a esta información como única fuente.

Descripción de la cadena productiva

En una cadena productiva se articulan las actividades técnicas y económicas requeridas para la obtención y transformación de materias primas, la adquisición de otros insumos o la comercialización final de los artículos manufacturados. Es por ello que una cadena productiva puede definirse como una sucesión de eslabones interrelacionados.

Una vez acotado geográficamente la zona del ‘Restrepo ampliado’ como una aglomeración espacial de establecimientos dedicados a actividades económicas relacionadas con la cadena productiva del calzado y la marroquinería, se identificaron los siguientes eslabones: diseño y fabricación de calzado, marroquinería y sus partes, además de las actividades de comercialización de estos productos. Con el propósito de fortalecer la dinámica económica de este sector se determinó, para efectos de la intervención, centrarse en las unidades fabriles dedicadas al diseño y fabricación. Es en torno a éste eslabón que se focalizarán las iniciativas de emprendimiento y asociatividad para generar valor agregado y fortalecer el tejido empresarial de la zona.

Para mejorar la comprensión de los eslabones productivos a los que se hace referencia, a continuación se presenta una descripción de la cadena productiva del cuero el calzado y la marroquinería.

2.1. Beneficio de la carne y el cuero

La ganadería en Colombia se desarrolla en forma extensiva, y el traslado de los animales a las centrales de beneficio⁵ implica el desplazamiento de estos a través de grandes distancias. En el caso colombiano, el cuero se obtiene principalmente del ganado vacuno. Para el beneficio se disponen los machos con peso de 440 kg, en promedio, y las hembras de peso superior a 360 kg. Según la Encuesta Nacional Agropecuaria realizada por el DANE, para el año 2011 el hato ganadero bovino alcanzó veintidós millones de cabezas, dos millones menos respecto al registrado en 2010, como consecuencia de las adversas condiciones climáticas presentadas en amplias zonas del país durante 2010 y 2011.

Durante 2012, 4.1 millones de cabezas de ganado vacuno fueron sacrificadas en Colombia, de los cuales 65.2% provinieron de la región Andina⁶, de acuerdo con la información suministrada por la Encuesta de Sacrificio de Ganado del DANE. Uno de los principales productos derivados de esta actividad es el cuero crudo, materia prima principal de la cadena del cuero, calzado y marroquinería, el cual se obtiene a partir del desuello del animal en las centrales de beneficio. El cuero se sala con el objeto de conservarlo durante el tiempo que se tarde en iniciar el proceso de curtido y preparación.

Aunque en Colombia se desarrolló esta cadena productiva, agregando valor por medio de la especialización y generación de productos diversificados, a partir de 2007 se observa un retroceso en el índice de transformación (medido como la relación entre materia prima obtenida y volumen de productos transformados), situación derivada del incremento en la exportación de cueros y pieles crudos (salados, secos, encalados, piquelados o conservados de otro modo, pero sin curtir), lo que se reflejó en el desabastecimiento interno de materia prima.

2.2. Curtido, preparación, teñido y acabado del cuero

La primera etapa en la transformación del cuero se refiere a la curtiembre, preparación, teñido y acabado de las pieles, procesos que se caracterizan por utilizar grandes cantidades de productos químicos como cromo, cal y

⁵ Las plantas de beneficio son los lugares autorizados por ley para hacer el sacrificio de animales para consumo humano. Debe pagar impuestos, parafiscales y cumplir con las normas sanitarias estipuladas para tales fines. La planta de beneficio o sacrificio puede ser un frigorífico o matadero, público o privado.

⁶ Región Andina, conformada por los departamentos de Antioquia, Santander, Norte de Santander, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Quindío, Risaralda y Tolima.

sulfuro de sodio. Es por ello que están asociados a esta actividad altos niveles de contaminación ambiental, a pesar de que son incorporados en la actualidad procesos tecnológicos limpios, desarrollados y liderados principalmente por Italia y Alemania.

En el proceso de curtido y preparación de las pieles, se retira el pelo por medio de lavados en soluciones alcalinas, y la carnaza –sebos y grasas– que se encuentre adherida. Posteriormente, las pieles son sometidas a procesos químicos con taninos naturales –curtición natural, proceso de poca aplicación en Bogotá– o con sales derivadas del cromo –curtido al cromo–, a través de los cuales se obtiene cueros suaves y agradables al tacto, maleables y resistentes a la degradación. Si la curtición se efectúa al cromo, se obtendrán cueros denominados Wet Blue, por su color azul grisáceo producto del uso de las sales de cromo. Este proceso requiere grandes cantidades de agua que, al desecharlas, llevan consigo distintos tipos de químicos y grasas, agentes considerados agresivos con el medio ambiente.

El Wet Blue se constituye en un importante producto dentro de esta cadena y es objeto de comercialización, tanto a nivel nacional como internacional, lo que ha llegado a ocasionar problemas de baja oferta en el mercado interno en años recientes y, en consecuencia, a alterar los precios del mercado.

La transformación continúa con la coloración del cuero, que bien puede efectuarse en forma superficial o en todo su espesor, dependiendo de los usos a los cuales esté destinada cada pieza. El teñido puede llevarse a cabo a través de la inmersión en tolvas que contienen aguas con anilina a grandes temperaturas o con sopletes, y durante el acabado se obtendrá el nivel de humedad deseado en los cueros. Asimismo, se aplican capas de polímeros acrílicos o poliuretanos para dar mejor apariencia y resistencia al producto.

El cuadro 3 muestra las actividades económicas en las cuales se clasifican los transformadores y comercializadores del cuero, de acuerdo con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas -CIIU.

Cuadro 3. Descripción de las actividades económicas referidas a la producción y comercialización de pieles y cuero*

Clase CIIU Rev. 3 a.c	Descripción CIIU
1910 (Manufactura)	Curtido y preparado de cueros
5124 (Comercio al por mayor)	Comercio al por mayor de materias primas pecuarias y de animales vivos, tales como cuero, pieles y animales vivos.

Fuente: DANE, Clasificación C.I.I.U. Rev.3 a.c.

* Para efectos estadísticos, cada producto es clasificado y codificado de acuerdo a la materia prima que en mayor proporción lo constituya, de acuerdo a lo establecido en la "Clasificación Central de Productos – CPC versión 1.0", adaptada por el DANE para Colombia. En su conjunto, los distintos códigos CPC se encuentran asociados a una clase (Cuatro dígitos) CIIU y así mismo, a las clases CIIU se asocia una o varias subpartidas del sistema armonizado (comercio exterior). Las tablas que muestran dicha correlación se pueden consultar en los anexos de este documento (ver anexo 3).

2.3. Calzado; bolsos, maletas y artículos de viaje; productos de marroquinería, talabartería y carnaza

La segunda etapa en la transformación se refiere al diseño y manufactura de productos como el calzado, prendas de vestir o productos de marroquinería, entre otros. En su proceso de elaboración pueden llegar a utilizarse otras materias primas sustitutas del cuero, como caucho, plástico y textiles. El uso de ellos cualifica el producto final, segmenta el mercado y genera innovación, sin embargo, impacta negativamente la compra de cuero como materia prima. La mayor utilización de unos u otros materiales obedece al diseño, al desarrollo conceptual de los nuevos productos, así como a las tendencias de la moda.

En la fabricación de los productos antes mencionados está contenido el diseño y desarrollo del producto, aspectos que tienen la cualidad de potenciar la producción de un conglomerado (región o país) y en la misma vía, destacarlo o diferenciarlo de los demás centros productivos. Asimismo, el desarrollo del producto requiere del conocimiento previo del mercado; identificar los gustos de los clientes, y conocer las tendencias de la moda. Es por ello que hoy en día se encuentra fabricantes que enfocan su atención en segmentos particulares del mercado, como lo son el calzado infantil, el deportivo, el masculino, o la marroquinería. Algunos de los mayores productores asociados a esta cadena, ubicados en Bogotá son Nalsani S.A, Our Bag, Cueros Vélez, Trianon y Gambinelli.

La transformación del cuero incluye, igualmente, la elaboración de partes y piezas para calzado, entre las que cabe mencionar como las más distintivas: suelas, viras y capelladas. La carnaza es uno de los productos obtenidos a través del proceso de curtido del cuero. Este producto es aprovechado princi-

palmente en la fabricación de artículos de seguridad industrial, tales como delantales, mangas y guantes. Asimismo, es usado en la elaboración de juguetes caninos, de gran demanda en el mercado interno y externo.

El cuadro 4 muestra las actividades económicas en las que se clasifican los productores y comercializadores, al por mayor y al por menor, de bienes fabricados a partir de cuero, de acuerdo con la clasificación CIIU. La gráfica 2, por su parte, resume la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería explicada en este epígrafe.

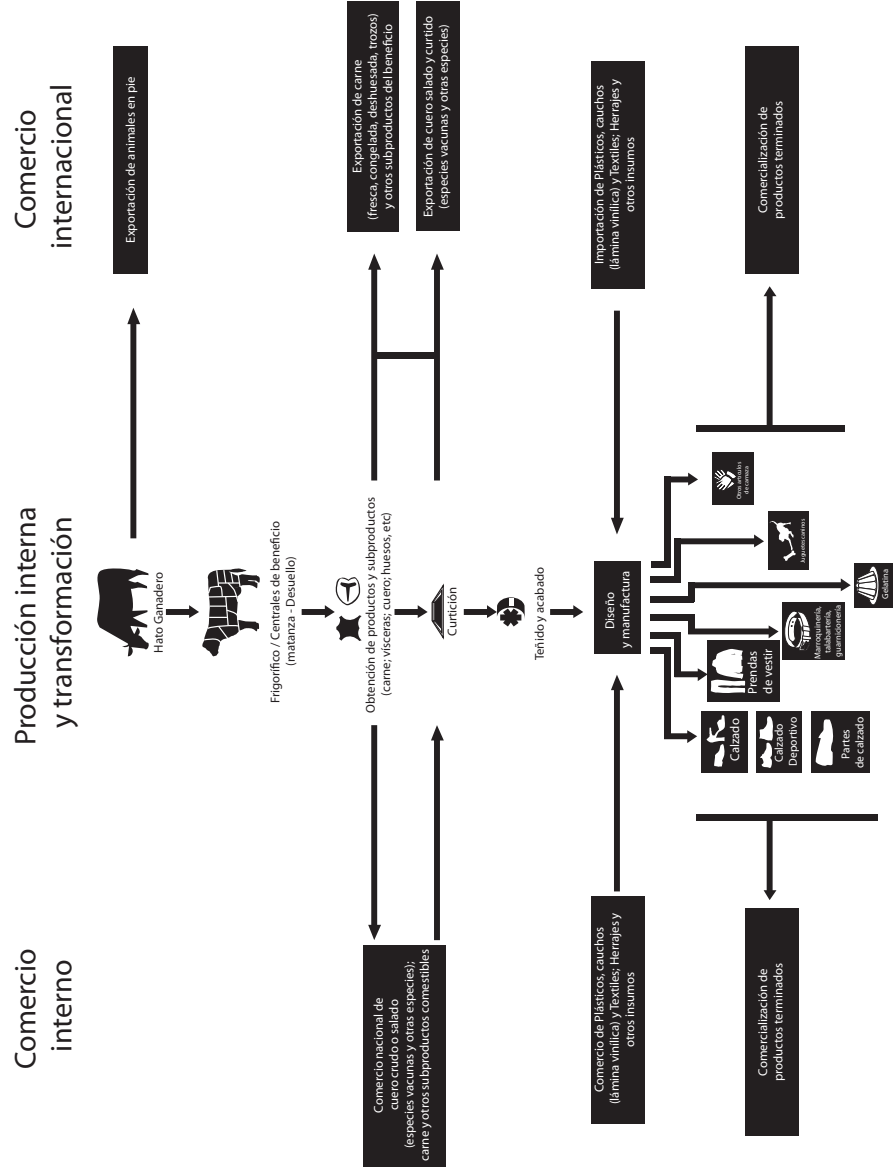
Cuadro 4. Descripción de las actividades económicas

Sección	Clase	Descripción
Manufactura	1921	Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela, excepto calzado deportivo.
	1922	Fabricación de calzado de materiales textiles, con cualquier tipo de suela, excepto calzado deportivo.
	1923	Fabricación de calzado de caucho, excepto calzado deportivo.
	1924	Fabricación de calzado de plástico, excepto calzado deportivo.
	1925	Fabricación de calzado deportivo, incluso el moldeado, de cualquier material, con cualquier tipo de suela.
	1926	Fabricación de partes de calzado (de cualquier material).
Comercio al por mayor	1931	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero. Artículos de talabartería y guarnicionería
	1932	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares, elaborados en materiales sintéticos.
	5132	Comercio al por mayor de prendas de vestir, accesorios de prendas de vestir y artículos elaborados de piel.
Comercio al por mayor	5133	Comercio al por mayor de calzado. Incluye calzado deportivo, y partes y piezas para calzado
	5139	Comercio al por mayor de otros productos de consumo ncp, incluso artículos de cuero y sucedáneos de cuero; accesorios de viaje (bolsos, maletas y maletines).
Comercio al por menor	5233	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios, en establecimientos especializados, incluyendo artículos de peletería.
	5234	Comercio al por menor de todo tipo de calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero, en establecimiento especializados, y partes y piezas para calzado.
	5271	Reparación de efectos personales, incluye todo tipo de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.

Descripción de las actividades económicas referidas a la producción y comercialización de calzado y sus partes, manufacturas del cuero y mantenimiento y reparación de efectos personales

Fuente: DANE, Clasificación C.I.I.U. Rev.3 a.c.

Gráfica 1. Estructura cadena cuero, calzado y marroquinería



Fuente: SENA y DNP – DDE. Elaboración SDDE, DESR.

Panorama

A lo largo de la historia, la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería se ha caracterizado por ser una industria intensiva en mano de obra. Al ser el costo de la mano de obra el principal determinante de su competitividad, la ubicación de la industria tiene relación directa con los países en los que dicho costo es más bajo, por lo que se ha ido desplazando con el tiempo.

Este proceso de desplazamiento se inició en los años siguientes a la Segunda Guerra Mundial, y continúa hoy. Desde Inglaterra, que alguna vez fue el productor de calzado más grande del mundo, emigró a Estados Unidos y al sur de Europa. Posteriormente, de Estados Unidos lo hizo hacia Brasil y después a Taiwán y Corea del Sur. De estos países, a su vez, se desplazó hacia Tailandia, Filipinas, Malasia e Indonesia y, en años recientes, hacia China y Vietnam. Todo lo anterior, como parte de un proceso continuo para mermar los costos de la mano de obra.

En general, entre mayor es el grado de industrialización de un país, mayor es el costo de la mano de obra, lo que genera dificultades para la competitividad de la industria y su consecuente desplazamiento (Organización para el Desarrollo de Empresas y DNP, 1998).

Ahora bien, en cuanto a la diferenciación de producto, especialmente en calzado, los países asiáticos se han especializado en sistemas de producción a gran escala, utilizando intensivamente maquinaria y materiales sintéticos, mientras que los países latinoamericanos, a excepción de Brasil, están concentrados en la elaboración de calzado a pequeña escala, con uso intensivo de mano de obra, mediante la utilización de cuero y otras partes y componentes de origen natural (CEC Universidad de los Andes, 2010).

3.1. Producción y tamaño del mercado

En total, cerca de 16.7 billones de metros cuadrados de cuero al año son producidos en el mundo por la industria del cuero, lo que corresponde a un valor aproximado de 40 mil millones de dólares al año, de acuerdo con la información de Kampur BDS⁷. Dos elementos importantes se destacan: i) más del 60% de esta producción proviene de países en desarrollo y, ii) se estima que 65% de estos casi 17 billones de metros cuadrados son destinados a producción de calzado.

Las cifras de calzado indican que, de acuerdo con el WorldFootwear 2012 Yearbook⁸, en 2011 se produjeron aproximadamente 21 mil millones de pares en el mundo. En 2010 esta cifra fue de 20 mil millones, lo que corresponde a un incremento del 5%. Dicha producción se encuentra altamente concentrada en Asia, continente que manufactura 87% de los zapatos del mundo. Con una gran diferencia le siguen las demás regiones, cuyas participaciones resultan marginales: Suramérica, la segunda mayor región productora, participa con solamente 5% de la producción, mientras que Europa y África representan 3% cada uno (ver mapa 2).

Los quince principales productores se muestran en el cuadro 5. Diez de estos corresponden a países asiáticos, de los cuales los dos primeros países del escalafón, China e India, cuentan con más de 70% de la producción de zapatos. Brasil se encuentra en la tercera posición con una participación de 3.8% de la producción y 819 millones de pares. De cerca lo siguen Vietnam e Indonesia. Italia, el líder europeo en la producción de zapatos, se sitúa en el noveno puesto, con países como Turquía y Argentina, no muy lejos. Este último, otro país sudamericano del escalafón se posiciona en el puesto número 11, con 118 millones de pares producidos en 2011.

7 Es un Proyecto de Servicios de Desarrollo Empresarial para la Industria de Cuero en India, cofundado con el Departamento para el Desarrollo Internacional de Inglaterra (DFID, por su sigla en inglés) y la Sociedad Alemana para la Cooperación internacional (GTZ por su sigla en alemán).

8 Este anuario se encuentra en su segunda edición, por lo que carece de cifras históricas.

Mapa 2. Producción mundial de calzado. Porcentaje (%) de participación por continente. 2011



Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Colombia se encuentra entre los veinte principales productores, ocupa el puesto número 18 con 53 millones de pares producidos en 2011 y una participación del 0.3% en la producción mundial. En 2010 produjo cuarenta y ocho millones de pares, lo que representa un crecimiento de 10%.

Cuadro 5. Principales países productores de calzado. Millones de pares y participación porcentual (%). 2011

Ranking	País	Continentes	Producción	Participación
1	China	Asia	12,888	64.6%
2	India	Asia	2,209	11.1%
3	Brasil	Sur América	819	4.1%
4	Vietnam	Asia	805	4.0%
5	Indonesia	Asia	700	3.5%
6	Paquistán	Asia	299	1.5%
7	México	Norte América	254	1.3%
8	Tailandia	Asia	245	1.2%
9	Italia	Europa	208	1.0%
10	Turquía	Asia	188	0.9%

Ranking	País	Continente	Producción	Participación
11	Argentina	Sur América	118	0.6%
12	España	Europa	94	0.5%
13	Arabia Saudita	Asia	86	0.4%
14	Japón	Asia	79	0.4%
15	Filipinas	Asia	79	0.4%
18	Colombia	Sur América	53	0.3%

Fuente: World Foot Wear 2012 Yearbook .Datos 2011

3.2. Demanda

La demanda total de zapatos en 2011 fue de más de quince mil millones de pares. Como se puede ver en el mapa 2, luego de Asia, en donde se consume 47% del calzado en el mundo, Europa y Norteamérica son los continentes que más compran zapatos, con una participación de 21% y 17%, respectivamente.

Mapa 3. Demanda de calzado según continentes. Participación porcentual (%). 2011



Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

A escala país, China representa el mayor mercado de calzado en el mundo (2,761 millones de pares, lo que corresponde a una participación de 18%), seguido de cerca por Estados Unidos e India. Comparado con 2010, la participación de Estados Unidos disminuyó (estaba en 13.4%), mientras otros ganaron importancia en el área, como es el caso de India, Japón, Indonesia, Reino Unido, España y Francia, por ejemplo.

En este escalafón, nuestro país se sitúa en el puesto número 25 con un mercado de 115 millones de pares demandados en 2011, y una participación de 0.7%. Comparando con las cifras de 2010, se observa que el consumo de zapatos en 2011 fue considerable, toda vez que el año inmediatamente anterior se vendieron 75 millones de pares, lo que representa un incremento de 53% en la demanda.

