

**La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el
Sector Manufacturero del Municipio de Pasto**

Deysi Liliana Aza Criollo y Eliana Liceth Mafla Rosero

**Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables,
Universidad CESMAG**

Nota del autor

**El presente Trabajo de Grado tiene como propósito cumplir el requisito exigido para optar
por el título de pregrado como Contadoras Públicas en la Universidad CESMAG.**

**La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al programa de Contaduría
Pública de la Universidad CESMAG, Correo electrónico: Contaduría@unicesmag.edu.co**

**La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el
Sector Manufacturero del Municipio de Pasto**

Deysi Liliana Aza Criollo y Eliana Liceth Mafla Rosero

**Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables,
Universidad CESMAG**

Asesora: Mg. Luz Nayibe Arcos Castillo

26 de marzo de 2026

Nota de aceptación

Jurado

Jurado

El contenido de esta obra refleja únicamente el pensamiento de sus autoras y no compromete ni refleja la ideología institucional de la Universidad CESMAG

A Dios, por ser la fuente de toda sabiduría, su guía constante ha hecho posible alcanzar esta meta.

A mis seres queridos, que desde la eternidad continúan siendo mi inspiración más profunda. Su amor perdura como legado en mi corazón y su recuerdo se transformó en el motor que me impulsó a seguir adelante.

A mis padres, por sus sacrificios, amor y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida. Este logro es también el fruto de su ejemplo y dedicación.

A mi hermano gracias por ser siempre mi ejemplo, por tu compañía y por ese apoyo que nunca me ha faltado. Desde que éramos niños has estado a mi lado, compartiendo alegrías y también los momentos difíciles.

A mis familiares, por su paciencia, comprensión y aliento constante, que me han brindado en cada etapa de mi vida. Ustedes han sido mi refugio en los momentos difíciles y mi mayor motivación en los momentos de alegría.

Llevo su amor en todo lo que hago, y una gratitud infinita, para ustedes.

Deysi Liliana Aza Criollo

A Dios, quien ha sido mi luz y mi guía en todo momento, quien me ha dado la fortaleza cuando sentí que no podía más, por sostenerme en mis caídas y por acompañarme en cada paso de este camino.

A mi hijo, el regalo más grande que la vida me ha dado, mi motor y mi inspiración para seguir adelante, todo este esfuerzo y cada logro son para ti, porque eres mi razón de ser y mi mayor motivación.

A mis padres, que con su amor incondicional y apoyo infinito me han enseñado el verdadero significado de la perseverancia y la entrega, gracias por creer en mí, por estar a mi lado en los momentos difíciles y por ser mi fuerza cuando más lo necesitaba.

A mi hermano, por su compañía, apoyo y palabras de aliento que siempre me han dado fuerzas para continuar.

A toda mi familia, que ha puesto su esperanza en mí, creyendo siempre en mis capacidades y animándome a luchar por mis sueños en cada paso de mi vida.

"Este logro no es solo mío, es el reflejo del amor, la fe y el apoyo incondicional de todos aquellos que siempre han creído en mí."

Eliana Liceth Mafla Rosero

Agradecimientos

Queremos agradecer muy especialmente a nuestra asesora, Mg. Luz Nayibe Arcos Castillo, por acompañarnos con toda su paciencia, orientación y valiosos consejos durante cada etapa de esta investigación.

Nuestro agradecimiento también para los jurados, Mg. Leidy Bastidas y Mg. Jinha Botina, por sus valiosas observaciones y sugerencias que ayudaron a mejorar nuestro trabajo.

Un agradecimiento muy especial para la docente Diana Villota, por compartir sus conocimientos con nosotras y enriquecer este proyecto. Igualmente, a todos los docentes de Contaduría Pública, por las enseñanzas y experiencias que marcaron nuestra travesía universitaria.

A la Universidad CESMAG, por formarnos con principios integrales que hoy nos permiten llegar a este importante logro.

A todos los que nos apoyaron, ¡muchas gracias!

Tabla de contenido

Introducción	17
1. Problema	19
1.1 Objeto o tema de estudio	19
1.2 Línea de investigación.....	19
1.3 Planteamiento del problema	20
1.4 Formulación del problema	22
1.5 Objetivos	22
1.5.1 Objetivo General.....	22
1.5.2 Objetivos Específicos	22
1.6. Justificación.....	23
2. Marco referencial	26
2.1 Antecedentes	26
2.2 Marco teórico	28
2.2.1 Estrategia Zasca.....	28
2.2.2 Diagnóstico	28
2.2.3 Unidades productivas	30
3. Metodología	36
3.1 Paradigma.....	36
3.2 Enfoque	36
3.3 Método	36
3.4 Tipo de Investigación	37
3.5 Población y Muestra.....	37
3.5.1 Población	37
3.5.2 Muestra	37

3.6 Técnicas de Recolección de la Información.....	37
4. Resultado de la investigación.....	37
4.1 Diagnostico económico y financiero de las unidades productivas del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.....	38
4.1.1 Matriz DOFA Económica y Financiera	44
4.2 Variables de reactivación económica y financiera de las unidades productivas del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.	45
4.2.1 Conocer aspectos generales del negocio	45
4.2.2 Identificar las características del negocio según su formalidad	47
4.2.3 Identificar la generación de empleo por parte de las unidades productivas	48
4.2.4 Reconocer las finanzas del negocio.....	49
4.2.5 Identificar los canales de comercialización de las unidades productivas	51
4.3 Estrategias de Reactivación Económica y Financiera Orientadas a Incrementar la Productividad y Competitividad del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto..	52
4.3.1 Estrategias de Reactivación Económicas Orientadas a Incrementar la Productividad y Competitividad del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto.	54
4.3.2 Estrategias de Reactivación Financieras Orientadas a Incrementar la Productividad y Competitividad del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto.	60
Conclusiones	71
Recomendaciones	72
Referencias.....	73

Lista de Figuras

Figura 1.....	31
Figura 2.....	34
Figura 3.....	39
Figura 4.....	40
Figura 5.....	41
Figura 6.....	42
Figura 7.....	43
Figura 8.....	44
Figura 9.....	46
Figura 10.....	47
Figura 11.....	48
Figura 12.....	50
Figura 13.....	52
Figura 14.....	53
Figura 15.....	54
Figura 16.....	55
Figura 17.....	56
Figura 18.....	57
Figura 19.....	58
Figura 20.....	59
Figura 21.....	60
Figura 22.....	61
Figura 23.....	62
Figura 24.....	63
Figura 25.....	64
Figura 26.....	65
Figura 27.....	67
Figura 28.....	68
Figura 29.....	70

Lista de Anexos

Anexo A.....80

Resumen Estructurado

- **Código:** 1203
- **Programa:** Contaduría Pública
- **Título:** La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el Sector Manufacturero del Municipio de Pasto
- **Autores:** Deysi Liliana Aza Criollo y Eliana Liceth Mafla Rosero
- **Asesor:** Mg. Luz Nayibe Arcos Castillo

Palabras Clave:

Estrategia Zasca, reactivación económica, sector manufacturero, formalización, competitividad.

Descripción:

El trabajo de grado titulado “La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el Sector Manufacturero del Municipio de Pasto” surge de la necesidad de enfrentar la crisis estructural que afecta a las pequeñas y medianas empresas de confección en esta ciudad, dichas empresas presentan un bajo nivel de formalización, limitaciones en el acceso a financiamiento, baja competitividad, deficiencias en gestión administrativa y una fuerte dependencia de la demanda local. A esto se suman factores externos como la pandemia del COVID-19, paros nacionales, desastres naturales y la crisis de productividad industrial, que han reducido su sostenibilidad y participación en la economía regional.

El proyecto analiza la Estrategia Zasca, impulsada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, iNNpulsa Colombia, la Cámara de Comercio de Pasto y la Alcaldía, la cual busca fortalecer el sector manufacturero mediante asistencia técnica, capacitación, digitalización, acceso a mercados y financiamiento, así como el impulso a la formalización empresarial. Este trabajo tiene como objetivo principal diseñar estrategias económicas y financieras que permitan incrementar la productividad y competitividad de las unidades productivas, alineándose con el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”. Asimismo, pretende contribuir a la equidad

de género, dado que la mayoría de beneficiarias son mujeres, fomentando su autonomía económica y participación activa en la economía local.