Cuadro 6. Principales consumidores de calzado. Millones de pares. 2011

Ranking	País	Continente	Consumo	Participación
1	China	Asia	2,761	17.9%
2	E.E.U.U.	Norte América	2,249	14.6%
3	India	Asia	2,202	14.3%
4	Brasil	Sur América	740	4.8%
5	Japón	Asia	697	4.5%
6	Indonesia	Asia	526	3.4%
7	Alemania	Europa	430	2.8%
8	Francia	Europa	424	2.7%
9	Reino Unido	Europa	372	2.4%
10	Italia	Europa	336	2.2%
11	España	Europa	318	2.1%
12	Paquistán	Asia	308	2.0%
13	Rusia	Europa	302	2.0%
14	México	Norte América	299	1.9%
15	Sur África	África	249	1.6%
25	Colombia	Sur América	115	0.7%

Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

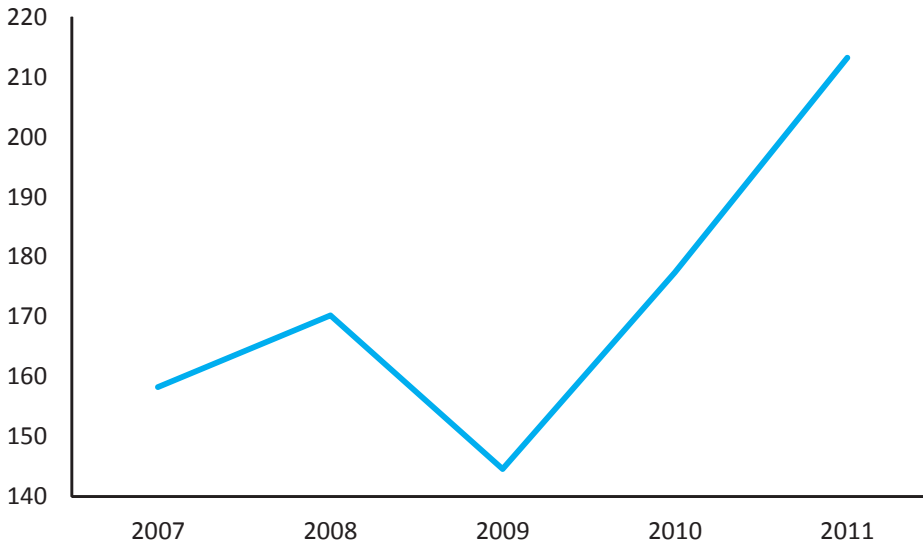
3.3. Comercio exterior

3.3.1. Exportaciones

Según cifras del International Trade Center⁹, los flujos de exportación de los productos de la cadena del cuero venían presentando una tendencia relativamente estable entre 2007 y 2008. No obstante, debido a la crisis económica de 2008, los flujos cayeron alrededor de 15%. A partir del 2009, la recuperación fue considerable. En ese año se exportaron alrededor de 145 mil millones de dólares, sobrepasando los 210 mil millones en 2011, lo que corresponde a un incremento del 47%.

⁹ Agencia surgida a partir de un esfuerzo conjunto entre las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Comercio. Manejan la misma base de datos de COMTRADE

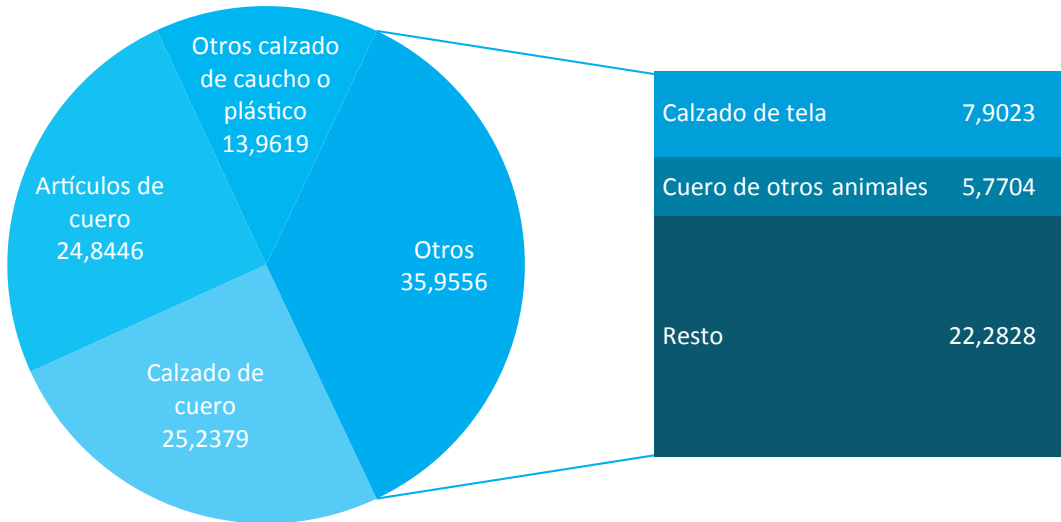
Gráfica 2. Exportaciones mundiales cadena cuero, calzado y marroquinería. Miles de millones de dólares. 2011



Fuente: International Trade Center. Cálculos SDDE

Como se observa en la gráfica 3, dos de los principales productos de la cadena participaron en 2011 con 50% del total de las exportaciones. De hecho, el comportamiento ha sido similar en los últimos años: el calzado de cuero representa 25% del total de las exportaciones, de la misma manera que lo hacen los artículos de cuero, entre los que se encuentran maletas, forros, carteras, etc. Otros productos que participan de manera importante en las exportaciones de la cadena son el calzado fabricado a partir de otros materiales diferentes al cuero. De ésta manera el calzado de caucho y plástico participa con 14%, mientras el fabricado a partir de materiales textiles lo hace con 8%. Dentro del grupo denominado 'resto', se encuentran productos como artículos de vestir fabricados con cuero, partes de calzado, cueros sin curtir y talabartería, entre otros.

Gráfica 3. Principales exportaciones de la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería según producto. Participación porcentual (%). 2011

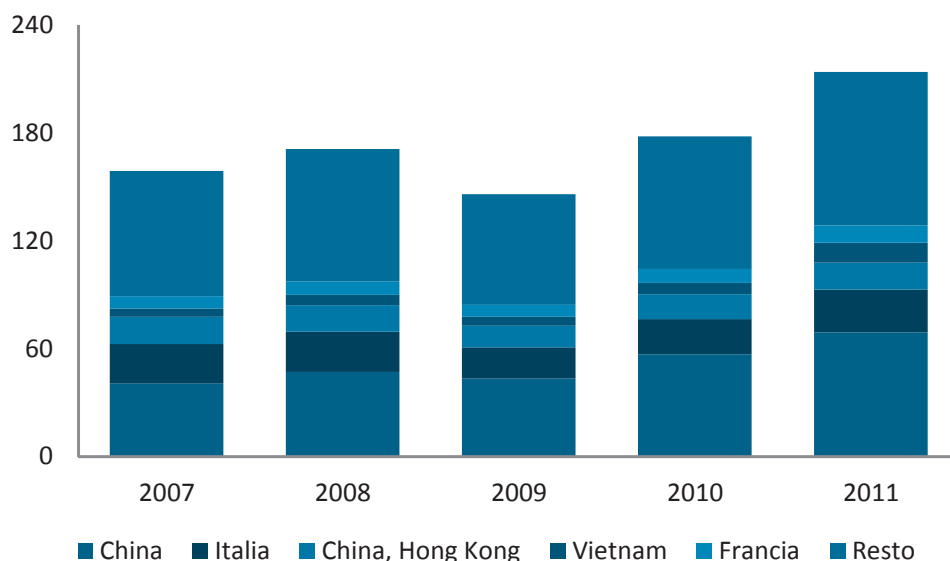


Fuente: International Trade Center. Cálculos SDDE

Al analizar el flujo de exportaciones por países, encontramos que China ha sido el líder exportador y su participación ha venido aumentando en los últimos años. Italia, por su parte, se sitúa en el segundo lugar en volumen de productos exportados. Es de anotar que los nichos de mercado de cada uno son diferentes; mientras que China se especializa en productos con bajo costo de producción, Italia se concentra en productos más elaborados y con mayor valor agregado.

En el año 2011 China exportó cerca de 69 mil millones de dólares en productos de cuero y calzado, equivalentes a 32% del total de exportaciones. Su principal socio comercial es Estados Unidos, a quien le exporta 28% del total de sus ventas exteriores, seguido de Japón y Alemania, con 6.3% y 4.8% respectivamente. Italia, por su parte exportó en 2011 cerca de 23 mil millones de dólares (11% del flujo exportador total). Su principal socio comercial es Francia a quien le condujo 12.3% de sus flujos, seguido de Suiza y Alemania, con 9.1% de participación cada uno. Colombia, por su parte, se encuentra en el puesto número 53 entre los países exportadores. En el año 2011 exportó 286 millones de dólares, y su participación en el flujo mundial asciende a 0.13%.

Gráfica 4. Principales exportadores mundiales de la cadena. Miles de millones de dólares. 2007 - 2011



Fuente: International Trade Center. Cálculos SDDE

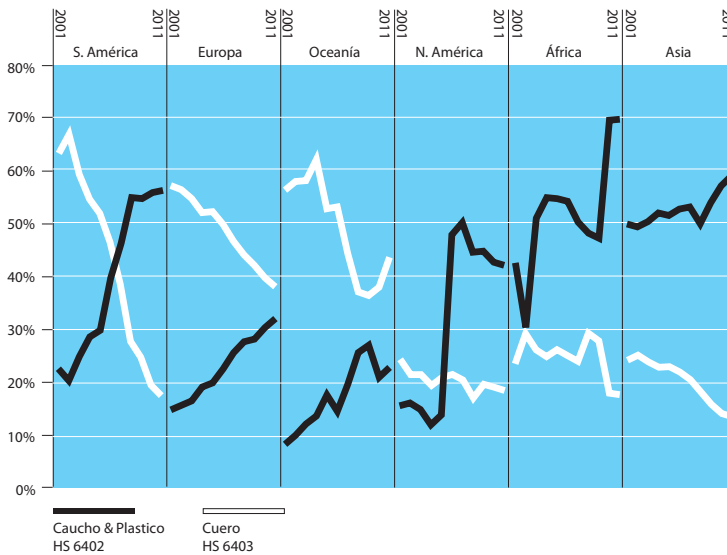
3.3.2. Exportaciones de calzado

El comercio de calzado en el mundo cada vez es mayor. En 2011 un nuevo record fue conseguido, al registrar exportaciones por encima de 100 mil millones de dólares, lo que corresponde a 15% de crecimiento respecto a 2010. El número de pares exportados alcanzó casi 14 mil millones. En la última década, la cantidad exportada prácticamente se dobló, alcanzando un crecimiento notable de 143%.

Como se ilustra en el mapa 3, Asia exporta gran parte del calzado mundial (alrededor de 11,500 millones de pares, lo que representa 84% del total). Muy distante se encuentra Europa, quien exportó aproximadamente 1,500 millones de pares (con 11% de participación).

El calzado de cuero representó 50% del valor de las exportaciones mundiales de calzado, y 16% en términos de volumen. Cabe anotar que en la última década las tendencias han cambiado y ahora los zapatos se combinan con otros materiales. Caucho y plástico, en particular, han ganado participación y representan, en volumen, 56% del total exportado en el mundo.

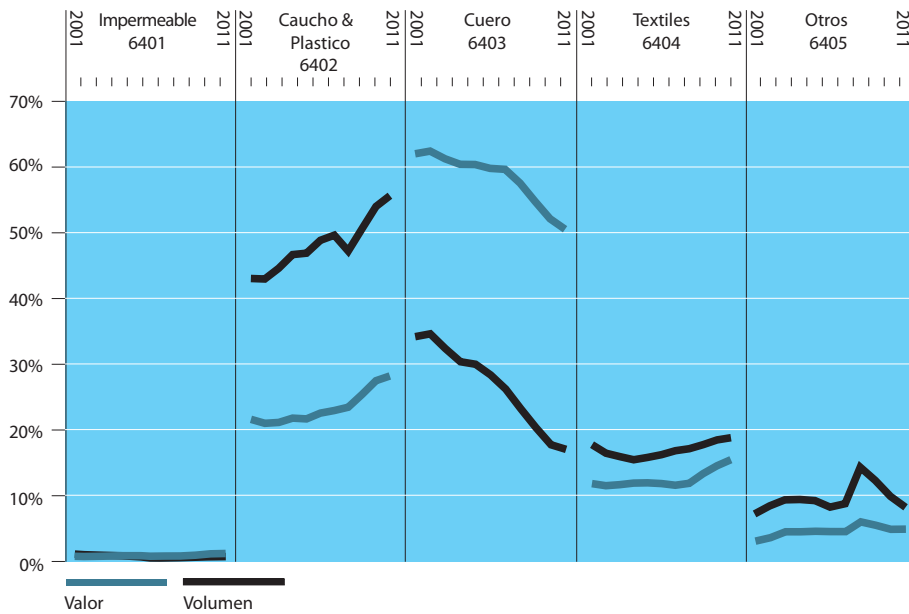
Gráfica 5. Producción de calzado según material y continente. Participación porcentual (%). 2001-2011



Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Al analizar la evolución en las tendencias del calzado por regiones, se tiene que el cambio arriba mencionado es común en todos los continentes. Como se ilustra en el gráfico abajo, Asia comenzó la década exportando alrededor de 50% de calzado de caucho y plástico. Sin embargo, en los últimos años, dicho porcentaje se ha incrementado hasta alcanzar casi 60%, mientras que el cuero ha disminuido a 13%. África muestra una situación similar a Europa, continente que comenzó la década exportando casi 60% de su calzado hecho en cuero. Dicho porcentaje se encuentra actualmente por debajo de 38%, mientras que el caucho y plástico aumentaron sus participaciones de 15% a 32%. Norteamérica y Suramérica comenzaron la década exportando más calzado en cuero que en otros materiales. Ahora la situación es completamente opuesta.

Gráfica 6. Producción mundial de calzado según material. Participación porcentual (%). 2001-2011



Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Los principales países exportadores se muestran en el cuadro 7. China lidera la lista. En 2011 exportó poco más de 10 mil millones de pares, lo que le otorga una participación de 75% del total de las exportaciones de calzado. Lo anterior quiere decir que dicho país exporta tres de cada cuatro pares de zapatos comerciados en el mundo.

La participación de los siguientes jugadores está lejos de China. Su área administrativa Hong Kong ocupa el segundo lugar, perdiendo participación notablemente durante los últimos 20 años. Italia, por ejemplo, se encuentra en cuarto lugar con 229 millones de zapatos exportados, lo que representa 1.7% de las exportaciones totales. Bélgica, Alemania y Holanda son los demás países europeos que ocupan lugares importantes en el ranking.

Dos países suramericanos se posicionan entre los primeros quince exportadores de zapatos: Brasil con 113 millones de pares y Panamá con 102 millones.

Mapa 3. Exportaciones de calzado en el mundo. Porcentaje de participación por continente. 2011



Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Cuadro 7. Principales exportadores de calzado. Millones de pares. 2011

Ranking	País	Continente	Exportaciones	Participación
1	China	Asia	10,170	75.1%
2	Hong Kong	Asia	362	2.7%
3	Vietnam	Asia	316	2.3%
4	Italia	Europa	229	1.7%
5	Belgica	Europa	207	1.5%
6	Indonesia	Asia	206	1.5%
7	Alemania	Europa	194	1.4%
8	Holanda	Europa	143	1.1%
9	Tailandia	Asia	141	1.0%
10	España	Europa	130	1.0%
11	Brasil	Sur América	113	0.8%
12	India	Asia	113	0.8%
13	Panamá	Norte América	102	0.8%
14	Turquía	Asia	93	0.7%
15	Eslovaquia	Europa	92	0.7%
56	Colombia	Sur América	2	0.0%

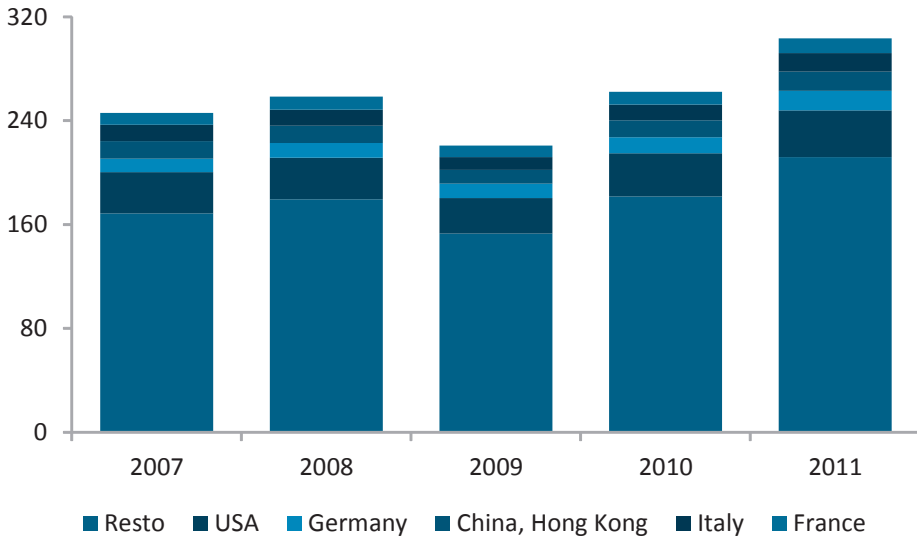
Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Suramérica, en conjunto, ha mostrado que en la última década su participación en las exportaciones mundiales disminuyeron de 2.6% a 1.1% en términos de volumen, y de 4% a 1.5% en términos de valor. Colombia, por su parte, ocupa el lugar número 56 en el escalafón mundial, con apenas dos millones de pares exportados en 2011 y una participación que no alcanza 0.1%. En Suramérica, ocupa el cuarto lugar de los países más exportadores (1.4% de la participación en volumen), después de Brasil (70.7%), Chile (21.7%) y Ecuador (2.4%). En cuanto al precio promedio de exportación, Colombia registra el valor más alto por par (15.4 dólares), seguido de Argentina (14.7), Brasil (11.8), Ecuador (9.5) y Chile (3.9).

3.3.3. Importaciones

Como se puede observar en la gráfica 5, el principal importador de la cadena de cuero ha sido Estados Unidos. En 2011 dicho país registró 17% del total de importaciones mundiales. Países de Europa se encuentran entre los mayores importadores también: Alemania e Italia con 7%, y Francia con 5%.

Gráfica 7. Principales importadores mundiales de la cadena. Miles de millones de dólares. 2007 - 2011



Fuente: International Trade Center. Cálculos SDDE

3.3.4. Importaciones de calzado

Europa lidera el ranking de las importaciones mundiales. Sin embargo, después de alcanzar un máximo de 44% en 2008, su participación en las importaciones totales ha venido cayendo en los últimos tres años. En África el panorama es inverso, sus importaciones han venido aumentando en la última década.

Mapa 5. Importadores de calzado en el mundo según continente. Porcentaje de participación por continente. 2011



Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Analizando detalladamente los países, como se muestra en el Cuadro 8, podemos observar que Estados Unidos es el mayor importador de calzado en el mundo con 2.3 miles de millones de pares en 2011, lo que corresponde a una participación de 24.8% (casi uno de cada cuatro pares importados en el mundo, son comprados por Estados Unidos). El resto de la lista de 15 primeros es ocupada por países europeos, a excepción de Japón y Hong Kong. El país más importador de Latinoamérica es Chile, en volumen, quien ocupa el puesto No. 15 del ranking.

**Cuadro 8. Principales países importadores de calzado
Millones de pares y participación porcentual (%). 2011**

Ranking	País	Continente	Importaciones	Participación
1	E.E.U.U.	Norte América	2,302	24.6%
2	Japón	Asia	619	6.6%
3	Alemania	Europa	593	6.3%
4	Francia	Europa	480	5.1%
5	Reino Unido	Europa	455	4.9%
6	Hong Kong	Asia	425	4.5%
7	Italia	Europa	358	3.8%
8	España	Europa	354	3.8%
9	Rusia	Europa	256	2.7%
10	Holanda	Europa	245	2.6%
11	Sur África	África	206	2.2%
12	Bélgica	Europa	195	2.1%
13	República Checa	Europa	188	2.0%
14	Canada	Norte América	164	1.8%
15	Chile	Sur América	134	1.4%
29	Colombia	Sur América	64	0.7%

Fuente: WorldFootWear 2012 Yearbook.

Colombia, por su parte, ocupó el lugar número veintinueve en el ranking, con 64 millones de pares importados en 2012, lo que representó 0.7% del total importado.

3.4. Posición de Colombia: principales variables

El cuadro 9 sintetiza la posición de Colombia en el mercado mundial. Las mayores participaciones se encuentran en el consumo y las importaciones de calzado, con 0.7% cada una. Aunque en producción Colombia ocupa el mejor puesto, su participación se ubica en tan solo 0.3%.

Frente a las exportaciones, su participación es considerablemente marginal, dado que cuenta solo con una cuota de 0.13% en las exportaciones mundiales de toda la cadena y, en lo que a calzado se refiere, su participación es cercana a 0%.

Cuadro 9. Resumen posiciones Colombia

Variable	Posición	Participación
Producción	18	0.30%
Consumo	25	0.70%
Exportaciones Cadena	53	0.13%
Exportaciones Calzado	53	0.00%
Importaciones Cadena	46	0.00%
Importaciones Calzado	29	0.70%

Fuente: World Foot Wear 2012 Yearbook e International Trade Center. Cálculos SDDE

3.5. Un vistazo a las balanzas comerciales

En la gráfica 6 se muestra la situación comercial de algunos de los actores del mercado de calzado. La línea en negro marca la diferencia entre los exportadores e importadores netos. Aquellos países por encima de la línea son los que exportan más calzado del que importan y, por debajo de la línea, se ubican aquellos que tienen una situación comercial opuesta. El tamaño del círculo indica el valor absoluto del resultado de su balanza comercial.