Contenido:

La investigación está organizada en cuatro capítulos principales; el primero aborda el planteamiento del problema, donde se expone cómo el sector manufacturero de confección en Pasto enfrenta altos niveles de informalidad, limitada innovación y bajo acceso a mercados más amplios, lo que genera cierres de empresas y desempleo, en esta sección también se formulan los objetivos de investigación: realizar un diagnóstico económico y financiero de las unidades productivas, identificar variables de reactivación y diseñar estrategias que promuevan sostenibilidad y crecimiento; el segundo capítulo presenta el marco referencial, que incluye antecedentes de estudios en Colombia y Latinoamérica sobre reactivación económica, competitividad e innovación empresarial, además del marco teórico basado en conceptos como diagnóstico empresarial, productividad, competitividad, liderazgo, innovación y estrategias DOFA; el tercer capítulo explica la metodología empleada, fundamentada en el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo y método empírico-analítico.

Finalmente, el cuarto capítulo presenta los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a 10 unidades productivas de confección vinculadas al Centro Zasca. Se evidenció que la mayoría son microempresas informales, con bajo nivel de bancarización, sistemas contables manuales, mezcla de finanzas personales y empresariales, contratación temporal e informal de personal y ausencia de canales de comercialización digitales. El análisis DOFA reveló fortalezas como el conocimiento del oficio y la flexibilidad productiva, pero también debilidades críticas como la falta de modernización tecnológica. Entre las oportunidades destacan la existencia de programas de apoyo, capacitaciones y digitalización, mientras que como amenazas se identifican la competencia desleal, la dependencia del mercado local y los cambios regulatorios, a partir de este diagnóstico, se formularon estrategias para la formalización empresarial, modernización tecnológica, diversificación de mercados y fortalecimiento de la colaboración entre microempresarios.

Metodología:

La investigación se enmarca en el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo y método empírico-analítico. Se aplicó un estudio de tipo descriptivo, cuyo objetivo fue caracterizar la situación de las unidades productivas de confección en Pasto vinculadas al Centro Zasca. La población estuvo compuesta por 60 unidades productivas y la muestra, seleccionada mediante muestreo probabilístico, fue de 10 unidades. La técnica de recolección de información fue una encuesta diseñada por iNNpulsa Colombia, compuesta por 57 preguntas que abarcaron aspectos de formalización, empleo, finanzas y comercialización.

Para el análisis, se tabularon los datos y se seleccionaron los ítems más relevantes, organizados en cinco ejes temáticos: características del negocio, formalidad, empleo, finanzas y canales de comercialización. También se elaboró una matriz DOFA económica y financiera, con el fin de identificar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector. Los resultados sirvieron como base para proponer estrategias de reactivación ajustadas a las necesidades y potencialidades de las microempresas beneficiarias.

Línea de Investigación: Sustentabilidad y Organizaciones.

Conclusión:

La Estrategia Zasca se configura como una herramienta integral y viable para la reactivación económica y financiera del sector manufacturero de confección en Pasto, los resultados muestran que la informalidad, la falta de innovación y el manejo inadecuado de las finanzas son factores que limitan el crecimiento de las microempresas. No obstante, la implementación de Zasca brinda alternativas mediante capacitación, asistencia técnica y acompañamiento en procesos de formalización; además, fomenta la inclusión de mujeres emprendedoras, quienes representan la mayoría de las unidades productivas, fortaleciendo la equidad de género y el trabajo digno. En línea con el ODS 8, la estrategia contribuye a la generación de empleo, a la sostenibilidad empresarial y al desarrollo económico local, siempre que exista un compromiso de los actores institucionales y empresariales en su implementación y seguimiento.

Recomendaciones:

Se recomienda fomentar la formalización empresarial mediante registros en Cámara de Comercio y RUT, acompañados de capacitaciones en obligaciones tributarias y contables, es necesario promover la digitalización de los negocios a través de software contables y sistemas de facturación electrónica, que permitan mejorar la transparencia y control financiero. Se sugiere estimular la separación entre finanzas personales y empresariales, introduciendo herramientas de educación financiera, en el ámbito laboral, se recomienda incentivar la contratación formal, con apoyo estatal en subsidios o reducción de cargas para pequeñas empresas.

En cuanto a la comercialización, es fundamental diversificar los canales de venta incorporando plataformas digitales, redes sociales y comercio electrónico, reduciendo la dependencia del mercado local. Se aconseja establecer alianzas con entidades bancarias para mejorar las condiciones de acceso a crédito y fomentar la bancarización de los microempresarios. Asimismo, se deben diseñar programas de mentoría, especialmente para mujeres emprendedoras, que fortalezcan sus capacidades de liderazgo y gestión empresarial. Es importante fortalecer la colaboración entre microempresas, promoviendo cooperativas o redes de productores que faciliten la compra de insumos y la expansión de mercados. Finalmente, se sugiere socializar los diagnósticos y planes de acción entre los beneficiarios para garantizar su apropiación y aplicación efectivo.

Referencias:

- Alcaldía de Pasto. (2024). *Plan Municipal De Desarrollo 2024 – 2027 Pasto Competitivo, Sostenible Y Seguro*. <https://www.pasto.gov.co/index.php/planes-programas-proyectos-y-su-ejecucion/126-plan-de-desarrollo>.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (24 abril de 2024). *El ABC de los Centros de Reindustrialización ZASCA*. [ccb.org.co https://www.ccb.org.co/de-interes/noticias/el-abc-de-los-centros-de-reindustrializacion-zasca](https://www.ccb.org.co/de-interes/noticias/el-abc-de-los-centros-de-reindustrializacion-zasca).
- Departamento Nacional de Planeación. (2023). *Mercado Laboral Urbano—Resultados Al I Trimestre 2023: Pasto Dirección De Estudios Económicos Informe Pasto 2023*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Econmicos/11%20Informe%20Pasto%202023%20I%20-r.pdf>.

- Kotler, P. (2001). *Análisis Planeación, Implementación y control*. Edu.pe.
<https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>
- iNNpuls. (2024, junio). *iNNpuls Colombia abre dos convocatorias en Nariño para los centros de ZASCA de manufactura y agroindustria*. Innpulacolombia.com.
<https://www.innpulacolombia.com/portfolio/innpuls-colombia-abre-dos-convocatorias-para-los-centros-de-zasca-de-manufactura-y-agroindustria/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (17 de enero de 2024). *Con una inversión de \$96.300 millones, se pondrán en marcha 68 nuevos Centros de Reindustrialización ZASCA entre 2024 y 2025*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/68-nuevos-zasca-entre-2024-y-2025>
- Narváez Madroñero, C. A. (2024). Caracterización económica y financiera en el sector empresarial del municipio de Buesaco, Periodo 2022. [Trabajo de pregrado. Universidad CESMAG]. Repositorio Institucional de la Universidad CESMAG.
<http://repositorio.unicesmag.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/1121>
- OCDE & Eurostat. (2006). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3ª ed.). Editorial Grupo Tragsa. Obtenido de:
<https://acceso.prochile.cl/servicios/manualdeoslo.pdf>.
- Raffino, Equipo editorial, Etecé (5 de agosto de 2021). *Competitividad*. Enciclopedia Concepto. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://concepto.de/competitividad/>. Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista do Centro de Educação*, 31 (1), 11-22.
- Rodríguez, A., López, C., Muñoz, C., Betancourth, D., Rojas, E., & Rivera, G. (2024). Cartilla de estilo APA, 7.ª edición, para presentación de trabajos académicos e investigativos de pregrado y posgrado. Editorial Universidad CESMAG.
<https://doi.org/10.15658/CESMAG24.02290103>

Introducción

La presente investigación titulada la estrategia Zasca como una herramienta de reactivación económica y financiera en el sector manufacturero del Municipio de Pasto se desprendió del trabajo de investigación profesoral titulado Diseño de estrategia Zasca para sectores económicos en municipios del Departamento de Nariño, desarrollado por un grupo de docentes pertenecientes al grupo de investigación Lucca Pacioli, adscrito al programa de contaduría pública de la Universidad CESMAG.

Es importante mencionar que los Centros de Reindustrialización Zasca son un convenio desarrollado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de iNNpulsa Colombia, junto a la Cámara de Comercio de Pasto y el apoyo de la Alcaldía de Pasto. En la Cámara de Comercio de Pasto se lanzó el Centro de Reindustrialización Zasca, con el objetivo de fortalecer el sector manufacturero dentro del cual se encuentra el sector confección de la región; este proyecto, beneficiará a más de 240 micro, pequeñas y medianas empresas en los próximos dos años; esta iniciativa se encuentra contemplada dentro del Plan Municipal de Desarrollo de Pasto en donde tienen como meta en el cuatrienio tener dos centros de reindustrialización, cumpliendo con el lanzamiento de Zasca. (Alcaldía de Pasto, 2024)

Esta investigación se enfoca en cómo la implementación de la Estrategia Zasca, sirve como una herramienta de la reactivación económica y financiera para el sector manufacturero en el Municipio de Pasto, Nariño – Colombia; en esta investigación se propuso abordar los problemas inmediatos que enfrenta el sector manufacturero de confección de Pasto; con la implementación de la Estrategia Zasca y el análisis en detalle de las condiciones de las unidades productivas beneficiadas, se espera que se genere un impacto positivo en el desarrollo económico y social de la región.