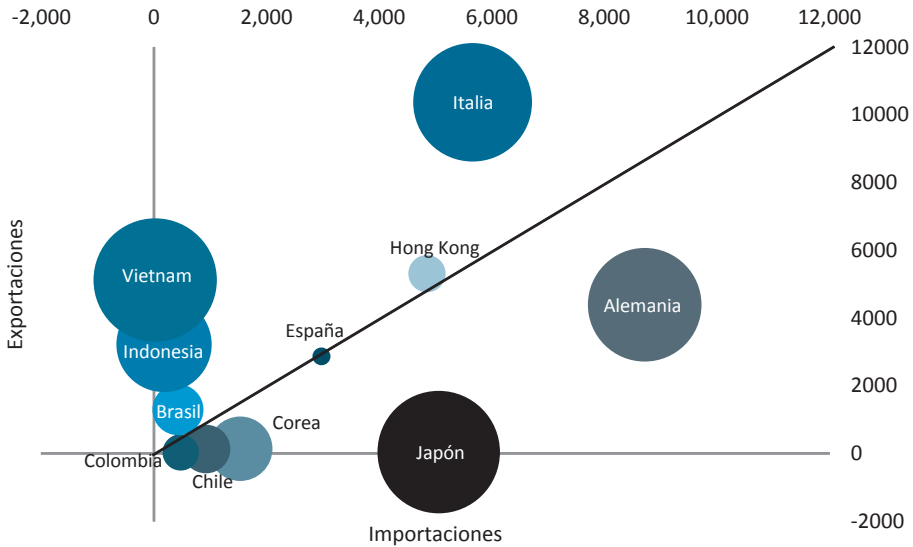
Es de anotar que en los dos extremos, y como se ha descrito a lo largo del capítulo, se encuentran China y Estados Unidos. El primero en su condición de exportador neto, tiene una balanza comercial de 10,127 millones de dólares, mientras que el segundo, aunque registra exportaciones de calzado, resulta estar en condición de importador neto, con una balanza comercial de 222,224 millones de dólares.

En el gráfico se tomaron países que no se encuentran en los extremos. Vietnam, Brasil e Indonesia resultan ser exportadores netos de calzado (parte de arriba de la línea de 45°). Italia, por su parte, registra importaciones, si bien estas son superadas considerablemente por sus ventas de calzado al exterior.

En el otro lado de la gráfica (países por debajo de la línea de 45°) se encuentran aquellos que presentan balanzas comerciales negativas. En este contexto, el valor de la balanza para Alemania y Japón resulta alto (399 millones de dólares para el primero y 697 millones de dólares para el segundo).

Sobre la línea o muy cercanos, se encuentran España y Hong Kong¹⁰. Esto quiere decir que sus exportaciones de calzados resultan muy cercanas en valor a sus importaciones. La posición de Colombia (círculo en rojo) es clara. Ni sus exportaciones ni sus importaciones son relativamente altas. No obstante, su balanza comercial es negativa y similar a la de Chile.

Gráfica 8. Balanza comercial de algunos países
Millones de dólares. 2011



Fuente: International Trade Center. Cálculos SDDE

¹⁰ Hong Kong una región administrativa especial del sur de la República Popular China, formada por una península y varias islas.

Panorama nacional y local

Son pocos los trabajos de este tipo que se han realizado para la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería. A escala nacional, se cuenta con el documento “estudio de la productividad y competitividad de la microempresa del sector del cuero en Colombia”, elaborado por el Centro de Innovación y Servicios para la Industria del Calzado CEINN-NOVA y el Departamento Nacional de Planeación. En el documento se plasma el diagnóstico realizado a ochenta microempresas de esta cadena productiva pertenecientes a Bogotá, Cali, Bucaramanga y Pasto, el cual incluyó la realización de pruebas de resistencia físico-mecánicas en laboratorio sobre los productos elaborados y los materiales utilizados.

Se encuentra también el documento realizado por la Universidad de los Andes, en el marco del “Programa de implementación de un componente transversal de apoyo al fortalecimiento de una iniciativa de desarrollo de clústeres. Caso: Clúster de Cuero y Calzado del Valle del Cauca”. Dicho documento presenta la caracterización de esta industria en dicha región (cifras, estado de evolución, mapa estratégico y descripción del plan operativo, entre otros). Así mismo, el estudio “Construcción colectiva de estrategias competitivas regionales para el aprovechamiento de las oportunidades en la globalización de los mercados. Cadena productiva cuero, calzado y manufacturas de cuero”, elaborado por la Universidad del Valle

y Opticor, analiza la prospectiva tecnológica del sector del cuero, calzado y manufacturas de la ciudad de Cali.

El presente ejercicio es una aproximación al cálculo de la oferta y demanda de los productos pertenecientes a la industria del cuero, el calzado y la marroquinería, tanto a escala nacional como local. La oferta incluye la producción más las importaciones, tanto internacionales como del resto del país. La demanda, por su parte, se compone por el gasto de los hogares, las empresas y el gobierno, sumado al consumo realizado por otros países (exportaciones internacionales) y, en el caso de Bogotá, por el resto de la nación. Se trata de un ejercicio elaborado a partir de la información pública existente, principalmente del DANE y la Dian, que toma en cuenta, metodológicamente, los criterios de esta primera institución en la construcción de cuentas nacionales.

4.1. Oferta nacional

En nuestro país la oferta de bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero ascendió a cerca de 6.2 billones de pesos en 2011, de los cuales el 51.3% fueron fabricados por la industria nacional, el 47.2% por otros países, y el 1.5% correspondió a inventarios de mercancía.

4.1.1. Producción

El principal componente de la oferta fue la producción nacional, que alcanzó un valor de 3.2 billones de pesos durante 2011, estimados a partir de la estructura del Producto Interno Bruto calculado por el DANE. De este monto, la elaboración de 'calzado de cuero, material textil u otros materiales' contribuyó con el 55.1%, la obtención de 'curtido y preparado de cueros' aportó el 25.1% y fabricación de 'artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos' participó con el 19.8% restante. Recordemos que la producción de calzado nacional representó el 0.3% del total mundial durante 2011, posicionándolo como en el lugar número dieciocho entre los mayores fabricantes de calzado mundial.

4.1.2. Importaciones¹¹

Las importaciones participaron con el 24.7% de la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería, y constituyeron el segundo mayor componente de su oferta. Según la base de datos de Legiscomex, el país adquirió de otras naciones bienes pertenecientes a esta industria por valor de 1.5 billones de pesos en 2011, de los cuales el 78.3% correspondió a calzado, el 19.6% a artículos de marroquinería, y el 2% sobrante a cueros curtidos o preparados. En términos relativos, las importaciones de pares de calzado realizadas por el país representaron 0.7% de las importaciones mundiales durante 2011.

4.1.3. Contrabando

El contrabando aportó 22.5% de los artículos disponibles de esta actividad económica. Definido como el valor estimado de la mercancía que ingresó al país de forma irregular -incluyendo aquel presentado a la autoridad aduanera con información fraudulenta o adulterada-, el contrabando ascendió a 1.4 billones de pesos en 2011 en esta rama, de los que 73.4% correspondió a 'calzado de cuero, material textil u otros materiales'; 23.5% a 'artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos', y el restante 3.1% a 'curtido y preparado de cueros'. Respecto al tipo de calzado desembarcado en el país de forma irregular, resulta importante destacar que 53.3% correspondió a botas, zapatos o sandalias, y el restante 46.7% a calzado deportivo.

4.1.4. Inventarios

La oferta de bienes alcanzó los 95 mil millones de pesos durante 2011. Este monto se distribuyó en artículos de marroquinería (67.1%) y en calzado (24.5%), principalmente. Estos 95 mil millones fueron equivalentes al 1.5% de la oferta de bienes pertenecientes a esta actividad económica.

4.2. Demanda nacional

La demanda de bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería del país, por su parte, estuvo valorada en 6.2

¹¹ Nota Metodológica: para efectos del cálculo del equilibrio, el valor de las importaciones se ajusta adicionándole lo correspondiente al margen operacional de utilidad 2011, estimado según los registros de Supersociedades para Bogotá, y promedio a 4 dígitos CIU Rev.3 ac, debido a que se considera que las utilidades del importador se constituyen en un porcentaje del precio final de los bienes ofrecidos.

billones de pesos durante 2011. Esto quiere decir que en Colombia fueron demandados 6.2 billones de pesos en artículos elaborados por esta rama, cuyo consumo se discriminó en hogares (53.1%), sector industrial (31.1%), otros países (9%) y sector público (6.8%).

De los 6.2 billones de pesos demandados en Colombia, 64.5% correspondió a calzado. A su vez, esta demanda nacional de zapatos representó 0.7% de la demanda global, hecho que ubica a Colombia en el puesto número veinticinco de la clasificación mundial.

4.2.1. Hogares

El consumo de hogares, como principal componente de la demanda de esta rama de actividad económica del agregado nacional, fue cercano a 3.3 billones de pesos en 2011, de acuerdo con las proyecciones realizadas a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos, realizada por el DANE. Este monto, que representó 53.1% de la demanda del país frente a esta clase de bienes, estuvo compuesto en 76.3% por ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’ y en 23.7% por ‘artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos’. Respecto al calzado demandado, 76.1% correspondió a botas, zapatos o sandalias, 23.8% a calzado deportivo, y 0.2% a partes para calzado.

4.2.2. Industria

El consumo realizado por otras empresas constituyó el segundo mayor componente de la demanda de artículos pertenecientes a la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería en el país. Según las estimaciones efectuadas a partir de la Encuesta Anual Manufacturera del DANE, durante 2011 las empresas gastaron 1.9 billones de pesos en productos fabricados por el sector del cuero, 31.1% del valor total demandado a esta industria en el agregado nacional. De esta cuantía, 53.4% correspondió a calzado, 30% a cueros preparados o curtidos, y 16.6% a artículos de marroquinería.

4.2.3. Exportaciones

Las exportaciones alcanzaron los 559 mil millones de pesos en 2011, equivalentes a 9% del valor total de la demanda nacional por esta clase de ma-

nufacturadas, según la base de datos de comercio exterior de Legiscomex. Respecto a la composición de las ventas en el exterior de bienes pertenecientes a esta actividad económica, ‘curtido y preparado de cueros’ participó con 53.9%; ‘artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos en cuero’ aportó 27.9%, mientras ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’ pesó en 18.2%. En términos relativos, el calzado que la nación exportó fue equivalente a 0.3% de los pares de zapatos exportados a escala mundial en 2011, lo que lo ubica en el puesto número 53 del ranking de exportadores.

4.2.4. Gobierno

El gasto gubernamental en bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería, que correspondió a 6.8% de la demanda del país por esta clase de productos, se ubicó en 419 mil millones de pesos durante 2011 según la Matriz Insumo Producto de Bogotá. En este caso, 85% de dicho valor concernió a calzado (botas, zapatos o sandalias, principalmente), mientras el 15% restante concernió artículos de marroquinería.

Cuadro 10. Equilibrio oferta-demanda de bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería en Colombia durante el 2011. Millones de pesos (\$)

Descripción de la división o el grupo	Componentes de la demanda					Componentes de la oferta				
	Consumo hogares	Consumo Gobierno	Consumo industrial	Consumo Exportaciones	Importaciones con margen bruto de utilidad	Producción	Variación de Existencias	Contrabando		
Curtido y preparado de cueros			575,563	301,238	30,910	795,504	7,955	42,432		
Calzado de cuero, material textil u otros materiales	2,502,256	355,874	1,024,829	101,663	1,196,148	1,745,699	23,255	1,019,521		
Botas, zapatos, sandalias en cuero, caucho, textil, u otros materiales	1,904,144	320,287	710,328	63,803	1,039,378	1,389,823	24,292	542,144		
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material	518,906	224,201	284,131	20,417	332,601	444,743	7,773	262,537		
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Mujer	833,513	64,057	284,131	25,521	415,751	555,929	9,717	225,826		
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Niño	548,800	32,029	142,066	17,865	291,026	389,150	6,802	53,781		
Zapatos ortopédicos	2,925							2,925		
Calzado deportivo	594,297	35,587	48,149	2,862	126,050	78,425	2,045	474,375		
Calzado deportivo Hombre	205,375	24,911	15,408	916	40,336	25,096	654	180,523		
Calzado deportivo Mujer	201,719	10,676	19,260	1,145	50,420	31,370	818	150,191		
Calzado deportivo Niño	187,203		13,482	801	35,294	21,959	573	143,660		
Partes del calzado	3,815		266,353	34,998	30,719	277,451	-3,082	77		
Artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos	778,941	62,801	317,798	155,800	299,712	625,709	63,587	326,333		
Artículos de Viaje, bolsos de mano en cuero	91,478		206,153	141,301	32,120	200,203	9,293	197,316		
Artículos de Viaje, bolsos de mano en otros materiales	238,697	31,401	59,877			250,254	10,010	69,711		
Artículos de Viaje, bolsos de mano elaborados en materiales NCP	448,766	31,401	51,767	14,500	267,592	175,252	44,284	59,306		
Total cuero, calzado y marroquinería	3,279,197	418,676	1,918,191	558,701	1,526,769	3,166,912	94,798	1,386,286		

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos - DANE; Estructura del PIB de Bogotá - DANE; Legiscosmex; Supersociedades y Matriz insumo producto para Bogotá.
Elaboración: SDDE

4.3. Oferta en Bogotá

Durante 2011, en Bogotá, la oferta de bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería se acercó a los 3 billones de pesos, de los cuales 38.7% concernió a artículos importados desde otras partes del país, 36.2% a producción local, mientras el 25% restante competió a importaciones realizadas desde otras naciones. En términos relativos, esta oferta fue equivalente a 47.8% de la existente en el país, valorada en cerca de 6.2 billones de pesos para el mismo año.

Cuadro 10. Oferta de bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería en Bogotá durante el 2011. Millones de pesos (\$)

Cuadro 11. Oferta de bienes de la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería. Bogotá. Millones de pesos (\$). 2011

Descripción de la división o el grupo	Importaciones		Producción	Importaciones	
	del resto del mundo (margen bruto de utilidad)	(Resto del territorio nacional)*		(Resto del territorio nacional)*	(Resto del territorio nacional)*
Curtido y preparado de cueros	16,313	105,613			363,366
Calzado de cuero, material textil u otros materiales	541,415	435,434			410,550
Botas, zapatos, sandalias en cuero, caucho, textil, u otros materiales	437,602	255,975			263,250
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Hombre	146,820	103,484			213,372
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Mujer	188,472	107,585			42,090
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Niño	102,311	43,180			7,247
Zapatos ortopédicos		1,726			541
Calzado deportivo	96,347	102,245			164,866
Calzado deportivo Hombre	37,846	11,928			92,040
Calzado deportivo Mujer	24,234	50,233			16,403
Calzado deportivo Niño	34,268	40,083			56,423
Partes del calzado	7,465	77,214			12,435
Artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos	181,451	527,281			369,470
Artículos de Viaje, bolsos de mano en cuero	20,874	222,138			185,602
Artículos de Viaje, bolsos de mano en otros materiales	149,849	13,963			40,546
Artículos de Viaje, bolsos de mano elaborados en materiales NCP	10,729	291,180			143,321
Total cuero, calzado y marroquinería	739,179	1,068,328			1,143,386

Fuente: Estructura del Producto Interno Bruto de Bogotá - DANE; Legiscosmet y Matriz insumo producto para Bogotá

4.3.1. Importaciones provenientes del resto del país

Las importaciones constituyeron el principal componente de la oferta de bienes pertenecientes a la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería de Bogotá, toda vez que contribuyeron con 38.7% del valor total. De acuerdo con la Matriz Insumo Producto de Bogotá, el valor de los artículos pertenecientes a esta industria provenientes de otros lugares del país, y distribuidos en el Distrito Capital se ubicó en 1.1 billones de pesos en 2011. Sobre la composición de estos bienes, el 35.9% correspondió a ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’, 32.3% a ‘artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos’, y 31.8% a ‘curtido y preparado de cuero’. Debe resaltarse que el calzado importado del resto del país estuvo conformado en un 64.1% por botas, zapatos o sandalias, 40.2% por calzado deportivo y 2.3% por partes de calzado.

4.3.2. Producción Local

Se constituyó en el segundo mayor aportante de la oferta de bienes de la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería de Bogotá, contribuyendo con 36.2%. A partir de la estructura de PIB de Bogotá calculado por el DANE, se estima que el valor de producción de la industria del cuero en la ciudad fue 1.1 billones de pesos durante 2011, es decir, 33.7% del total elaborado por esta actividad económica en el agregado nacional.

Sobre la composición del valor de dicha producción, 49.4% correspondió a artículos de marroquinería; 40.8% a calzado, y 9.9% a cueros curtidos o preparados. Respecto al valor de la producción del calzado elaborado en la ciudad, 58.8% correspondió a botas, zapatos o sandalias; 23.5% a calzado deportivo, y 17.7% a partes de calzado. Desde el punto de vista del consumidor final, 36.2% del calzado producido en la ciudad correspondió a calzado para mujer, 26.5% para hombre, 19.1% para niño y 18.1%, a partes para calzado o zapatos ortopédicos.

4.3.3. Importaciones

Su valor correspondió a 25% del valor de la oferta. Según la base de datos de Legiscomex, los artículos pertenecientes a esta cadena productiva importados al Distrito Capital estuvo valorada en 739 mil millones de pesos durante 2011, cerca de 48.4% del valor de los artículos importados en el país, correspondientes a esta industria.

De los 739 mil millones importados, 73.2% correspondió a ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’, 24.5% a ‘artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos’ y 2.2% a ‘curtido y preparado de cueros’. Del valor total importado en ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’, el 80.8% perteneció a ‘botas, zapatos, sandalias en cuero, caucho, textil, u otros materiales’, 17.8% a ‘calzado deportivo’ y 1.4% a ‘partes de calzado’. En otras palabras, 39.3% del calzado tuvo como usuario final a las mujeres, 34.1% a los hombres, 25.2% a los niños y el 1.4% restante fue destinado a partes de calzado.

4.4. **Demanda en Bogotá**

Bogotá demandó 3 billones de pesos en artículos elaborados por esta rama de actividad económica durante 2011, cifra equivalente a 47.8% del valor de la demanda registrada por esta industria en todo el país, la cual fue valorada en 6.2 billones de pesos para el mismo año.

**Cuadro 12. Demanda de la cadena del cuero, el calzado y la marroquinería. Bogotá
Millones de pesos (\$). 2011**

Descripción de la división o el grupo	Consumo			Consumo industrial	Consumo Exportaciones (mercado nacional)	Consumo Exportaciones (mercado exterior)
	hogares	Gobierno	0			
Curtido y preparado de cueros	0	0	88,456	343,284	53,552	
Calzado de cuero, material textil u otros materiales	823,661	7,809	256,035	282,157	17,736	
Botas, zapatos, sandalias en cuero, caucho, textil, u otros materiales	462,929	7,809	218,367	255,436	12,285	
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Hombre	156,826	6,247	174,694	121,813	4,095	
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Mujer	201,316	1,562	43,673	88,086	3,510	
Botas, zapatos, sandalias en cualquier material Niño	102,520			45,537	4,680	
Zapatos ortopédicos	2,267					
Calzado deportivo	359,537		1,301		2,620	
Calzado deportivo Hombre	139,462		780		1,572	
Calzado deportivo Mujer	89,302		520		1,048	
Calzado deportivo Niño	130,773					
Partes del calzado	1,196		66,367	26,721	2,832	
Artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos	77,794	735	260,161	644,837	94,675	
Artículos de Viaje, bolsos de mano en cuero	24,994		105,109	251,881	46,630	
Artículos de Viaje, bolsos de mano en otros materiales	29,839		4,518	130,000	40,000	
Artículos de Viaje, bolsos de mano elaborados en materiales NCP	22,960	735	150,534	262,956	8,045	
Total cuero, calzado y marroquinería	901,455	8,544	604,652	1,270,278	165,964	

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos; Legiscomex; Supersociedades; Matriz insumo producto para Bogotá

4.4.1. Exportaciones al resto del país

Fue el principal componente de la demanda de productos fabricados por el sector del cuero, el calzado y la marroquinería. Según la Matriz Insumo Producto de Bogotá, las exportaciones realizadas por esta industria a otras regiones de la nación equivalieron a 1.3 billones de pesos en 2011, es decir, 43% del valor de la demanda industrial del cuero del Distrito Capital. Sobre su composición, 50.8% de estas ventas correspondieron a artículos de marroquinería, 27% a calzado, y 22.2% a cuero curtido o preparado.

4.4.2. Hogares

Fueron los segundos mayores demandantes de bienes pertenecientes a la industria del cuero, ya que contribuyeron con 30.5% de valor demandado por la ciudad. Según las proyecciones realizadas a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos del DANE, las familias bogotanas gastaron 901 mil millones de pesos en artículos pertenecientes a esta actividad económica, valor 15.6% mayor al alcanzado en 2010, y 38.8% mayor al obtenido durante 2007. Este monto, además, representó 27.5% del total consumido por los hogares en productos pertenecientes a esta cadena a nivel nacional.

De estos 901 mil millones de pesos demandados por los hogares bogotanos en bienes de la industria del cuero, 91.4% correspondió a 'calzado de cuero, material textil u otros materiales', y el restante 8.6% a 'artículos de viaje, bolsos de mano y análogos'. Al analizar la demanda de calzado de forma específica, se encuentra que 56.2% fueron botas, zapatos o sandalias, 43.7%, calzado deportivo y 0.1%, partes de calzado. Desde el punto de vista del consumidor final, los artículos para hombre participaron en mayor proporción que los de mujer o niño dentro de la demanda de artículos de cuero de los hogares de la capital del país. El calzado para hombre representó 36% de los bienes demandados por las familias capitalinas, seguido por el calzado para mujer (35.3%), el calzado para niños (28.3%) y el calzado ortopédico, junto con las partes para calzado (0.4%).

4.4.3. Industria

La industria representó la tercera mayor demanda de artículos pertenecientes a la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería, equivalente a 20.5% de esta demanda. Según las estimaciones efectuadas

a partir de la Encuesta Anual Manufacturera del DANE, durante 2011 las empresas de Bogotá gastaron 605 mil millones de pesos en productos elaborados por el sector del cuero, es decir, 31.5% del valor total demandado por las empresas a esta industria en todo el país.

De estos 605 mil millones de pesos, 43% correspondió a elementos pertenecientes al grupo ‘artículos de viaje, bolsos de mano y análogos’, 42.3% a productos catalogados en ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’, y el restante 14.6% a artículos clasificados en el rublo ‘curtido y preparado de cueros’. Del total consumido por las firmas en ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’, 76.3% concernió ‘botas, zapatos, sandalias en cualquier material para hombre’, 23.2%, ‘botas, zapatos, sandalias en cualquier material para mujer’, y 0.5% ‘calzado deportivo’.

4.4.4. Exportaciones

Según las bases de datos de Legiscomex, las exportaciones llegaron a 166 mil millones de pesos durante 2011, lo que las ubica como el cuarto principal componente de la demanda de bienes pertenecientes a la industria del cuero, el calzado y la marroquinería, al participar con 5.6% del valor total. En términos relativos, Bogotá exportó 29.7% de las exportaciones del país correspondientes a los bienes de esta cadena productiva.

Entre los rublos que más contribuyeron a las ventas en el exterior de esta actividad económica sobresalen los artículos de marroquinería con 57%, el cuero curtido o preparado con 32.3%, y el calzado con 10.7%. Sobre las ventas de calzado a otros países, 69.3% correspondió a botas, zapatos o sandalias, 16% a partes de calzado y 14.8% a calzado deportivo.

4.4.5. Gobierno

De acuerdo con la Matriz Insumo Producto de Bogotá, el sector público ubicado en el Distrito Capital gastó 9 mil millones de pesos durante 2011 en artículos elaborados por este sector, valor correspondiente a 0.3% de la demanda existente a la industria del cuero. De esta cuantía, 91.6% correspondió a artículos de ‘calzado de cuero, material textil u otros materiales’, mientras 8.6% restante a ‘artículos de viaje, bolsos de mano, y análogos’.

Cuadro 13. Participación porcentual (%) de la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería de Bogotá en la del país. 2011

Variable	Colombia (millones de pesos)	Bogotá (millones de pesos)	Participación Bog / Col (%)
Equilibrio Oferta-Demanda	6,174,765	2,950,893	47.8
Producción	3,166,912	1,068,328	33.7
Exportaciones	558,701	165,964	29.7
Importaciones*	1,526,769	739,179	48.4
Consumo Hogares	3,279,197	901,455	27.5
Consumo Industrial	418,676	8,544	2
Consumo Gubernamental	1,918,191	604,652	31.5

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos - Dane; Estructura del Producto Interno Bruto de Bogotá - Dane; Legiscomex; Supersociedades y Matriz insumo producto para Bogotá. Cálculos: SDDE.

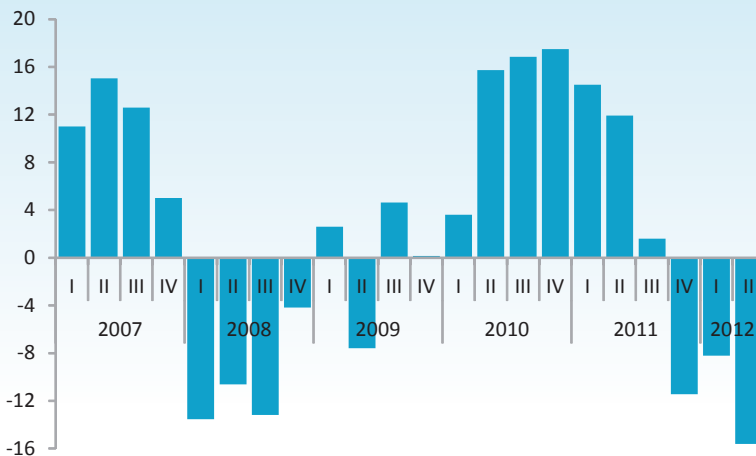
* Incluyen margen bruto de utilidad

Recuadro 1. Evolución producción real cadena cuero, calzado y marroquinería

Según la Muestra Trimestral Manufacturera 2012-II, la producción real de la industria del curtido y la transformación del cuero viene decreciendo desde el cuarto trimestre del año 2011, tras recuperarse en el tercer trimestre de 2009 de la contracción experimentada entre el primer trimestre de 2008 y el segundo de 2009. Así las cosas, durante 2011 se registró un aumento de 3% en el valor de la producción real, que pese a ser notablemente inferior al obtenido en 2010 (13,7%), resultó mayor a las disminuciones alcanzadas durante 2008 (-10,2%) y 2009 (-0,2%). No obstante, es importante mencionar que el comportamiento anual de esta industria ha sido más favorable que el del sector fabril de la ciudad, que creció en 2,7% durante 2011 y 2,4% en 2010.

Respecto a la evolución de la industria del cuero en el último año, su producción real registró un aumento de 1,6% durante el tercer trimestre de 2011, y decrecimientos de 11,5% durante el cuarto trimestre de 2011, de 8,2%, en el primer trimestre de 2012, y de 15,6% en el segundo trimestre de 2012. Con este panorama, la variación anual acumulada de la producción durante el segundo trimestre de 2012 se ubicó en -8,6%, cifra inferior a la alcanzada durante el mismo periodo del año anterior (15,2%), y a la presentada por el sector manufacturero de la ciudad (2,5%).

Gráfica 10. Producción real de la cadena productiva del curtido, el calzado y la marroquinería. Bogotá. Variación anual del trimestre (%). 2007-1 a 2012-II



Fuente: DANE-Muestra Trimestral Manufacturera Regional

Mercado laboral

5.1. Empleo

Según la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE, en Colombia laboraron 169 mil personas en la industria del cuero, el calzado y la marroquinería, 10.2% más respecto al número registrado en 2010. Esta cantidad representó 6.5% del empleo industrial de la nación y 0.8% del número total de ocupados existentes en el país.

Para el caso de Bogotá, la cadena productiva del cuero, el calzado y la marroquinería generó 41 mil puestos de trabajo durante 2011, 1.9% más que en 2010, cuando laboraron 40 mil individuos. Si bien esta cantidad no representó una proporción significativa de trabajadores frente al empleo industrial (6.3%) o el número total de ocupados de la ciudad (1.1%), contribuyó de manera importante en número de individuos que laboraron en esta industria en el país (24.2%). En otras palabras, el Distrito Capital generó aproximadamente uno de cada cinco puestos de trabajo de la industria del cuero del país.

Sobre la calidad del trabajo de esta cadena productiva ubicada en Bogotá, se encontró que la tasa de informalidad laboral fue 52.9% en 2011, ci-

fra superior a la alcanzada durante el año anterior (47.2%). Este indicador, pese a ser superior al obtenido por la ciudad (45.6%), resultó inferior al alcanzado por esta rama de actividad económica en las trece principales áreas metropolitanas del país (54%).

Respecto a los niveles de seguridad social que registraron los trabajadores pertenecientes a esta industria en Bogotá, 71.1% de ellos laboraron sin estar simultáneamente afiliados al sistema de salud contributiva y al sistema de pensiones. De forma similar a lo ocurrido con la tasa de informalidad laboral, este porcentaje resultó mayor al registrado por la ciudad (52.7%), aunque inferior al del sector en las trece principales áreas metropolitanas (78.2%).

Cuadro 14. Ocupados de la cadena del cuero, el calzado y la marroquinería. Bogotá y Colombia. Número de ocupados y participación porcentual (%). 2007-2011

Año	Bogotá	Colombia	Part. Bog / Col (%)
2007	40,870	140,815	29
2008	41,122	144,999	28.4
2009	39,777	144,975	27.4
2010	40,214	153,770	26.2
2011	40,994	169,433	24.2

Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares - DANE.

5.2. Nivel educativo

Respecto al máximo nivel educativo obtenido, solamente 23.6% de las personas que laboraron en esta cadena productiva en la ciudad tuvieron algún nivel de formación superior. De hecho, resulta preocupante que el 76.4% restante no presente ningún nivel educativo o tenga únicamente formación primaria o secundaria. Esta estructura resultó muy cercana a lo registrado en el número total de ocupados de la ciudad para el mismo año, en donde 21.8% presentó alguna clase de educación superior, mientras el 78.2% sobrante careció de esta clase de educación. No obstante, esta distribución resultó mejor a la registrada por esta industria en las trece principales áreas metropolitanas, donde 9.9% reportó alguna clase de educación superior y 90.1% careció de esta.

Panorama internacional

6.1. Exportaciones

Contrario a lo sucedido con las importaciones, el valor de las exportaciones de calzado (y sus partes) han caído en el último lustro de manera significativa tanto en el país como en la ciudad. Entre 2008 y 2011, las exportaciones de calzado y sus partes pasaron de 21.7 a 9.6 millones de dólares en la ciudad, lo que equivale a una caída del 56%. En el país, por su parte, la contracción fue significativamente mayor (77%) (ver cuadro 8).

Bajo este panorama, es importante advertir que las exportaciones de calzado de la capital y del país han jugado un papel relativamente poco activo respecto a la producción total del sector. Estas representan tan solo 8% del PIB sectorial. En este mismo sentido, es importante indicar que la participación de las ventas externas de calzado y sus partes en el total de la producción de la ciudad ha disminuido en el último lustro.

Por otro lado, el valor de las exportaciones de marroquinería de la ciudad aumentó 20% en el periodo de referencia, al pasar de 42.6 a 51.1 millones de dólares. En contraste, en el país disminuyeron las exportaciones de este tipo de bienes (-13%). Como consecuencia de esta situación, la parti-

cipación de las exportaciones bogotanas de marroquinería sobre el total del país, pasó de 47% en 2008 a 65% en 2011.

Cuadro 15. Valor de las exportaciones de calzado y marroquinería (Cifras en US\$ FOB). Bogotá vs Colombia (2008-2012*)

Año	Bogotá			Colombia		
	Calzado	Marroquinería	Total	Calzado	Marroquinería	Total
2008	21,777,969	42,630,064	64,408,033	220,685,706	90,866,308	311,552,015
2009	11,921,630	41,381,017	53,302,647	110,993,448	62,089,777	173,083,225
2010	9,744,726	50,078,045	59,822,771	44,447,116	76,702,277	121,149,393
2011	9,634,260	51,168,008	60,802,268	51,703,805	79,186,141	130,889,946
2012*	7,007,035	32,115,506	39,122,541	35,820,124	58,766,564	94,586,688

Fuente: DIAN – Legiscomex

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

Ahora, al analizar el número de pares de zapatos exportados en Bogotá, se observa que éstos registraron una leve disminución durante el periodo analizado al pasar de 487,923 a 457,525 (ver cuadro 9). En este contexto, es importante precisar que la caída en el valor de las exportaciones de calzado y sus partes¹² obedece fundamentalmente a las menores ventas externas de partes de calzado (ver exportaciones por código CIU).

¹² Capítulo de arancel 64

Cuadro 16. Exportaciones de calzado. Bogotá Número de pares. 2008-2012*

Año	Número de pares de zapatos	
	Bogotá	Colombia
2008	487,923	4,725,591
2009	239,734	1,865,439
2010	405,460	1,979,543
2011	457,525	2,266,113
2012*	333,302	1,626,238

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

6.1.1. Exportaciones por código CIU (Clase)

Ahora, al analizar las exportaciones de calzado y sus partes por código CIU, se observa que 91% de la caída de las exportaciones de este tipo de bien entre 2008 y 2011 se explica por las menores ventas externas de partes de calzado (cuadro 17). En menor medida contribuyó la disminución de las exportaciones de calzado de cuero (-26%), las cuales pasaron de 6.9 millones de dólares en 2008 a 5.1 millones en 2011.

En cuanto al volumen de exportaciones, se observa que en 2011 se exportaron 138 mil pares de zapatos. Así las cosas, el valor FOB de un par de zapatos de cuero bogotanos (de exportación) se sitúa en promedio en 37 dólares. El principal comprador de este tipo de calzado bogotano en el exterior es Ecuador ya que, de hecho, el 40% de las exportaciones de la ciudad tienen como destino ese país.

Por otra parte, es importante señalar que las exportaciones de calzado deportivo crecieron dinámicamente en el período de estudio, al pasar de 61 mil dólares a 1.4 millones de dólares.

En relación con el aumento en 20% de las exportaciones de marroquinería, este obedece exclusivamente a las mayores ventas externas de “artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero” (ver cuadro 17)

Cuadro 17. Valor de las exportaciones de calzado y sus partes y marroquinería por código CIU. (Clase) Bogotá 2008-2012*. Cifras en US\$ CIF

Sector	Código CIU	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
Calzado y sus partes	1921	Fabricación de calzado de cuero y piel; con cualquier tipo de suela, excepto el alza deportivo	6,931,080	3,320,608	5,722,427	5,119,585	3,620,372	-26%
	1922	Fabricación de calzado de materiales textiles; con cualquier tipo de suela, excepto el deportivo	344,869	85,938	74,569	297,856	120,127	-14%
	1923	Fabricación de calzado de caucho, excepto el deportivo	1,673,941	709,345	772,618	1,206,602	1,675,301	-28%
	1925	Fabricación de calzado deportivo	61,035	155,169	988,898	1,403,919	316,226	2200%
	1926	Fabricación de partes de calzado	12,695,202	7,638,647	2,122,704	1,574,886	1,227,951	-88%
	1929	Fabricación de calzado ncp	71,843	11,923	63,510	31,412	47,058	-56%
		Subtotal	21,777,969	11,921,630	9,744,726	9,634,260	7,007,035	-56%
Marroquinería	1931	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero	33,358,218	38,882,623	46,731,414	47,284,930	28,917,739	42%
	1939	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados con materiales ncp	9,271,846	2,498,394	3,346,631	3,883,078	3,197,767	-58%
		Subtotal	42,630,064	41,381,017	50,078,045	51,168,008	32,115,506	20%
		Total	64,408,033	53,302,647	59,822,771	60,802,268	39,122,541	-6%

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

6.1.2. Exportaciones por subpartida arancelaria

A continuación se analizarán las exportaciones por subpartida arancelaria, con el fin de determinar los rubros específicos que explican el comportamiento de las ventas externas del sector ‘calzado y marroquinería’ en los últimos años.

La notable caída del valor de las exportaciones de calzado y sus partes en Bogotá, entre 2008 y 2011, estuvo jalonada principalmente por la dinámica que registraron las ventas externas de “partes de calzado” (-92%) y de “tacones y suelas de caucho o de plástico” (-92%). En detalle, la contracción de las exportaciones de estos bienes explica el 90% de la caída de las ventas externas de calzado y sus partes (ver cuadro 10).

Es importante señalar, así mismo, que la contracción de las exportaciones de calzado y sus partes no resultó mayor como consecuencia del incremento de las ventas externas de “los demás calzados con parte superior de cuero, que cubran el tobillo” y de “calzado de tenis, baloncesto, gimnasia y similares” (ver cuadro 11). En relación con éste último rubro, debe resaltarse que en 2011 58% de las exportaciones tuvo como destino Venezuela y el 42% restante Ecuador.

Ahora, al analizar las exportaciones de marroquinería por distintos tipos de productos, encontramos que el comportamiento ha sido muy heterogéneo durante el periodo analizado; mientras que las ventas externas de bolsos de mano en cuero y plástico cayeron 13% y 62%, respectivamente, las de “las demás manufacturas de cuero” aumentaron 121%, al pasar de 14.1 a 31.2 millones de dólares entre 2008 y 2011.

Cuadro 18. Exportaciones de calzado y marroquinería según subpartida arancelaria. Bogotá. Dólares FOB (USD FOB). 2008-2012*

Sector	Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
Marroquinería	4202210000	Bolsos de mano en cuero	5,979,314	4,751,130	5,615,113	5,174,075	3,947,190	-13%
	4202220000	Bolsos de mano de plástico o materia textil.	3,361,125	769,745	1,356,408	1,273,480	1,466,860	-62%
	4202310000	Artículos de bolsillo en cuero	3,489,662	2,616,042	2,666,750	2,237,266	2,122,808	-36%
	4202920000	Sacos de viaje y mochilas de plástico o material textil	3,761,486	653,167	634,160	1,066,931	365,815	-72%
	4205009000	Las demás manufacturas de cuero	14,145,575	25,131,063	31,304,781	31,259,323	16,382,534	121%
	Resto	11,892,903	7,459,870	8,500,833	10,156,933	7,830,299	-15%	
		Subtotal	42,630,064	41,381,017	50,078,045	51,168,008	32,115,506	20%
Calzado y sus partes	6403400000	Los demás calzados con parte superior de cuero, con puntera de metal.	1,404,795	746,861	55,149	145,515	205,541	-90%
	6403919000	Los demás calzados con parte superior de cuero, que cubran el tobillo.	1,549,133	790,962	2,045,149	2,882,825	2,206,177	86%
	6403999000	Los demás calzados con parte superior de cuero	3,433,914	1,424,444	3,097,804	1,482,396	824,702	-57%

Sector	Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
	6404112000	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia y similares.	3,638	153,711	980,710	1,395,301	262,089	38254%
	6406100000	Partes superiores de calzado y sus partes	3,846,278	3,373,089	466,027	322,879	296,091	-92%
	6406200000	Suelas y tacones	7,867,201	3,144,799	782,699	594,070	550,007	-92%
	Resto	Resto	3,673,009	2,287,764	2,317,188	2,811,274	2,662,428	-23%
		Subtotal	21,777,969	11,921,630	9,744,726	9,634,260	7,007,035	-56%
		Total	64,408,033	53,302,647	59,822,771	60,802,268	39,122,541	-6%

Fuente: DIAN – Legiscosmex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

6.1.3. Exportaciones según países de destino

Al analizar el destino de las exportaciones de calzado y marroquinería de la ciudad, se observa que la dinámica de las ventas externas del sector, particularmente de calzado y sus partes, obedece casi que de forma exclusiva a la contracción de las compras realizadas por Venezuela, que pasaron de 26.8 a 5.5 millones de dólares, entre 2008 y 2011.

Esta situación particular se explica por la crisis entre Colombia y Venezuela¹³, que empezó desde mediados de 2009 y, hasta la fecha, no ha podido ser superada en términos prácticos.

Ahora, al analizar la situación comercial con Venezuela por tipo de producto, se encuentra que las caídas más significativas se registraron en: “suelas y tacones”, “partes de calzado”, “sacos de viajes de plástico” y “bolsos de mano de plástico” entre otros.

Por otro lado, es importante resaltar el crecimiento que registraron las exportaciones con destino a Estados Unidos, las cuales crecieron 116% en el periodo analizado, al pasar de 16.2 a 35 millones de dólares. El 98% de estas exportaciones corresponde a marroquinería.

Las exportaciones de calzado y marroquinería con destino a Ecuador, México y Costa Rica registraron un comportamiento dinámico en el periodo analizado (ver cuadro 12). En el caso particular de las exportaciones a Ecuador, se observa que gran parte del aumento de estas se explica por las mayores ventas de botas en cuero y calzado deportivo.

¹³ Venezuela fue hasta 2008 el principal comprador de las manufacturas bogotanas en el exterior.