La crisis estructural que enfrenta el sector manufacturero en Pasto, evidenciada por una serie de síntomas que han limitado su desarrollo económico; como el cierre de empresas, la disminución en la productividad, competitividad e innovación, estos factores son indicativos de la falta de adaptabilidad ante los desafíos actuales; otros factores como los paros nacionales, desastres naturales, la pandemia del COVID-19, han afectado de manera crítica a las pequeñas y medianas empresas, que son un apoyo fundamental para la economía local.

Este trabajo tuvo como objetivo principal diseñar estrategias económicas y financieras, con el fin de incrementar la productividad y competitividad del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto, fortaleciendo su capacidad de adaptación a las nuevas condiciones del mercado y contribuyendo al desarrollo económico de la región; además, se realizó un diagnóstico económico y financiero del sector manufacturero de confección en el Municipio de Pasto, se identificó las variables económicas y financieras, y se estableció las estrategias de reactivación económicas y financieras que a futuro, promoverán su recuperación y crecimiento sostenible.

Esta investigación se realizó con el propósito de contribuir al diagnóstico y la caracterización de la situación de las empresas manufactureras de confección en Pasto; se pretendió proporcionar un análisis claro y fundamentado que permitió identificar las necesidades específicas de estas empresas, con el diseño de estrategias que ayudan a su reactivación y sostenibilidad a largo plazo; la investigación no solo buscó apoyar a los empresarios, sino también contribuir al desarrollo económico del municipio de Pasto, fomentando un crecimiento inclusivo y sostenible que beneficie al sector manufacturero.

La Estrategia Zasca se presenta como una solución integral para apoyar a pequeñas y medianas empresas (MiPymes) y unidades productivas en el municipio de Pasto, enfocándose en la reactivación del sector manufacturero de confección; este programa buscará ofrecer asistencia técnica completa, mejorando la productividad, fomentando el acceso a nuevos mercados, facilitando el financiamiento y promoviendo la colaboración entre negocios. En un contexto marcado por el declive del sector manufacturero de confección y un aumento en la informalidad laboral, Zasca se establece como un mecanismo clave para impulsar el crecimiento económico inclusivo y sostenible, al mismo tiempo que ayudara a reducir las desigualdades de género y el apoyo a mujeres emprendedoras que enfrentan limitaciones en recursos y capacitación. La estrategia está alineada con los objetivos de desarrollo local y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, buscando no solo revitalizar la economía de Pasto, sino también contribuir al bienestar de su comunidad mediante el fortalecimiento de capacidades y la creación de oportunidades laborales dignas.

La metodología de investigación se enmarcó dentro del paradigma positivista, caracterizado por un enfoque cuantitativo que utiliza la medición numérica y el análisis estadístico para probar hipótesis y establecer conductas repetitivas. En este estudio se empleó el método

empírico-analítico, que se basó en la observación de fenómenos reales y el uso de técnicas estadísticas para tratar y analizar los datos recolectados; el tipo de investigación fue descriptivo, porque se centró en caracterizar y diagnosticar la situación de las unidades productivas del sector manufacturero en Pasto, especialmente en la confección de prendas de vestir.

La población y muestra de estudio estuvieron compuestas por las unidades productivas pertenecientes al sector de la confección vinculadas al Centro Zasca, lo que permitió un análisis de las condiciones del sector manufacturero en el municipio; a través de la aplicación de la encuesta, se obtuvo datos relevantes que facilitaron la toma de decisiones estratégicas y la formulación de recomendaciones efectivas para la reactivación económica de las empresas de este sector.

La investigación se estructura bajo los siguientes capítulos: en el primer capítulo se abordó el problema de investigación, que incluyó el objeto o tema de estudio, la línea de investigación, el planteamiento y la formulación del problema, así como los objetivos y la justificación; en el segundo capítulo, denominado marco referencial, se encuentran los antecedentes y el marco teórico; el tercer capítulo se enfocó en la metodología, donde se detalla el paradigma, el enfoque, el método, el tipo de investigación, la población, muestra, y las técnicas de recolección de información; finalmente, en el cuarto capítulo, titulado recursos, se especificó el talento humano, los recursos físicos, el presupuesto y el cronograma de actividades.