Cuadro 19. Exportaciones de calzado y marroquinería según país de destino. Bogotá. Dólares FOB (USD FOB). 2008-2012*

País	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
Estados Unidos	16,266,171	28,730,039	35,636,088	35,074,565	20,214,121	116%
Venezuela	26,867,965	9,041,745	4,464,478	5,556,162	4,309,300	-79%
Ecuador	3,620,268	2,581,871	3,840,425	4,990,106	3,384,349	38%
México	2,229,052	2,290,398	1,754,888	2,849,005	1,863,319	28%
Costa Rica	859,090	838,627	991,113	1,281,894	1,166,285	49%

País	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
Perú	868,171	593,173	1,010,761	1,227,813	847,061	41%
Canadá	638,211	400,155	564,495	1,188,796	700,919	86%
Puerto Rico	1,616,194	1,559,969	1,462,745	1,065,804	572,432	-34%
Chile	165,436	529,848	3,032,514	1,063,822	1,412,023	543%
Bélgica	1,249,510	949,058	986,391	1,021,404	240,943	-18%
Otros	10,027,966	5,787,764	6,078,873	5,482,897	4,411,789	-45%
Total	64,408,033	53,302,647	59,822,771	60,802,268	39,122,541	-6%

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

Cuadro 20. Exportaciones de calzado según país de destino. Dólares FOB (USD FOB). 2008-2012*

País	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
Ecuador	2,693,012	1,427,244	2,853,636	3,669,422	2,326,994	36%
Venezuela	14,949,252	6,223,938	758,414	1,414,082	763,170	-91%
Chile	14,619	377,398	2,848,681	770,806	1,261,504	5173%
Estados Unidos	1,505,018	1,418,627	1,147,511	751,625	799,388	-50%
Bélgica	597,171	472,970	510,188	643,885	8,619	8%
Perú	644,673	342,134	434,447	609,442	499,064	-5%
México	72,117	317,429	181,760	393,546	114,055	446%
Costa Rica	62,977	85,528	172,168	266,264	303,184	323%
Canadá	95,531	86,417	90,875	251,743	285,374	164%
Otros	1,143,599	1,169,945	747,046	863,445	645,683	-24%
Total	21,777,969	11,921,630	9,744,726	9,634,260	7,007,035	-56%

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

6.2. Importaciones

El valor de las importaciones de calzado y marroquinería de Bogotá ascendió a 302 millones de dólares (CIF) durante 2011, lo que significa un crecimiento de 51% respecto a 2010 y del 155% respecto a 2008 (ver cuadro 21). Así mismo, las importaciones en lo corrido de 2012 (enero-agosto), ascienden a 180 millones de dólares, equivalente al 60% de las compras externas de 2011.

El comportamiento de las compras externas de este tipo de bienes ha sido particularmente dinámico en Bogotá frente al resto del país. Las importaciones de calzado y marroquinería en Colombia aumentaron 91% en el periodo de referencia (2008-2011), incremento que si bien es importante, resulta significativamente menor al de la ciudad (155%). De hecho, la participación de las importaciones bogotanas de este tipo de bienes sobre el total importado en el país, pasó de 36% en 2008 a 49% en 2011 (ver cuadro 22).

Este incremento récord, registrado en la capital obedece fundamentalmente a las mayores compras de calzado y sus partes, las cuales pasaron de 74.2 a 224 millones de dólares entre 2008 y 2011, lo que significa un aumento de 202%. Por su parte, el valor de las importaciones de marroquinería creció 74% en el periodo de referencia.

Cuadro 21. Importaciones de calzado y marroquinería. Bogotá y Colombia. Dólares CIF (USD CIF). 2008-2012*

Año	Bogotá			Colombia		
	Calzado	Marroquinería	Total	Calzado	Marroquinería	Total
2008	74.252.157	44.421.809	118.673.966	244.596.276	80.542.205	325.138.481
2009	87.859.809	42.054.516	129.914.325	248.225.221	72.596.513	320.821.734
2010	143.889.715	56.905.380	200.795.095	328.242.763	92.784.131	421.026.894
2011	224.122.681	78.445.163	302.567.844	490.864.773	129.736.486	620.601.259
2012*	131.449.841	49.365.690	180.815.531	312.122.036	90.889.031	403.011.067

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE.

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes).

Ahora, al analizar el número de pares de zapatos importados en Bogotá, se observa que éstos se triplicaron durante el periodo de estudio, al pasar de 6,044,160 a 18,508,223 (ver cuadro 2). Es evidente, entonces, que las compras externas de este tipo de bienes han registrado un crecimiento extraordinario en Bogotá durante el último lustro.

Cuadro 22. Importaciones de zapatos. Bogotá Número de pares. 2008-2012*

Año	Número de pares de zapatos
2008	6.044.160
2009	6.919.282
2010	13.534.638
2011	18.508.223
2012*	10.633.691

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

6.2.1. Importaciones por código CIU

Al analizar las importaciones de calzado por código CIU, se observa que 81% del crecimiento récord de las importaciones de este tipo de bien se explica por las mayores compras externas de calzado de caucho, cuero y deportivo (ver cuadro 3).

En este contexto, es importante señalar que el aumento de las importaciones de calzado de caucho explica de manera individual del crecimiento en 34% de las importaciones totales de calzado. En concreto las importaciones de este tipo de zapatos crecieron 217% en el periodo de referencia, al pasar de 23.1 a 73.3 millones de dólares.

Las importaciones provenientes de China, de este tipo de bienes, explican el 84% del crecimiento récord de las importaciones de calzado de caucho. De hecho, en 2008 las importaciones chinas representaban 53% del total de compras externas de este tipo de calzado, y en 2011 esa cifra ascendió a 74%. Así las cosas, tres de cada cuatro pares de zapatos de caucho que importa la ciudad provienen de China. Por su parte, las importaciones de Brasil y Vietnam participan en este segmento con 12% y 6%, respectivamente.

En total se importaron 9.5 millones de pares de zapatos de caucho en 2011 por un valor de 73.3 millones de dólares. En detalle, el valor CIF promedio de cada par de zapato de caucho importado por Bogotá es 7.7 dólares. Al diferenciar entre el zapato de caucho chino y el proveniente

del resto del mundo, se observa una diferencia significativa en términos de precio; mientras que el valor CIF promedio de un par de zapatos de caucho chino correspondiente a 7.1 dólares, el del resto del mundo equivale a 10.1 dólares.

En relación con las importaciones de calzado de cuero, principal bien producido en el Restrepo, se observa un crecimiento de 121% en el periodo de referencia (ver cuadro 3). Este crecimiento obedece a las mayores compras provenientes de China (las importaciones crecieron 140%), Vietnam (222%) y Brasil (269%). En este contexto, es importante advertir que si bien China es el principal país de origen de las importaciones de calzado de cuero, su posición no es tan dominante como en el caso del calzado de caucho. De hecho, 35% de las importaciones de calzado de cuero de la ciudad proviene de China, mientras que 15% y 13% tienen como origen Vietnam y Brasil, respectivamente.

La ciudad importó 2.5 millones de pares de zapatos de cuero durante 2011, por un valor de 66.9 millones de dólares, es decir, el valor CIF promedio de cada par de zapatos de cuero que entra a la ciudad corresponde a 26.3 dólares. Así mismo, es importante precisar que el zapato de cuero chino resulta en promedio 24% más barato que el zapato proveniente del resto del mundo.

Al analizar la composición de las importaciones por código CIU, se observa que las compras de calzado de caucho, de cuero y deportivo representan 33%, 30% y 20%, respectivamente.

En relación con las importaciones de marroquinería, encontramos que 82% de su crecimiento se explica por las mayores importaciones de “artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares” elaborados en materiales distintos al cuero. Por su parte, el crecimiento de las importaciones de “artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares”, elaborados en cuero (106%), explica el 18% del incremento de las importaciones de este sector.

Cuadro 23. Importaciones de calzado y marroquinería según código CIU. Bogotá. Dólares CIF (USD CIF). 2008-2012*

Sector	Código CIU	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
Calzado y sus partes	1921	Fabricación de calzado de cuero y piel; con cualquier tipo de suela, excepto el alza deportivo	30,314,939	30,965,223	41,259,810	66,993,984	32,469,026	121%
	1922	Fabricación de calzado de materiales textiles; con cualquier tipo de suela, excepto el deportivo	10,441,249	13,772,736	23,459,037	36,122,893	21,888,036	246%
	1923	Fabricación de calzado de caucho, excepto el deportivo	23,118,578	27,272,152	48,457,003	73,331,465	40,999,485	217%
	1925	Fabricación de calzado deportivo	9,313,270	14,780,864	28,836,224	44,178,831	34,452,878	374%
	1926	Fabricación de partes de calzado	817,643	1,005,673	1,687,873	3,257,571	1,498,655	298%
	1929	Fabricación de calzado ncp	246,478	63,161	189,768	237,937	141,761	-3%
		Subtotal	74,252,157	87,859,809	143,889,715	224,122,681	131,449,841	202%
Marroquinería	1931	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero	5,728,128	5,139,293	7,709,763	11,798,635	6,265,251	106%
	1939	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados con materiales ncp	38,693,681	36,915,223	49,195,617	66,646,528	43,100,439	72%
		Subtotal	44,421,809	42,054,516	56,905,380	78,445,163	49,365,690	77%
		Total	118,673,966	129,914,325	200,795,095	302,567,844	180,815,531	155%

Fuente: DIAN – Legiscómetex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al período enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

6.2.2. Importaciones según subpartida arancelaria

A continuación se analizarán las importaciones por subpartida arancelaria para determinar los rubros específicos que explican la dinámica de las importaciones de este sector en los últimos años.

En relación con el sector de marroquinería, los productos que explicaron el crecimiento durante el periodo de referencia estuvieron constituidos por: “maletas y maletines de plástico”, “bolsos de mano en cuero”, “bolsos de mano en materiales textiles o plástico”, artículos de bolsillo de plástico”, “mochilas de plásticos o de material textil” y “las demás manufacturas de cuero” (ver cuadro 4). En términos generales, el crecimiento del valor de las importaciones de estos bienes explica el 88% del incremento de todo el sector de la marroquinería.

De manera particular, se destaca el crecimiento de las importaciones de mochilas de plástico o de material textil, que pasaron de 12.8 millones de dólares en 2008 a 26.1 millones de dólares en 2011, un crecimiento de 108%. Por su parte, el valor de las importaciones de bolsos de mano de cuero y de plástico también registraron crecimientos significativos, de 215% y 71%, respectivamente.

Ahora, al analizar las importaciones de calzado, las cuales pasaron de 74.2 millones de dólares en 2008 a 224.1 millones de dólares en 2011, se observa que 91% de este crecimiento extraordinario se explica por el comportamiento de las 9 subpartidas señaladas en el cuadro 4.

En este contexto, es de resaltar el aumento de las compras externas de calzado de caucho o de plástico explica de manera individual el 25% del crecimiento de las importaciones de calzado. En concreto, las importaciones de este tipo de zapatos crecieron 165% en el periodo de referencia, al pasar de 20 a 54 millones de dólares.

Adicionalmente, es de resaltar el notable crecimiento que registraron las importaciones de calzado deportivo. De hecho, el valor de las compras externas de “calzado de tenis, baloncesto, gimnasia y similares”, “los demás calzados para deportes en cuero” y “los demás calzados deportivos” crecieron 478%, 272% y 367%, respectivamente.

**Cuadro 24. Importaciones de calzado y marroquinería. Bogotá.
Dólares CIF (USD CIF). 2008-2012***

Sector	Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % '08/'11
Marroquinería	4202121000	Maletas y maletines de plástico o de materias textiles	8,475,135	7,452,373	8,257,440	11,186,206	7,989,632	32.0
	4202210000	Bolsos de mano en cuero	888,568	1,163,901	2,002,386	2,801,979	1,876,347	215.3
	4202220000	Bolsos de mano de plástico o materia textil	8,286,131	8,155,498	10,254,119	14,133,599	9,873,462	70.6
	4202320000	Artículos de bolsillo de plástico o material textil	2,518,114	2,378,559	3,247,815	5,403,892	3,276,061	114.6
	4202920000	Mochilas de plástico o de material textil	12,834,036	14,093,449	19,102,372	26,092,941	15,343,855	103.3
	4202999000	Las demás artículos de las demás materias de la partida 4202	1,928,050	1,215,390	3,285,425	3,671,250	1,910,258	90.4
	4205009000	Las demás manufacturas de cuero natural o cuero regenerado	785,470	753,467	1,475,055	2,449,418	617,793	211.8
	Resto	Resto	8,706,306	6,841,880	9,280,768	12,705,878	8,478,282	45.9
	Subtotal		44,421,810	42,054,517	56,905,380	78,445,163	49,365,690	76.6
Calzado y sus partes	6402190000	Los demás calzados para deportistas	4,207,654	6,765,851	11,781,893	19,661,251	16,530,171	367.3
	6400220000	Calzado de caucho o de plástico	464,957	1,178,849	2,397,155	3,609,183	2,635,443	676.2
	6402910000	Los demás calzados de caucho o plástico que cubran el tobillo	1,076,848	2,787,988	6,577,027	13,937,732	7,229,579	1,194.3

Sector	Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % '08/'11
	6402999000	Los demás calzados de deportes, con parte superior de cuero natural	2,564,601	3,401,002	6,498,972	9,542,155	4,198,447	272.1
	6403919000	Los demás calzados con parte superior de cuero natural, que cubra el tobillo	2,606,482	4,099,037	6,177,032	12,010,428	6,516,657	360.8
	6403999000	Los demás calzados con parte superior (corte) de cuero natural	26,221,960	25,210,466	33,214,555	50,278,962	23,110,822	91.7
	6404112000	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entretenimiento y calzados similares	2,487,258	4,506,583	10,117,097	14,364,018	13,168,512	477.5
	6404190000	Los demás calzados con parte superior (corte) de materia textil	10,254,321	16,566,498	22,927,179	35,506,220	21,356,018	246.3
	Resto	Resto	3,885,580	3,564,647	5,661,446	10,908,404	6,372,289	180.7
	Subtotal		74,252,157	87,859,809	143,889,715	224,122,681	131,449,841	201.8
		Total	118,673,966	129,914,325	200,795,095	302,567,844	180,815,531	155.0

Fuente: DIAN – Legiscómetex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

A continuación se presenta un cuadro que permite observar el número de pares importados por subpartida arancelaria, así como el valor CIF promedio por cada par de zapatos. Se detalla allí que la ciudad importó en 2011 principalmente calzado con suela y parte superior de caucho o de plástico. En detalle, se importaron un poco más de 6.8 millones de pares de esta subpartida. En segundo y tercer lugar de importancia (según número de pares importados) se ubican “los demás calzados con parte superior textil” y “los demás calzados con parte superior de cuero natural”.

Cuadro 25. Importaciones de calzado según subpartida arancelaria. Bogotá. Dólares CIF (USD CIF) y número de pares. 2011

Subpartida	Descripción	Valor CIF US\$	No. Pares	Valor CIF US\$ promedio par
6402190000	Los demás calzados para deportes	19,661,251	1,124,973	17.5
6402200000	Calzado de caucho o de plástico	3,609,183	1,171,448	3.1
6402910000	Los demás calzados de caucho o de plástico, que cubran el tobillo.	13,937,732	1,286,173	10.8
6402999000	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o de plástico.	54,304,328	6,837,691	7.9
6403190000	Los demás calzados de deportes, con parte superior de cuero natural.	9,542,155	423,603	22.5
6403919000	Los demás calzados con parte superior de cuero natural, que cubran el tobillo.	12,010,428	368,417	32.6
6403999000	Los demás calzados con parte superior (corte) de cuero natural.	50,278,962	1,977,663	25.4
6404112000	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.	14,364,018	708,864	20.3
6404190000	Los demás calzados con parte superior (corte) de materia textil.	35,506,220	3,928,125	9.0

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

6.2.3. Importaciones según país de origen

En relación con el origen de las importaciones de calzado y marroquinería, hay un hecho que no se puede dejar pasar por alto: Bogotá importó seis de cada diez dólares en calzado y marroquinería de China. Las compras externas a China pasaron de 68.4 a 183.6 millones de dólares entre 2008 y 2011.

En este mismo sentido, es importante resaltar el dinámico crecimiento que registraron las importaciones provenientes de Vietnam, Brasil e Indonesia, las cuales crecieron 215%, 161% y 616%, respectivamente.

Cuadro 26. Importaciones de calzado y marroquinería según país de origen. Bogotá. Dólares CIF (USD CIF). 2008-2012*

País	2008	2009	2010	2011	2012*	Var % (2008/2011)
China	68,453,931	70,966,543	104,846,483	183,462,138	114,514,532	168%
Vietnam	9,282,876	7,909,000	12,078,427	29,284,191	20,105,909	215%
Brasil	8,467,762	8,453,590	14,059,723	22,093,879	12,098,726	161%
Indonesia	2,584,440	1,548,890	3,532,315	18,512,722	17,565,904	616%
Panamá	12,005,374	24,770,841	44,037,735	16,963,856	265,148	41%
Italia	1,677,825	1,524,433	2,639,926	4,947,965	2,711,314	195%
España	5,011,338	5,548,791	4,911,628	4,765,189	2,443,073	-5%
Estados Unidos	3,199,817	2,397,562	3,091,719	4,658,070	1,770,515	46%
India	753,774	872	1,504,544	2,554,083	1,037,287	239%
Francia	634,017	489,843	1,539,355	2,392,832	1,376,885	277%
México	665,385	465,031	1,045,969	2,240,927	1,378,125	237%
Perú	1,164,855	774,368	1,437,391	1,662,016	889,596	43%
Tailandia	794,020	651,971	545,182	1,239,926	586,711	56%
Camboya	10,317	16,887	297,353	726,512	74,340	6942%
Otros	3,968,235	3,524,576	5,227,345	7,063,538	3,997,466	78%
Total	118,673,966	129,914,325	200,795,095	302,567,844	180,815,531	155%

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

El notable crecimiento de las importaciones provenientes de China se origina fundamentalmente, en las mayores compras de calzado¹⁴, las cuales pasaron de 32.8 a 122.16 millones de dólares entre 2008 y 2011. En términos de pares de zapatos, en 2011 se compraron 13 millones de pares a la China, mientras en 2008 esta cifra se ubicó en 3.6 millones. Así las cosas, en la actualidad, el 70% de los pares de zapatos importados en Bogotá provienen de China (ver cuadro 7).

Al analizar el tipo de calzado que la ciudad le compra a China, se observa que 75% del valor de las importaciones corresponde a “calzado de caucho o de plástico”, “calzado, con suela de caucho y parte superior de material textil”, “calzado con suela de caucho y parte superior de cuero” y “calzados de caucho, que cubra el tobillo”.

De igual forma, es importante anotar que la composición del valor de las importaciones de calzado provenientes de Indonesia y Vietnam resulta muy similar a la de China. En el caso particular de Brasil, la composición de las importaciones cambia sustancialmente, toda vez que 50% de las compras a ese país corresponden a zapatos en cuero y de materiales sintéticos o textiles.

¹⁴ Aquí también se incluyen las partes de calzado.

Cuadro 27. Importaciones de calzado según país de origen. Bogotá. Dólares CIF (USD CIF). 2008 y 2011

País	2008		2011	
	Usd Cif	No. Pares	Usd Cif	No. Pares
China	32,795,353	3,602,403	122,123,027	13,053,039
Vietnam	9,235,928	459,818	28,351,386	1,174,702
Brasil	8,061,600	775,370	19,493,930	1,408,053
Indonesia	2,511,642	231,450	18,121,051	754,208
Panamá	11,516,760	500,435	16,412,144	1,160,261
Resto	10,130,874	474,684	19,621,143	957,960
Total	74,252,157	6,044,160	224,122,681	18,508,223

Fuente: DIAN – Legiscomex. Elaboración: DESR - SDDE

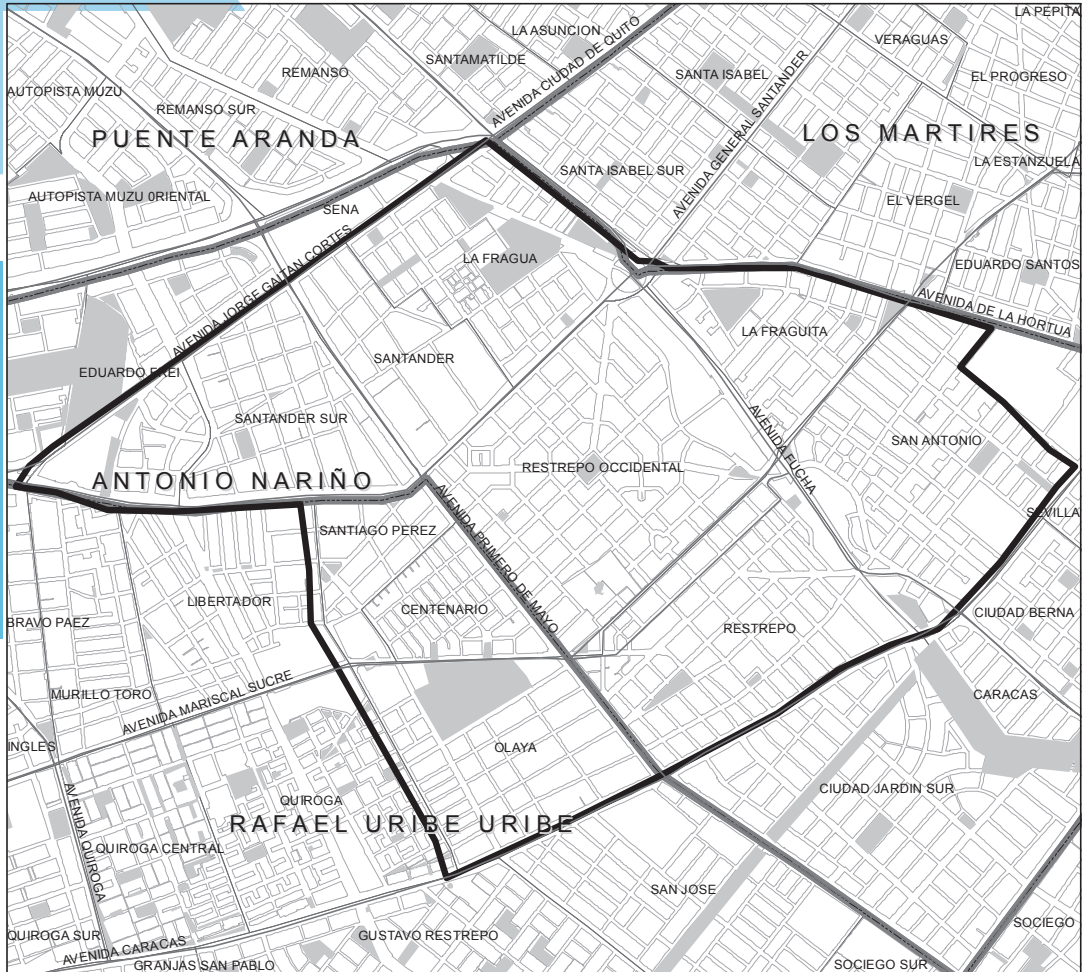
* El año 2012 corresponde al periodo enero - agosto. Para el análisis se utilizaron los capítulos de arancel 42 (marroquinería) y 64 (calzado y sus partes)

Censo a productores y comercializadores de bienes en cuero y calzado

Entre los meses de septiembre y octubre de 2012 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico realizó un censo de productores y comercializadores de calzado y marroquinería en la zona denominada 'Restrepo ampliado'. Esta zona se encuentra ubicada en el sur del distrito capital, dentro de los límites señalados en el mapa 5.