1. Problema

1.1 Objeto o Tema de Estudio

Estrategia Zasca

1.2 Línea de Investigación

La estrategia Zasca hace parte de la línea de investigación "Sustentabilidad y Organizaciones" al desarrollar procesos de investigación que analizan problemas del contexto socioeconómico y productivo, con un enfoque en la reactivación económica. Esta estrategia busca establecer acciones dirigidas a pequeñas empresas y negocios en crecimiento, especialmente en Nariño, donde el sector económico manufacturero de confección se concentra en Pasto. Al proporcionar apoyo técnico y acceso a financiamiento, la estrategia Zasca aborda el decaimiento

económico, promoviendo la sostenibilidad y el crecimiento de las MiPymes; además, al realizar investigaciones con responsabilidad social, Zasca contribuye al desarrollo sostenible de las organizaciones, alineándose con los objetivos de esta línea de investigación.

1.3 Planteamiento del Problema

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de manufactura del sector confección en el municipio de Pasto enfrentan múltiples desafíos que limitan su capacidad de crecimiento, desarrollo, sostenibilidad y competitividad; entre estos desafíos se destacan, los cierres de vías causados por los paros nacionales que interrumpen las cadenas de suministro y distribución, los desastres naturales como deslizamientos y fuertes lluvias, la pandemia COVID 19 que por su parte, causó una paralización de las actividades económicas, con cierres forzosos, reducción en la demanda y pérdida de ingresos, entre otros.

En el monitoreo del impacto del COVID 19 en las empresas de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Pasto, el 54% de los empresarios consideran que a partir del periodo de reactivación económica el número de clientes de su empresa no ha mejorado, sino por el contrario, disminuyeron (Cámara de Comercio de Pasto, 2020, p. 8).

Estas circunstancias han impactado negativamente la economía y el crecimiento del sector empresarial, generando un estancamiento e incluso, en los casos más graves, un declive; por otro lado, también está la dificultad para establecer conexiones de valor que faciliten la comercialización de sus productos, es por eso que muchas de estas empresas tienen problemas para generar nuevos ingresos, diversificar, sofisticar sus productos, y preparar sus finanzas para su crecimiento económico. La falta de apoyo en la innovación y creación de estrategias innovadoras, pueden impedir que estas empresas se adapten a las nuevas tendencias del mercado y mantengan su competitividad.

Las actividades de innovación pueden verse afectadas por diversos obstáculos. Pueden existir motivos para no comenzar actividades de innovación en absoluto, o factores que enlentecen estas actividades o impactan negativamente en los resultados esperados. Estos factores pueden ser de condición económica, como altos costos o una demanda insuficiente; relacionados con la empresa, como la falta de personal capacitado o con los conocimientos necesarios. (OCDE & Eurostat, 2006, p. 129).

Sin un enfoque integral que aborde estos aspectos, las PYMES corren el riesgo de quedar frenadas en un entorno económico cada vez más exigente, limitando su capacidad para contribuir al desarrollo económico y generación de empleo. La baja participación del sector manufacturero también podría estar vinculada con las dificultades en el desarrollo económico de la región. De acuerdo a la Cámara de Comercio de Pasto (2023):

Una de las actividades de menor participación y que mayores brechas genera en el desarrollo económico del departamento de Nariño es Industrias manufactureras que representa apenas el 2.5% muy por debajo de la participación de esta actividad a nivel nacional que es de un 11%. (p. 6)

La baja participación del sector manufacturero da a entender que estas empresas no están logrando adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado global, lo que podría estar limitando su competitividad y su capacidad para generar empleo. Desde el año 2020 se presentó una disolución y liquidación de ocho sociedades manufactureras con un capital suscrito de \$126.600.000. (Cámara de Comercio de Pasto, 2020, p. 37). La baja participación del sector manufacturero en Pasto también puede deberse a la ubicación geográfica porque se encuentra alejado del centro de consumo en Colombia.