Comprende los barrios Restrepo (oriental y occidental), San Antonio, la Fragueta, La Fragua, Santander (norte y sur), Santiago Pérez, Centenario y Olaya. Dentro de esta zona se encuentra un cuadrante a su interior, conformado entre la Av. Primero de Mayo y Av. Fucha, y las Carreras 27 (Av. Gral. Santander) y el par vial de las carreras 20 y 21. Este sector es conocido con el nombre con el que fue fundado y es denominado "El Restrepo".

Mapa 6. El 'Restrepo ampliado'



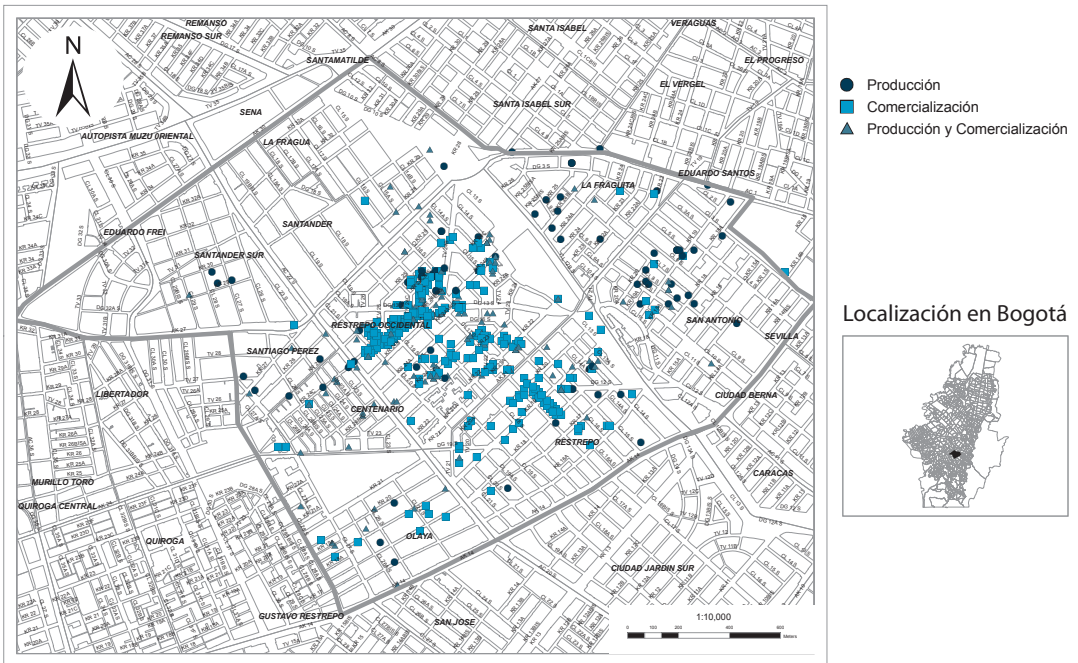
Fuente: Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios, SDDE.

A partir del trabajo de campo realizado, se identificaron 1.342 unidades productivas dedicadas a la producción y/o comercialización de calzado y marroquinería; 227 que rechazaron la aplicación de la encuesta; treinta y dos que clausuraron actividades durante el tiempo comprendido entre el recuento y el censo; catorce referenciadas como unidades involucradas con la producción y/o comercialización de cuero y calzado, pero cuya información resultó no ser cierta; una unidad que se encontró sellada por la DIAN; una que no suministró información al argüir que ya la había suministrado información en otra sede u otro local perteneciente a la misma persona o una misma razón social; diez unidades que al momento de aplicar la encuesta expresaron que sus productos no están directamente

relacionados con la comercialización y producción de cuero y calzado y, finalmente, veinte unidades que se negaron a responder la aplicación de esta encuesta informando haber ya respondido otro censo.

En resumen, se censaron 1,038 unidades productivas, 57% de las cuales se dedica a la comercialización y 43% restante a la producción. En total, existen 448 unidades productivas en la zona del Restrepo dedicadas a la producción de calzado y marroquinería. Este universo corresponde, precisamente, al objeto principal de la intervención distrital en la zona del Restrepo ampliado.

Mapa 7. Distribución espacial de las unidades productivas censadas en el Restrepo



Fuente: Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios, SDDE.

Finalmente, es importante precisar que el presente documento centrará su análisis en estas 448 unidades de producción de calzado y marroquinería.

7.1. Aspectos generales del establecimiento y del Propietario

Al analizar las principales actividades que desarrollan las unidades productivas de la zona, se encuentra que la gran mayoría (84%) se dedica a la fabricación de calzado, el 7% a la fabricación de partes de calzado, y el 9% a marroquinería. Al analizar esta información por tamaño de empresa, se observa que las proporciones no sufren modificaciones significativas. Es evidente, entonces que la zona se dedica fundamentalmente a la producción de calzado.

Cuadro 28. Número de establecimientos según actividad principal que desarrolla

Actividad	Número de establecimientos	%
Fabricación de calzado	377	84
Fabricación de partes de calzado	29	7
Marroquinería	39	9

Fuente: Censo Productores Restrepo SDDE

Según el tipo de producto, 30.1% de las empresas del sector fabrican principalmente zapatos en cuero para dama, mientras 15% elabora, en mayor proporción, zapato en cuero para caballero. Adicionalmente, es importante destacar que para 10,7% de las unidades productivas de la zona, el principal producto fabricado es el calzado para dama en material sintético. En relación con el calzado deportivo, este resulta de fabricación preponderante para 4.7% de las empresas censadas. En materia de marroquinería, se observa que 4.9% de las empresas del sector fabrica principalmente bolsos y carteras en cuero.

Vale la pena resaltar que el cuero continúa siendo el principal insumo de los productores del Restrepo, contrario a lo que acontece en otras ciudades del país productoras de calzado, como Bucaramanga, donde predomina el calzado de material sintético. Esta situación constituye, sin duda, uno de los principales factores diferenciadores del sector.

Cuadro 29. Principales productos fabricados por las empresas del Restrepo, según importancia de producción

Producto	1	%	2	3	Total	%	Número promedio de pares o unidades/mes	Precio promedio
Calzado de cuero para hombre	67	15%	14	7	88	20%	557	61,220
Calzado para hombre en material sintético	14	3%	13	1	28	6%	193	43,571
Calzado de cuero para dama	135	30%	43	9	187	42%	260	57,168
Calzado para mujer material sintético	48	11%	49	8	105	24%	176	37,680
Calzado para niños	13	3%	8	11	32	7%	247	29,778
Calzado deportivo	21	5%	4	1	26	6%	292	42,453
Piezas y partes de calzado	26	6%	0	2	28	6%	2593*	N/A
Chaquetas	13	2.90%	0	0	13	3%	31**	207,500
Insumos para producción (cuero,suelas,viras,etc)	41	9%	3	1	45	10%	6353*	7,109
Bolsos y carteras de cuero	22	4.90%	8	3	33	7.40%	110	70,948
Bolsos y carteras de materiales sintéticos	7	1.60%	16	0	23	5.20%	146	37,262
Correas, cinturones, billeteras y manicarteras	7	1.60%	16	0	23	5.20%	93	28,649
Otros	34	7.60%	1	1	36	8.10%		

La estructura de especialización en la zona no sufre mayores cambios cuando son

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

analizadas de forma exclusiva las empresas más pequeñas del Restrepo¹⁵ (primero dos quintiles de ingreso según ventas). Así las cosas, parecería que la especialización en el Restrepo es independiente del tamaño de las empresas.

¹⁵ Por empresas pequeñas nos referimos, en adelante, a las empresas ubicadas en los dos primeros quintiles de ingreso según ventas, de acuerdo con la información del censo

Cuadro 30. Principales productos fabricados por las empresas pequeñas del Restrepo, según importancia de producción

Producto	1	%	2	3	Total	%	Número promedio de pares o unidades/mes	Precio Promedio
Calzado de cuero para hombre	23	13%	9	4	36	21%	128	56,963
Calzado para hombre en material sintético	5	3%	6	1	12	7%	54	33,828
Calzado de cuero para dama	52	30%	14	5	71	41%	111	50,150
Calzado para mujer material sintético	19	11%	22	3	44	26%	62	34,949
Calzado para niños	8	5%	2	4	14	8%	233	29,514
Calzado deportivo	6	3%	1	0	7	4%	157	33,683
Piezas y partes de calzado	10	6%	1	0	11	6%	711**	N/A
Chaquetas	4	2%	0	0	4	2%	16**	203,750
Insumos para producción	11	6%	1	0	12	7%	1268*	N/A
Bolsos y carteras de cuero	12	7%	1	1	14	8%	78	75,577
Bolsos y carteras de materiales sintéticos	1	1%	10	0	11	6%	130	32,833
Correas, cinturones, billeteras y manicarteras	3	2%	2	0	5	3%	171	14,150
Otros	0	0%	0	0	0	0%		

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Por otra parte, el censo permite analizar la antigüedad de los establecimientos ubicados en el Restrepo. Durante el periodo de 1960 a 1970, aparecen los primeros establecimientos de la actividad, ubicados principalmente sobre el cuadrante de la Av. Primero de Mayo y la Av. Fucha y las Carrera 27 (Av. Gral. Santander) y el par vial de las carreras 20 y 21. Este sector es conocido como “El Restrepo”, nombre original de fundación del barrio.

Durante el periodo comprendido entre 1980 y 1990 se consolida totalmente el sector con establecimientos de la actividad en este mismo cuadrante. Sin embargo, se empieza a otros expandir a barrios colindantes

como el Centenario, La Fragueta y Olaya. Finalmente, durante la última década (2000 – 2012), se mantiene la consolidación del sector con establecimientos de la actividad. Sin embargo la expansión a los barrios colindantes se consolida y vincula totalmente a toda la cadena de la división 19.

En síntesis, se observa que el 21% de empresas productoras tienen más de diez años en la zona; 31% lleva entre cinco y nueve años, y 47% se estableció hace menos de cinco años.

Ahora, al indagar por la forma de tenencia del taller o sitio de trabajo, se encontró que 76% está en arriendo o subarriendo, mientras 19% es reportado como local o lugar propio, bien sea que haya pagado totalmente o que lo estén pagando. Analizando de forma exclusiva los resultados de las pequeñas empresas, se encontró que 80% están en arriendo y 16% cuenta con un lugar propio

Cuadro 31. Tenencia del taller o sitio de trabajo

Forma de tenencia del taller o sitio de trabajo	Frecuencia	%
Propio, totalmente pago	71	16%
Propio, lo están pagando	15	3%
En arriendo o subarriendo	339	76%
En usufructo	1	0%
Otra	2	0%
NS/NR	17	4%
Total	445	1

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Por otra parte, los resultados del Censo confirman algunas ideas en relación a la escasa organización y asociatividad existente entre las unidades productivas del Restrepo. De hecho, 92% de los empresarios afirma no pertenecer a ninguna asociación de productores o comerciantes de calzado. Esta cifra resulta aún mayor si se tiene en cuenta solo las empresas más pequeñas de la zona (primeros dos quintiles de ventas), donde 98% no perteneció a una asociación de productores. Esta situación está íntimamente ligada a la falta de liderazgo en el sector, dado que 88% de los empresarios no identifica un líder en la zona.

Resulta evidente, en consecuencia, que las empresas que integran este conglomerado no cooperen entre ellas y, antes bien, compitan por la misma demanda. Esto las hace desconfiar entre sí y anular sus posibilidades de construir capital social y economías de escala. Su percepción, en este sentido, es que los costos de perder parte de la demanda, ante un competidor que produce y oferta bienes similares en la misma área geográfica, superan los beneficios de colaboración y cooperación entre los productores de la misma concentración.

De tal modo que, al no asociarse ni generar economías de escala por asociación, los empresarios del Restrepo no aprovechan las ventajas de las aglomeraciones, tales como realizar compras en conjunto para aminorar los costos de los bienes intermedios; asociarse para vender grandes volúmenes, o emplear sistemas logísticos o servicios administrativos compartidos que reduzcan sus costos. Lo máximo que llegan a establecer, en conjunto, es el pago colectivo al negocio de un servicio restringido de celduría que les proporciona una cierta seguridad en el área.

De hecho, los resultados del censo confirman esta hipótesis. Al indagar si los empresarios estarían dispuestos a comprar insumos o maquinaria y equipo, conjuntamente con otros productores de la zona, se observa que 58% no está de acuerdo, y tan solo 34% estaría en disposición de hacerlo.

Cuando se analizan estos resultados por tamaño de empresa, se observa claramente que los empresarios más pequeños son más reacios a asociarse, y únicamente 29% de ellos estaría en disposición de trabajar conjuntamente, mientras que para las empresas grandes –pertenecientes a los dos últimos quintiles de ventas–, este porcentaje asciende a 44%.

7.2. Aspectos relacionados con la localización del establecimiento

En cuanto a los aspectos relacionados con la localización del establecimiento, se observa que los tres factores más favorables para el establecimiento o unidad productiva son la importancia del reconocimiento de la zona (67% de los empresarios lo considera un aspecto positivo para su negocio), la cercanía a proveedores (49%) y la concentración de clientes (42%). Estos factores están estrechamente relacionados con las economías de aglomeración. No obstante, los empresarios de la zona poco han

hecho para poder aprovechar, de una mejor manera, los beneficios de la aglomeración, como quedó evidenciado en la sección anterior.

En relación con los aspectos negativos de la localización en la zona, los altos costos de los servicios públicos, la inseguridad y la competencia juegan un papel fundamental. En este contexto, vale la pena mencionar que los aspectos positivos de la localización superan por amplio margen a los negativos, toda vez que el 75% de los empresarios de la zona no ha pensado en cambiar de zona. Es un hecho, entonces, que la localización, juega un rol principal en la rentabilidad de las empresas del Restrepo.

7.3. Acceso al crédito

Las unidades productivas de economía popular enfrentan un obstáculo significativo, relacionado con la dificultad para acceder a un adecuado financiamiento. En el censo del Restrepo se encontró que 68% de las empresas no ha solicitado créditos en el sistema financiero en el último año.

Ahora bien, si se tiene en cuenta que se trata en la mayoría de los casos de microempresas, es probable que un alto porcentaje de ellas no sea objeto de crédito en el sistema financiero formal –al menos el privado–. De hecho, se observa que la participación de empresas que no solicitaron un crédito disminuye en la medida en que el rango del valor de activos aumenta. Al analizar exclusivamente las empresas más pequeñas de la zona, se observó que 73% de ellas no ha solicitado créditos en el último año.

Lo anterior permite suponer que los empresarios de la zona no están recurriendo a número significativo al sector financiero, lo que puede indicar que se está aplazando la realización de inversiones, o se están buscando otras fuentes de financiación. Frente a ello se tiene que 20% de los empresarios que solicitaron un crédito al sistema financiero no les fue aprobado. Este porcentaje resulta aún mayor para las empresas más pequeñas de la zona (24%).

Al analizar las principales razones por las cuales los créditos fueron rechazados, se observa que la carencia de respaldo financiero ocupa el primer lugar (33% de los rechazos), mientras que la falta de apalancamiento (21%) y los reportes en las centrales de riesgo (17%), ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente. Cuando se indagó sobre eventuales reportes en las centrales de riesgo, se encontró que 14% de los empresarios de la

zona manifestó estar reportado en ellas. Este porcentaje no se modifica sustancialmente con el tamaño de la empresa.

Respecto a las empresas que buscan fuentes de financiación alternas, se observa que 12% de los empresarios que tienen algún tipo de crédito, lo ha solicitado mediante el sistema del “gota a gota”, mientras que 17% lo ha solicitado con familiares o amigos. En este contexto, es importante señalar que 70% de los empresarios que ha realizado préstamos al “gota a gota” corresponde a las empresas más pequeñas –ubicadas en los primeros tres quintiles de ventas-. Esta situación obedece a que el micro y pequeño productor es quien más obstáculos enfrenta para acceder al sistema financiero formal.

Al analizar el monto de las cuotas mensuales que pagan los empresarios con algún tipo de crédito, se observa que 30% de ellos paga cuotas mensuales de entre 200 mil y 500 mil; 22% de entre 500 mil y un millón, y 31% de más de un millón.

Cuadro 32. Cuota mensual del crédito de los empresarios del Restrepo

Cuota mensual de crédito (s)	Número establecimientos	%
Menos de 200,000	16	15%
Entre 200,000 y 500,000	32	30%
Entre 500,000 y 1,000,000	24	22%
Más de 1,000,000	33	31%
NS/NR	3	3%

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

En relación con el costo asociado al crédito, se encontró que 36% de los empresarios paga tasas de interés superiores al 5% mensual. Al analizar exclusivamente las empresas pequeñas (quintiles 1 y 2) este porcentaje aumenta considerablemente. De hecho, 43% de estos microempresarios paga tasas de interés superiores a 5% mensual, lo que corresponde a tasas anuales que se sitúan por encima del 60%.

Estos resultados confirman la hipótesis inicial de que las microempresas no solo deben enfrentar obstáculos para acceder al sistema financiero,

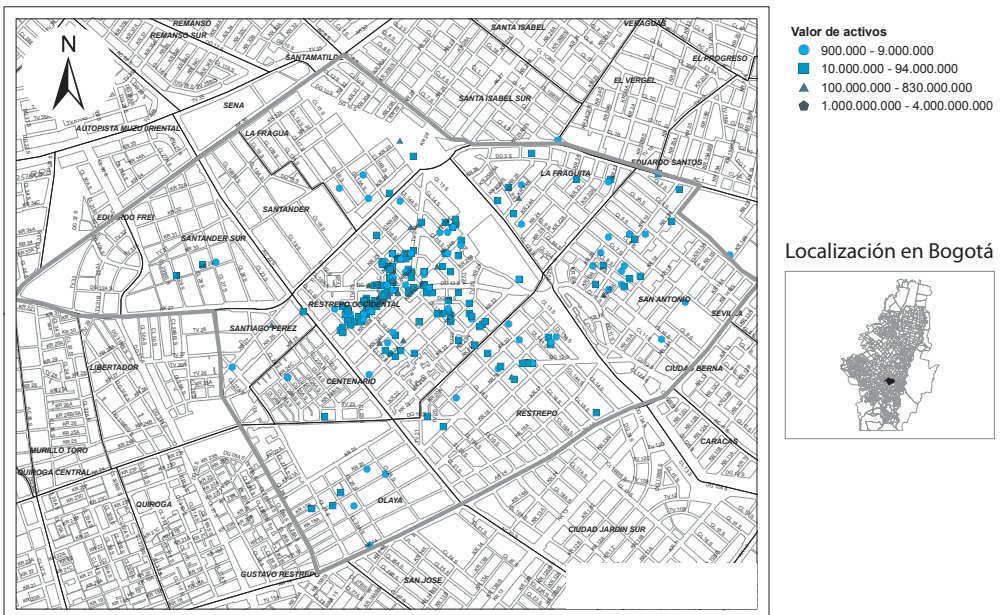
sino que una vez que lo logran, tienen que pagar una tasa de interés considerablemente superior al promedio del mercado. Esta situación afecta, sin lugar a dudas, su productividad.

7.4. Aspectos contables: nivel de activos y ventas

En relación con los aspectos contables de las empresas en la zona, se observa que 63% de ellas utiliza libros contables y 22% libros fiscales para asentar sus operaciones de ingresos y gastos, es decir, que un poco más del 85% cuentan con una contabilidad formal. Este porcentaje disminuye considerablemente al analizar los resultados de las empresas más pequeñas de la zona; 75% de estas goza de contabilidad formal.

Por otra parte, el censo también indagó por el valor de los activos de las empresas de la zona. Una primera conclusión tiene que ver con el predominio en la zona de establecimientos pequeños, por cuanto su distribución corresponde mayoritariamente a empresas con activos menores a 20 millones.

Mapa 8. Distribución espacial de los empresarios del Restrepo según nivel de activos



Fuente: Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios, SDDE.

De hecho 67%¹⁶ de los empresarios del Restrepo ampliado reportan activos inferiores a veinte millones de pesos. En contraste, tan solo el 9% de los empresarios reporta tener activos superiores a cien millones de pesos (ver cuadro 33).

Cuadro 33. Distribución de las empresas del Restrepo según nivel de activos

Cuál era el valor de los activos de este establecimiento a 31 de diciembre de 2011	Nro. establecimientos	%
Menos de 10.000.000	104	47%
Entre 10.000.001 y 20.000.000	44	20%
Entre 20.000.001 y 50.000.000	33	15%
Entre 50.000.001 y 100.000.000	23	10%
Entre 100.000.001 y 200.000.000	6	3%
Entre 200.000.001 y 500.000.000	8	4%
Más de 500000000	5	2%

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Ahora, al analizar las ventas mensuales de los establecimientos del Restrepo, se observa que, en promedio, una unidad productiva vende dieciocho millones de pesos al mes. No obstante, el comportamiento de las ventas resulta heterogéneo al interior de la zona, razón por la cual es clave utilizar una herramienta de análisis distinta a la del promedio simple, como la de los quintiles por ventas.

Una vez realizado este ejercicio, el panorama cambia radicalmente; mientras que las empresas que pertenecen al primer quintil venden en promedio 1.4 millones de pesos al mes, las empresas del último quintil venden mensualmente cerca de 68 millones de pesos, en promedio.

¹⁶ Es importante aclarar que ese porcentaje se tomó del total de empresas que respondió esta pregunta, correspondiente a 50% del total de encuestados.

Cuadro 34. Ventas mensuales de los productores del Restrepo por quintiles

Quintil	Ventas mensuales promedio
1	\$ 1,465,323
2	\$ 3,332,520
3	\$ 5,770,854
4	\$ 10,768,830
5	\$ 67,705,648

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Al consolidar las ventas de todas las empresas de la zona, se encontró que mensualmente se venden cerca de 7,860 millones de pesos, en promedio, lo que corresponde a 94 mil millones de pesos anuales. Al respecto, es importante aclarar que esta última cifra se encuentra subestimada, toda vez que un número significativo de empresas no accedió a responder la encuesta. Si se realiza el supuesto de que aquellas que no respondieron el censo se distribuyen igual que las empresas censadas, la cifra de total ventas anuales ascendería a más de 115 mil millones de pesos.

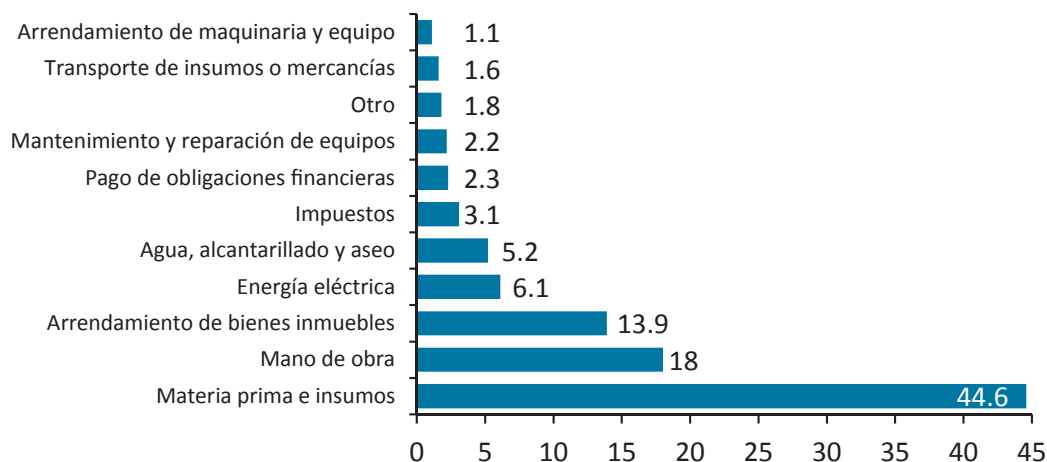
Al analizar exclusivamente las empresas productoras de calzado, las ventas anuales ascienden a más de 110 mil millones de pesos, cifra equivalente a 25% del total de la producción el sector.

7.5. Estructura de costos

En esta sección se analizará la estructura de costos que enfrentan los empresarios de la zona del Restrepo ampliado. Un primer resultado apunta a que la estructura de costos de las empresas es independiente del tamaño de las mismas. En otras palabras, la distribución de los costos de las empresas resulta muy similar para las empresas grandes, medianas y pequeñas.

Los tres principales componentes de la estructura de costos de las empresas del Restrepo son: 1) las materias primas y los insumos, equivalentes a 44.6% de la totalidad de los costos de las empresas; 2) mano de obra, equivalente a 18%, y 3) arrendamiento, equivalente a 13.9%. Adicionalmente, resulta importante anotar que estos resultados coinciden con los obtenidos en otros estudios que realizados para el sector de calzado y marroquinería.

Gráfica 11. Estructura de costos de las empresas del Restrepo



Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

7.6. Insumos

En relación con la adquisición de materias primas, se observa que 87% de los empresarios adquiere los insumos en la misma zona del Restrepo, mientras que 16% los adquiere en otras zonas de Bogotá. Tan solo 5% de las empresas adquiere sus insumos en otras ciudades del país. Así mismo, es importante anotar que 54% de los empresarios manifestó que adquiere sus insumos en las peleterías (minoristas), mientras que 42% los adquiere o bien con mayoristas o bien directamente con los fabricantes.

En cuanto a la forma de pago de los insumos, se observa que 55% de los empresarios adquiere sus insumos de contado y 38% a crédito. Si se analizan los resultados de esta última variable (insumos a crédito) por tamaño de empresa, se evidencian grandes diferencias; mientras que 53% de las empresas más grandes de la zona adquiere sus insumos a crédito, tan solo 27% de las pequeñas accede a este tipo de financiamiento.

7.7. Mano de obra

Respecto a la mano de obra que emplean las unidades productivas del Restrepo, los resultados del censo permiten señalar que 35% de las empresas afirma no tener trabajadores remunerados permanentes (término indefinido), mientras que 38% de los empresarios emplea entre uno y tres

trabajadores remunerados permanentes. Solo 6% de los empresarios afirma contar con más de diez empleados remunerados permanentes (ver cuadro 35). Estos resultados confirman lo observado en secciones anteriores, en el sentido de que en el Restrepo predominan las micros y pequeñas empresas.

Cuadro 35. Número de trabajadores remunerados permanentes por establecimiento

Cuantos trabajadores remunerados permanentes tiene el establecimiento (personal con contrato a término indefinido)	Número establecimientos	%	% acumulado
0	154	35%	35%
entre 1 y 3	170	38%	73%
entre 4 y 5	45	10%	83%
entre 6 y 10	50	11%	94%
más de 10	26	6%	100%

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Un panorama muy similar al anterior se presenta al analizar los resultados del censo, en materia de trabajadores remunerados temporales por establecimiento.

Cuadro 35. Número de trabajadores remunerados permanentes por establecimiento

Cuantos trabajadores remunerados temporales tiene el establecimiento (termino fijo, prestación de servicios, por horas)	Número establecimientos	%	% acumulado
0	179	40%	40%
entre 1 y 3	173	39%	79%
entre 4 y 5	41	9%	88%
entre 6 y 10	45	10%	98%
más de 10	7	2%	100%

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

En total trabajan en la zona censada 2,845 personas, 55% de los cuales son empleados permanentes; 35% son temporales, y 10% son empleados (familiares) no remunerados. Esta cifra se encuentra subestimada, toda vez que un número significativo de empresas de la zona no accedió a responder la encuesta. Si suponemos que estas empresas se distribuyen igual que las empresas censadas, la cifra de total de empleados ascendería a 3,460 personas.

Al analizar exclusivamente las empresas productoras de calzado, el número de trabajadores es 3,219. Esta cifra equivale a 28% del total del empleo del sector de fabricación de calzado en la ciudad¹⁷.

En relación con la formación de los trabajadores de las empresas, se observa que solo el 9% de las empresas reporta emplear profesionales, 8.5% afirma contar con tecnólogos o técnicos, y 34% con operarios especializados. En contraste, 30% de los empresarios reporta emplear operarios no especializados y 37% ayudantes y/o asistentes. Esta información indica que la mayoría de los empleados están vinculados, más que por su capacitación formal, por su experiencia.

A propósito de lo anterior, se observa que 94% de los empresarios no invierte en capacitación para recurso humano. Esta cifra asciende a 100% para los empresarios más pequeños de la zona (primeros dos quintiles de ingreso).

7.8. Comercialización

Al analizar los resultados del censo, en relación con los temas de comercialización, se encuentra que 81% de los empresarios manifestó vender sus productos principalmente en la misma zona donde está ubicado su establecimiento, mientras que solo 1.8% (ocho empresas) manifiesta que su principal mercado es externo.

En este contexto, es importante señalar que 53% de las unidades productivas indica vender a plazos su mercancía. Para las empresas ubicadas en los quintiles uno y dos, este porcentaje disminuye notablemente y se ubica en 40%. Por otra parte, es importante señalar que la gran mayoría de empresas (88.5%) informa no negociar sus facturas.

En relación con los canales de comercialización que utilizan los empresa-

¹⁷ Para determinar el total de empleados del sector de fabricación de calzado en la ciudad, se utilizaron como fuentes la Gran Encuesta Integrada de Hogares –GEIH–, y la Encuesta Anual Manufacturera –EAM–.

rios de la zona, se observa que la mayoría de los establecimientos productivos (69%) vende principalmente en almacenes o locales arrendados, mientras que 30% vende en almacenes o locales propios.

Adicionalmente, es importante advertir que apenas 30.1% de las empresas afirma hacer algún tipo de propaganda para la divulgación de sus productos. La situación resulta aún más crítica en las pequeñas empresas, donde tan solo 18% de estas afirma hacer algún tipo de estrategia de mercadeo.

7.9. Formalización

Un aspecto que vale la pena destacar, se relaciona con el hecho de que en la zona predomina la informalidad. En detalle, 8.5% de los establecimientos censados afirma contar con certificado de calidad; 28% asegura afiliarse a sus empleados al régimen de seguridad social; 17% afirma contar con registro de marca; 7% con código de barras, y 81% con registro de Cámara de Comercio.

Al analizar los resultados para las empresas más pequeñas de la zona, se encontró que 4% afirma contar con certificado de calidad; 20% asegura afiliarse a sus empleados al régimen de seguridad social; 9% tener registro de marca; 5% código de barras, y 70% registro de Cámara de Comercio.

Estos resultados evidencian que existe una correlación negativa entre informalidad y tamaño de empresa, es decir, a medida que disminuye su tamaño de las empresas aumenta el grado de informalidad.

7.10. Necesidades y expectativas

En el censo también se indagó por las necesidades, problemas, así como por las expectativas y retos del empresariado del Restrepo.

En relación con las necesidades o problemas del sector, se observa que 51% de los empresarios manifiesta preocupación por lo que consideran “exceso de competencia”. Esta situación se refuerza frente a su percepción de que aporta más costos que beneficios asociarse junto con otros productores de la misma concentración, como ya se explicó anteriormente.

Por otra parte, la falta de maquinaria y equipo moderno, así como la incapacidad para producir a gran volumen, son preocupaciones evidenciadas

en la zona (ver cuadro 37). En relación con la falta de maquinaria y equipo moderno, es importante advertir que 75% de los establecimientos informa no haber introducido ninguna mejora o innovación en su proceso productivo. Al analizar las empresas pequeñas, este porcentaje asciende a 84%.

Cuadro 37. Principales necesidades o problemas de los productores del Restrepo

Principales necesidades o problemas que tiene este negocio en el proceso productivo	Número de establecimientos	%
Falta de maquinaria y equipo más modernos	157	20.3
Falta de experiencia en el mercado	54	7.0
Precio y calidad de los insumos	68	8.8
Escasez de insumos y materias primas	54	7.0
Incapacidad para producir a gran volumen	97	12.5
Demasiada competencia	226	29.2
Falta de capacitación de sus trabajadores	45	5.8
Problemas para la comercialización de sus productos	49	6.3
Otro	23	3.0

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Por otra parte, los empresarios de la zona manifestaron los aspectos en los cuales les gustaría profundizar sus conocimientos para mejorar el funcionamiento de sus empresas. Dentro de los aspectos relevantes, se destacaron los relacionados con las alternativas de negocio, estrategias de mercadeo y la utilización de tecnología moderna.

Cuadro 38. Aspectos relevantes para profundizar conocimientos por parte de los empresarios del Restrepo

Aspectos que le gustaría profundizar sus conocimientos para mejorar el funcionamiento de su empresa:	Número de establecimientos	%
Aspectos legales y tributarios	126	11.0
Uso de tecnología moderna	158	13.8
Alternativas de negocios nacionales e internacionales	204	17.8
Estructura contable y financiera	125	10.9
Entidades de fomento	89	7.8

Aspectos que le gustaría profundizar sus conocimientos para mejorar el funcionamiento de su empresa:	Número de establecimientos	%
Medios de innovación y mejora de productos	129	11.2
Estrategias de mercadeo	253	22.0
Selección de personal	60	5.2
Otro	4	0.3

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

Finalmente, los empresarios del Restrepo expresaron alternativas, que para ellos resultan relevantes a la hora de establecer una eventual alianza con otros productores de la zona. En este orden de ideas, se destacaron el interés por establecer alianzas para un centro de comercialización; implementar planes para capacitar personal, y adquirir maquinaria y equipos conjuntamente.

Cuadro 39. Alternativas relevantes a la hora de establecer alianzas con otros productores

Alternativas relevantes a la hora de establecer una alianza u asociación con los demás productores o comercializadores de la zona:	Número de establecimientos	%
Capacitar conjuntamente a los trabajadores en nuevas técnicas de diseño, producción y comercialización	136	21.7
Adquirir maquinaria y equipos modernos que puedan compartir	138	22.0
Asociarse para comprar insumos y reducir costos	130	20.7
Adquirir conjuntamente bodegas o talleres que puedan compartir	63	10.0
Contar con un centro de comercialización que puedan utilizar los empresarios de la zona	156	24.9
Otro	4	0.6

Fuente: Censo a los productores del Restrepo - SDDE. Elaboración: DESR - SDDE

7.11. Conclusiones del censo

En síntesis, los establecimientos productivos dedicados a la fabricación de calzado y marroquinería de la aglomeración ubicada en el ‘El Restrepo’ presentan graves problemas de productividad. Se encuentra, por una parte, grandes diferencias entre las empresas ubicadas dentro de esta aglomeración. Según el censo realizado en la zona se evidencia que, mientras la productividad laboral de las empresas más pequeñas se ubica en 9.7 millones de pesos al año, la de las empresas más grandes asciende a 81.2 millones¹⁸. De igual forma, las empresas pertenecientes al primer quintil de ventas registraron en promedio 1.4 millones de pesos al mes en ventas, en tanto que aquellas pertenecientes al último quintil facturaron mensualmente 67 millones.

Se observa, por otra parte, que al estar conformado principalmente por microestablecimientos con bajos niveles de innovación y problemas estructurales de competitividad, las empresas del Restrepo son menos productivas respecto a aquellas de más de diez trabajadores ubicadas en la ciudad. Al comparar los resultados del censo con la información de la Encuesta Anual Manufacturera Regional para Bogotá, elaborada por el DANE, se encuentra que, en promedio, la productividad laboral de las firmas de la zona fue de 35 millones de pesos, mientras que la de las empresas de la economía consolidada ascendió a 56 millones.

Es evidente, en consecuencia, que existen grandes brechas de productividad entre la economía popular aglomerada en el Restrepo y la economía consolidada de la ciudad. Estas brechas se traducen en ingresos insuficientes para gran parte del tejido productivo de la zona, así como en la incapacidad para contratar personal formalmente e invertir en capital, tanto físico como humano. El censo realizado permitió identificar al menos cinco causas de la baja productividad de las empresas ubicadas en esta zona:

1. **Problemas de sobrecostos en la adquisición de insumos y materias primas.** Los productores de la zona no pueden adquirir sus insumos de forma eficiente debido a la falta de información sobre el funcionamiento de los canales de distribución mayorista, y su falta de poder de negociación generado por su escaso volumen de compra. El censo encontró que 87% de los empresarios adquieren insumos en la misma zona; 54% en las peleterías minoristas –al no poder acceder a los fabricantes–, y 38% lo hace a través de créditos.

¹⁸ Se estimó la productividad laboral como la proporción entre el total de las ventas del establecimiento – como aproximación de la producción– sobre el número total de empleados.

- 2. Escaso o nulo acceso a tecnología.** Debido a sus escasos ingresos y a su estructura de costos improductiva, los pequeños establecimientos de la zona no pueden acceder, de manera individual, a maquinaria y servicios de alta tecnología, debido a los altos costos asociados. El censo evidenció como 35% de los empresarios señala como principal necesidad en la zona es la falta de maquinaria y de equipo moderno, y como 75% informa no ha introducido alguna mejora o innovación en sus procesos productivos.
- 3. Gestión inadecuada en ámbitos comercial y de mercadeo.** Producto de su bajo poder de negociación con los comercializadores mayoristas, su falta de información sobre el mercado y los grandes distribuidores, así como su escaso volumen de bienes para venta, los fabricantes de calzado y marroquinería presentan dificultades para comercializar su producción. El censo realizado permitió observar que 57% de los empresarios de la zona desea profundizar sus conocimientos en estrategias de comercialización y mercadeo, y 30% en implementar algún tipo de propaganda para la divulgación de sus productos.
- 4. Problemas de acceso a financiamiento en condiciones favorables.** Estos inconvenientes ocurren debido a las características de los establecimientos, tales como sus escasos ingresos y activos. Según el censo, 12% de los empresarios de la zona que han accedido a algún tipo de crédito lo han adquirido a través del sistema de “gota a gota”, mientras que 17% lo ha obtenido a través de familiares o amigos. El censo también mostró que 70% de los empresarios que ha solicitado préstamos al “gota a gota” corresponde a los tres primeros quintiles de ventas, y que 43% de las unidades pertenecientes a los primeros dos quintiles que tuvieron algún tipo de crédito, pagó tasas de interés superiores al 5% mensual.
- 5. Baja calificación del recurso humano.** La productividad laboral existente es explicada por esta problemática. En el censo se encontró que 9% de las empresas reportó tener profesionales, 8.5% tecnólogos o técnicos, y 34% operarios especializados. Lo más importante sobre este punto identificar que 94% de los empresarios no invierte en capacitación para su recurso humano, cifra que asciende a 100% para los empresarios más pequeños de la zona –primeros dos quintiles de ventas–.

Otra característica relevante del Restrepo es la escasa organización de las empresas, que ha impedido que éstas aprovechen los beneficios derivados de la aglomeración. Los resultados del censo confirman esta idea. 92% de los empresarios afirma no pertenecer a alguna asociación de productores o comerciantes de calzado.

Bibliografía

Andes, Universidad de los. 2010. Programa de implementación de un componente transversal de apoyo al fortalecimiento de una iniciativa de desarrollo de clusters. Caso: Cluster de Cuero y Calzado del Valle del Cauca la Universidad de los Andes. s.l. : Universidad de los Andes , 2010.

Bateman, Alfredo y Marínez, Javier Esteban. 2011. Economías de aglomeración: una explicación a la distribución espacial. Bogotá : Cuadernos de Desarrollo Económico N. 9. Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios. Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2011.

Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID. 2012. Identificación, diagnóstico y caracterización de las concentraciones y aglomeraciones productivas, clúster, formas asociativas, cadenas productivas, y otras forma productivas en el Distrito Capital. Bogotá : Universidad Nacional de Colombia. Cuadernos de Desarrollo Económico N. 21. Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios. Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2012.

DNP, CEINNNOVA &. 1998. Estudio de la productividad y competitividad de la microempresa del sector del cuero en Colombia. s.l. : Centro de Innovación y Servicios para la Industria del Calzado -CEINNNOVA. Departamento de Planeación Nacional -DNP, 1998.

Escofet, H. 2006. Competitividad, gobierno, y organizaciones locales. Washington D.C. : Serie de estudios económicos y sectoriales. Inter-American Development Bank, 2006.

Espa, G, Giuliani, D y Arbia, G. 2010. Weighting Ripley's K-function to account for the firm dimension in the analysis of spatial concentration. s.l. : Department of Economics, University of Trento, 2010.

Fujita, M, Krugman, Paul y Venables, A. 2000. Spatial Economy. s.l. : Massachusetts Institute of Technology, 2000.

Krugman, Paul. 1995. Desarrollo, geografía y teoría económica. Barcelona : Antoni Bosch, 1995.