La producción real de la industria manufacturera ha completado un año de retrocesos, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la producción manufacturera cayó 2,2% en febrero, lo que también fue la menor caída mensual en 10 meses; mientras tanto, las ventas reales retrocedieron 2,7% y el personal ocupado cayó 1,1% (La República, 2024).

Esto evidencia un declive significativo en el sector; este retroceso prolongado no solo refleja un debilitamiento en la capacidad productiva de las empresas manufactureras, sino que también indica problemas estructurales más profundos que afectan la competitividad y la sostenibilidad del sector.

Según lo planteado anteriormente y para proponer una alternativa de solución, se formula la implementación de la Estrategia Zasca como una herramienta clave para la reactivación económica y financiera del sector manufacturero de confección, que busca entregar alternativas

que puedan implementar y mejorar la gestión empresarial lo cual va a permitir incrementar la participación en el mercado, y que el cierre de empresas manufactureras no siga aumentando; según la base de datos sobre las empresas que han cerrado desde enero de 2024 hasta agosto 2024 han sido en total 81 empresas (Cámara de Comercio de Pasto, 2024).

Teniendo en cuenta el cierre de empresas, la implementación de la Estrategia Zasca podría contribuir al fortalecimiento del sector manufacturero de confección y mejorar la gestión empresarial, a raíz de esto la Alcaldía de Pasto (2024), manifestó que:

La Cámara de Comercio de Pasto, lanzó el Centro de Reindustrialización Zasca apoyado por la Alcaldía y el Ministerio de Comercio, para fortalecer manufactura del sector confección; este proyecto del Plan de Desarrollo Municipal beneficiará a 120 unidades productivas, entre micro, pequeñas y medianas empresas en un año, cerrando brechas comerciales y apoyando la economía popular.

1.4 Formulación del Problema

¿Cómo la estrategia Zasca puede apoyar la reactivación económica y financiera del sector manufacturero de confección en el Municipio de Pasto?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Diseñar estrategias económicas y financieras, con el fin de incrementar la productividad y competitividad del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico económico y financiero, con el fin de incrementar la productividad y competitividad del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.

- Identificar las variables de reactivación económica y financiera, con el fin de incrementar la productividad y competitividad del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.
- Establecer estrategias de reactivación económica y financiera, con el fin de incrementar la productividad y competitividad del sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.

1.6. Justificación

Según MINCIT e iNNpulsa Colombia (2024), da a conocer que:

La Estrategia Zasca, es una convocatoria amplia para apoyar a pequeñas empresas y negocios en crecimiento, su objetivo es ofrecer ayuda técnica completa a estos emprendimientos, ayudándolos a ser más productivos, crecer, entrar en nuevos mercados, colaborar con otros negocios y acceder a financiamiento. Esta iniciativa está diseñada para fortalecer a las MiPymes y unidades productivas, brindándoles las herramientas necesarias para prosperar y expandirse.

Esta estrategia es fundamental para la reactivación económica y financiera del sector manufacturero de confección en el municipio de Pasto, ya que ofrece a las empresas, soluciones adaptadas a sus necesidades específicas; brinda asistencia técnica integral y capacitación para mejorar los procesos productivos, aumenta la eficiencia, y fomenta la competitividad de las empresas locales, Zasca facilita el acceso a información de mercado, permite ampliar y crear una red de contactos profesionales, y apoya en la identificación de oportunidades comerciales. Con 68 Centros Zasca en Colombia se busca beneficiar hasta 12.000 MiPymes y unidades productivas de la economía popular de varios sectores entre ellos manufactura del sector confección, con acompañamiento integral grupal y personalizado enfocado en fortalecer su productividad y competitividad. (MINCIT, 2024). Zasca busca impulsar la reactivación económica local, mejorando las oportunidades laborales y fomentando un desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

Las unidades productivas de Zasca están conformadas en su mayoría por mujeres de la comunidad que trabajan en el sector manufacturero de la confección; estas emprendedoras han tenido acceso limitado a recursos educativos, económicos y de capacitación

especializada para fortalecer sus negocios; en este sentido, la asistencia técnica integral que reciben en este centro contribuye a reducir brechas y a fortalecer la economía popular. (FIDUCOLDEX, 2023).

Una de las razones para implementar la estrategia Zasca en el sector manufacturero es la equidad de género y la autonomía económica, al fortalecer las capacidades empresariales y las competencias laborales de las mujeres, posiblemente este enfoque no solo generara un impacto positivo en sus familias y comunidades, sino que también impulsara un crecimiento económico más equitativo y diverso, al integrar activamente a las mujeres en las cadenas de valor del sector manufacturero.