Opticor, Universidad del Valle &. 2006. Construcción colectiva de estrategias competitivas regionales para el aprovechamiento de las oportunidades en la globalización de los mercados. Cadena productiva cuero, calzado y manufacturas de cuero. s.l. : Universidad del Valle. Opticor, 2006.

Riaño, Manuel, Dussán Zuluaga, Luis Felipe y Ricón, Henry. 2013. Existe información económica sobre los sectores líderes en Bogotá? El caso del clúster de la moda. Bogotá : Cuadernos de Desarrollo Económico N. 19. Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios. Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2013.

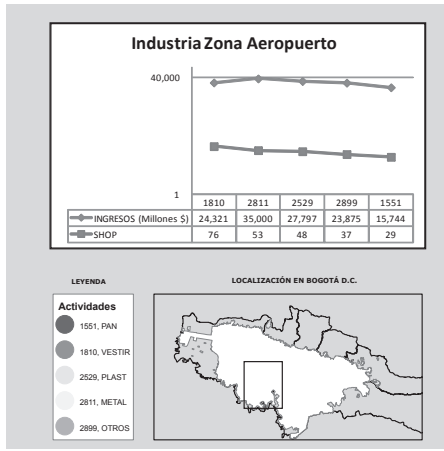
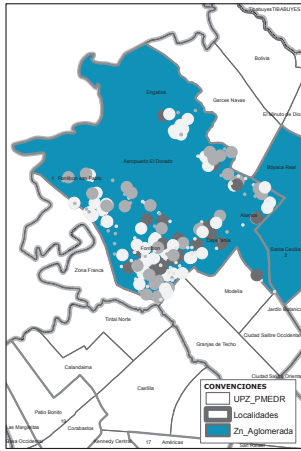
Ripley, B. D. 1977. Modelling Spatial Patterns (with discussion). s.l. : Journal of the Royal Statistical Society, 1977.

Ripley, B.D. 1976. The second-order analysis of stationary point processes. s.l. : Journal of Applied Probability, 1976.

Anexos

Anexo I. Planos de las diecinueve zonas de aglomeración

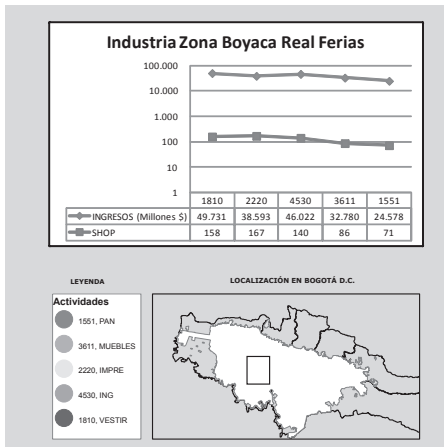
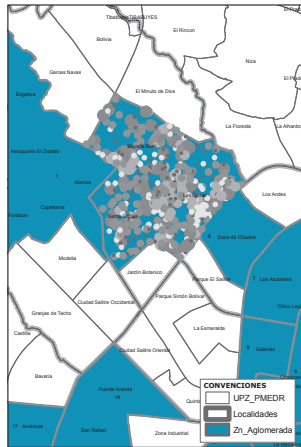
Zona 1. Aeropuerto



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONÓMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	24,321	76	4.96397	1
2811	FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS PARA USO ESTRUCTURAL	35,000	53	4.85554	2
2529	FABRICACION DE ARTICULOS DE PLASTICO NCP	27,797	48	3.99373	3
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	23,875	37	3.14727	4
1551	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	15,744	29	2.06718	5

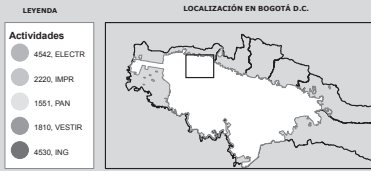
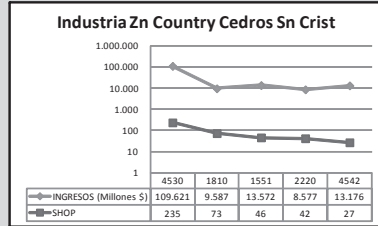
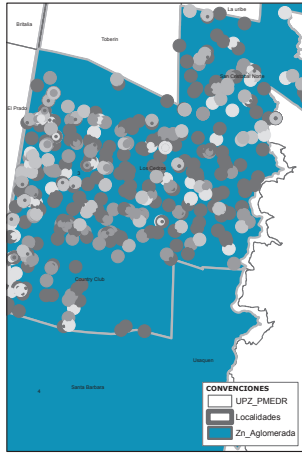
Zona 2. Boyacá Real, Ferias



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONÓMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	49,731	158	5.58773	1
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	38,593	167	5.0857	2
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	46,022	140	5.01147	3
3611	FABRICACION DE MUEBLES PARA EL HOGAR	32,780	86	3.15403	4
1551	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	24,578	71	2.36298	5

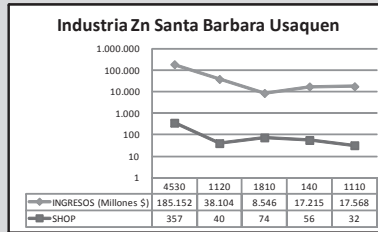
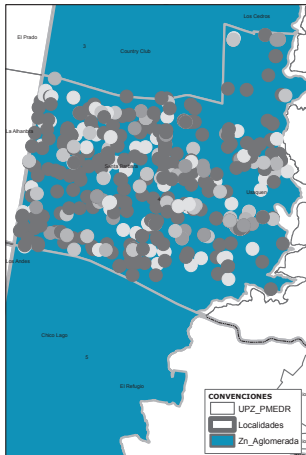
Zona 3. Country



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

ZN_AGLOMER	CIUU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
3	4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	109.621	235	9,56416	1
3	1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	9.587	73	1,63311	2
3	1551	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	13.572	46	1,26486	3
3	2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	8.577	42	0,9525	4
3	4542	TRABAJOS DE ELECTRICIDAD	13.176	27	0,85799	5

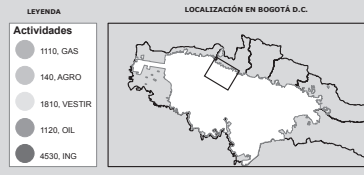
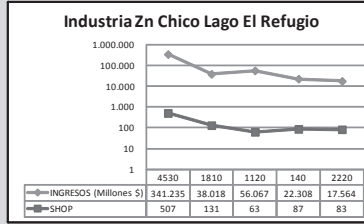
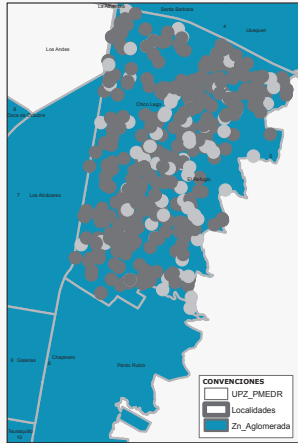
Zona 4. Santa Bárbara



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIUU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	185.152	357	9,8002	1
1120	ACTIVIDADES DE SERV. RELACIONADAS CON EXTRACCION DE PETRO.	38.104	40	1,35582	2
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	8.546	74	1,03094	3
140	ACTIVIDADES DE SERVICIOS, AGRICOLAS Y GANADEROS, EXC.	17.215	56	1,01347	4
1110	EXTRACCION DE PETROLO (GRUPO DE ACTIVIDADES)	17.568	32	0,66827	5

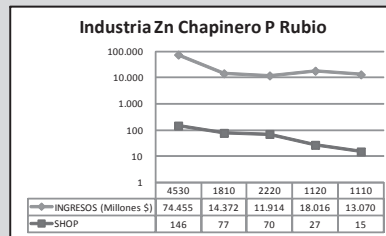
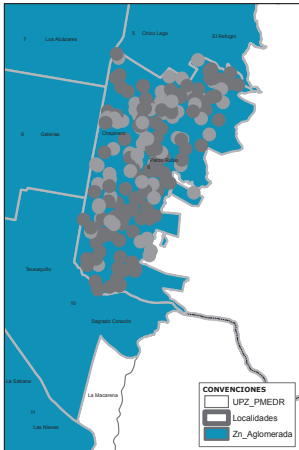
Zona 5. Refugio



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	341.235	507	10.924	1
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	38.018	131	1.81102	2
1120	ACTIVIDADES DE SERV. RELACIONADAS CON EXTRACCION DE PETROLEO	56.067	63	1.37546	3
140	ACTIVIDADES DE SERVICIOS, AGRICOLAS Y GANADEROS, EXCEPTO LAS	22.308	87	1.07355	4
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	17.564	83	0.95135	5

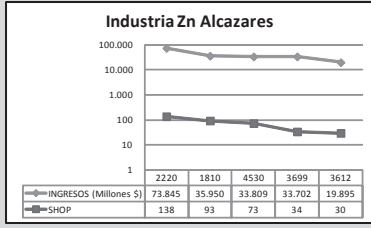
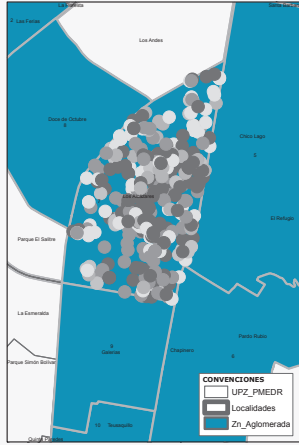
Zona 6. Chapinero - Pardo Rubio



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	74.455	146	9.34352	1
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	14.372	77	3.01575	2
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	11.914	70	2.62863	3
1120	ACTIVIDADES DE SERV. RELACIONADAS CON EXTRACCION DE PETROLEO	18.016	27	1.73634	4
1110	EXTRACCION DE PETROLEO CRUDO Y DE GAS NATURAL	13.070	15	1.02143	5

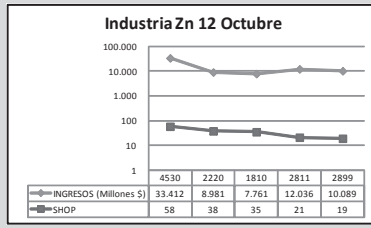
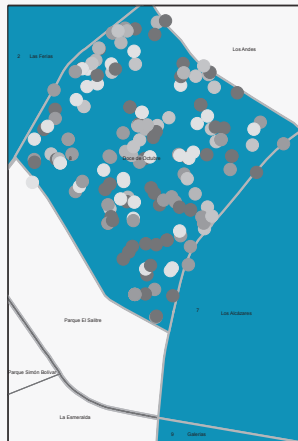
Zona 7. Alcázares



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	73.845	138	7,68011	1
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	35.950	93	4,23759	2
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	33.809	73	3,5397	3
3699	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NCP	33.702	34	2,40916	4
3612	FABRICACION DE MUEBLES PARA OFICINA	19.895	30	1,51226	5

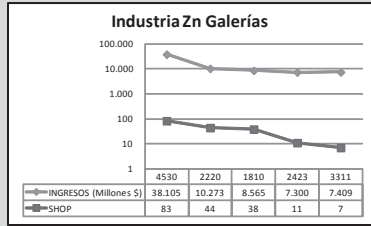
Zona 8. Doce de Octubre



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	33.412	58	7,28013	1
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	8.981	38	2,91591	2
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	7.761	35	2,57449	3
2811	FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS PARA USO ESTRUCTURAL	12.036	21	2,25815	4
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	10.089	19	1,88528	5

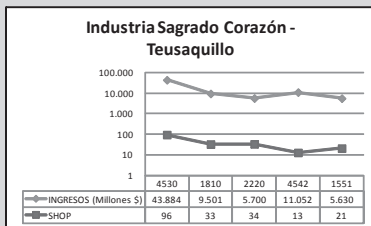
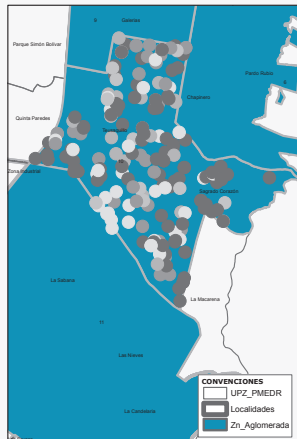
Zona 9. Galerías



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	38.105	83	7,44271	1
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	10.273	44	2,69702	2
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	8.565	38	2,24459	3
2423	FABRICACION DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, SUSTANCIAS QUIM.	7.300	11	0,90155	4
3311	FABRICACION DE EQUIPO MEDICO Y QUIRURGICO Y DE APARATOS OR1	7.409	7	0,73457	5

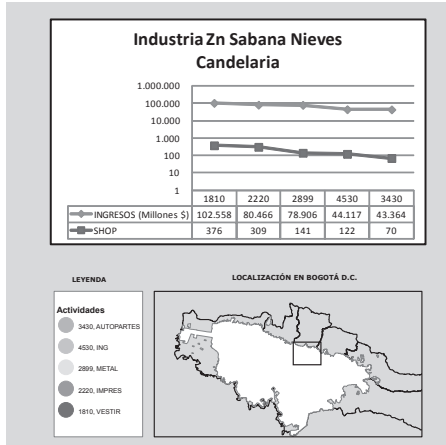
Zona 10. Sagrado Corazón



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	43.884	96	8,04094	1
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	9.501	33	1,94685	2
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	5.700	34	1,62051	3
4542	TRABAJOS DE ELECTRICIDAD	11.052	13	1,2254	4
1551	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	5.630	21	1,04669	5

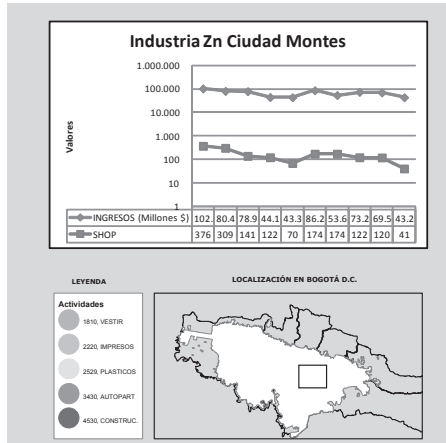
Zona 11. Sabana Nieves - Candelaria



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	102.558	376	7,76962	1
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	80.466	309	6,17298	2
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	78.906	141	4,11846	3
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	44.117	122	2,63304	4
3430	FABR. DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS (AUTOPARTES) PARA VEHICU	43.364	70	1,98733	5

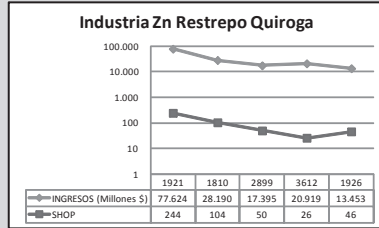
Zona 12. Ciudad Montes



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	102.558	376	7,76962	1
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	80.466	309	6,17298	2
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	78.906	141	4,11846	3
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	44.117	122	2,63304	4
3430	FABR. DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS (AUTOPARTES)	43.364	70	1,98733	5

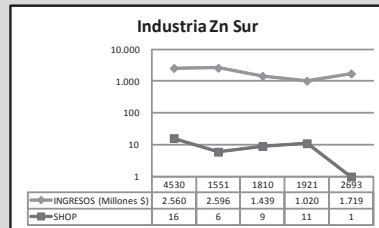
Zona 13. Restrepo - Quiroga



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1921	FABRICACION DE CALZADO DE CUERO Y PIEL; CON CUALQUIER TIPO DE	77.624	244	9,00512	1
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	28.190	104	3,30763	2
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	17.395	50	1,60244	3
3612	FABRICACION DE MUEBLES PARA OFICINA	20.919	26	1,34002	4
1926	FABRICACION DE PARTES DEL CALZADO	13.453	46	1,28911	5

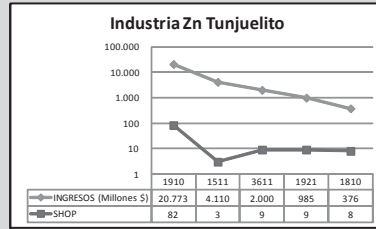
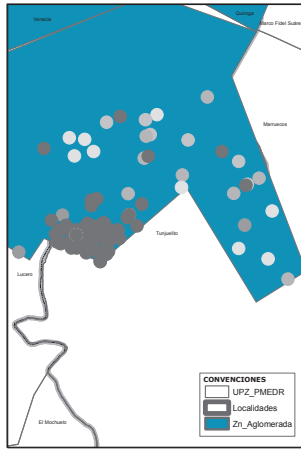
Zona 14. Sur



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	2.560	16	4,16627	1
1551	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	2.596	6	2,45935	2
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	1.439	9	2,00926	3
1921	FABRICACION DE CALZADO DE CUERO Y PIEL; CON CUALQUIER TIPO DE	1.020	11	2,00466	4
2693	FABRICACION DE PRODUCTOS DE ARCILLA Y CERAMICA NO REFRACTA	1.719	1	0,85468	5

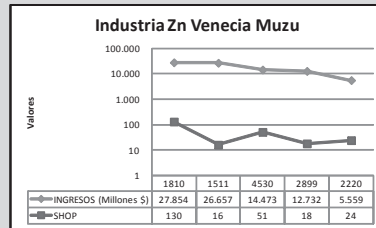
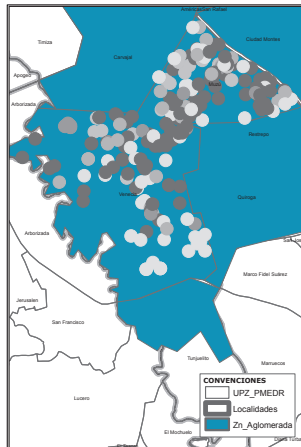
Zona 15. Tunjuelito



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONÓMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1910	CURTIDO Y PREPARADO DE CUEROS	20.773	82	5,31499	1
1511	PRODUCCION, TRANSFORMACION Y CONSERVACION DE CARNE	4.110	3	0,32246	2
3611	FABRICACION DE MUEBLES PARA EL HOGAR	2.000	9	0,24677	3
1921	FABRICACION DE CALZADO DE CUERO Y PIEL; CON CUALQUIER TIPO	985	9	0,11004	4
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	376	8	-0,00676	5

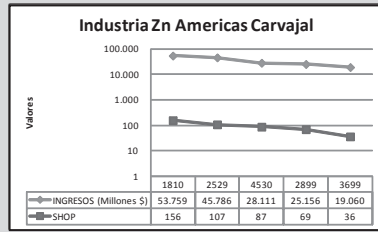
Zona 16. Venecia Muzu



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONÓMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	27.854	130	7,92109	1
1511	PRODUCCION, TRANSFORMACION Y CONSERVACION DE CARNE	26.657	16	3,46133	2
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	14.473	51	3,26513	3
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	12.732	18	1,80028	4
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	5.559	24	1,13253	5

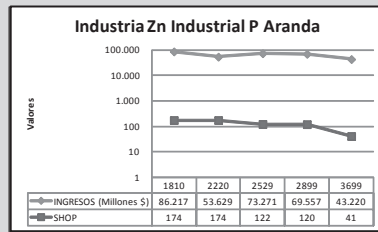
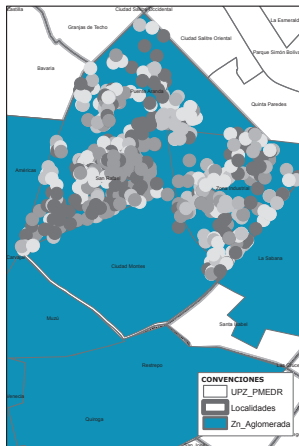
Zona 17. Américas Carvajal



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	53.759	156	6,77635	1
2529	FABRICACION DE ARTICULOS DE PLASTICO NCP	45.786	107	5,05066	2
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	28.111	87	3,4207	3
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	25.156	69	2,78508	4
3699	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NCP	19.060	36	1,57627	5

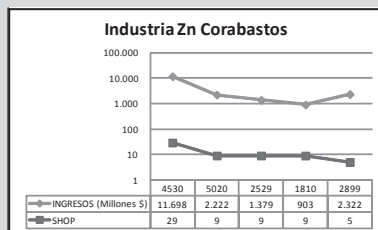
Zona 18. Industrial Puente Aranda



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONOMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	86.217	174	5,9352	1
2220	ACTIVIDADES DE IMPRESION	53.629	174	4,73665	2
2529	FABRICACION DE ARTICULOS DE PLASTICO NCP	73.271	122	4,47862	3
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	69.557	120	4,30432	4
3699	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NCP	43.220	41	1,8461	5

Zona 19. Corabastos



ESTUDIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, EMPRESARIALES Y DE TURISMO DEL SECTOR DESARROLLO ECONÓMICO

CIU	ACTIVIDAD2	INGRESOS (Millones \$)	SHOP	SCORE	POSICION
4530	CONSTRUCCION DE OBRAS DE INGENIERIA CIVIL	11.698	29	7,07668	1
5020	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES	2.222	9	1,28511	2
2529	FABRICACION DE ARTICULOS DE PLASTICO NCP	1.379	9	1,00149	3
1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL	903	9	0,84116	4
2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL NCP	2.322	5	0,79864	5