Los centros de reindustrialización Zasca permitirán ayudar a la economía popular y comunitaria, en todo el País. Es una gran apuesta por impulsar a aquellas unidades productivas que siempre han estado relegadas en nuestra economía, pero que son el soporte económico de muchos colombianos que necesitan apoyo para salir adelante (MINCIT, 2022).

Mediante la asistencia técnica proporcionada por Zasca se pretende que las empresas manufactureras adopten tecnología eficiente logrando aumentar su productividad y capacidad de innovación, revitalizando la economía en Pasto con el fortalecimiento del sector manufacturero y el desarrollo de productos y servicios que respondan a las necesidades del mercado, también pretende ayudar a que las empresas sean más resistentes frente a crisis, mediante la implementación de prácticas empresariales sostenibles y procesos de modernización y digitalización.

En línea con el incremento de la tasa de informalidad de la nueva medida del DANE, se tiene que la cantidad de ocupados informales en la ciudad aumento en 4% entre el primer trimestre de 2022 y 2023 (Departamento Nacional de Planeación, 2023, p. 5). Además de la reactivación mediante la estrategia Zasca busca promover la formalización y alianzas estratégicas para un crecimiento más equitativo, sostenible y proporcionar una economía sólida en Pasto.

La Estrategia Zasca que se propone como una herramienta clave para la reactivación económica y financiera del sector manufacturero en el Municipio de Pasto, se alinea de manera significativa con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entre ellos, se destaca

el objetivo número 8, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, que busca promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos (Naciones Unidas, 2015). La Estrategia Zasca puede revitalizar el sector manufacturero, impulsando la creación de empleo y mejorando las condiciones laborales en Pasto; al fortalecer las capacidades de las empresas manufactureras se genera un entorno más propicio para el crecimiento económico local y la creación de oportunidades laborales dignas, contribuyendo directamente a este objetivo.

Según la Alcaldía de Pasto (2024), y en referencia a su Plan de Desarrollo Municipal:

En la apuesta estratégica de la temática de fortalecimiento de los emprendedores y las MiPymes, en donde su objetivo es fortalecer la creación de empresas con el fin de garantizar que se tenga trabajo digno y equitativo para los habitantes del Municipio de Pasto. Propiciar espacios de formación y capacitación para emprendedores, jóvenes, mujeres, población víctima, población con discapacidad, indígenas, afrocolombianos, entre otros, cuyo objetivo sea generar ese espíritu emprendedor que ayuden a que aumente la formalización empresarial y que la mortalidad empresarial disminuya, cooperar con diferentes estrategias de comercialización que ayuden a las empresas con la promoción y divulgación de productos y servicios. (p. 241)

Con este propósito en mente y en concordancia con el Plan de Desarrollo Municipal, la Alcaldía de Pasto ha respaldado el lanzamiento del Centro de Reindustrialización Zasca, enfocado en el sector manufacturero de confección, para fortalecer las capacidades de este sector productivo local y fomentar un entorno económico más inclusivo y equitativo; en la página oficial de la Alcaldía de Pasto (2024) se afirma lo siguiente:

En la Cámara de Comercio se realizó el lanzamiento del Centro de Reindustrialización Zasca, que impulsará la manufactura del sector de la confección, con el apoyo de la Alcaldía de Pasto a través de la Secretaría de Desarrollo Económico para fortalecer la economía local. Este convenio, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de iNNpulsa Colombia y la Cámara de Comercio de Pasto, beneficiará a más de 240 micro, pequeñas y medianas empresas en los próximos dos años. La secretaria de desarrollo económico, Paola Andrea Acosta, destacó que el proyecto busca reducir las

brechas comerciales en la economía popular, mientras que la artesana Isabel Cerón expresó que estos espacios representan una oportunidad para las mujeres de Pasto de transformar sus materias primas en productos de calidad y de exportación.

Según lo anterior se proyecta el crecimiento de las MiPymes, además de la formación y el acompañamiento a emprendedores, la estrategia Zasca puede llegar a promover e impulsar el fortalecimiento de las unidades productivas en Pasto, para poder abordar factores como el desempleo y el estancamiento económico en manufactura sector confección, contribuyendo así a la reactivación económica.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

Dentro de los antecedentes consultados se destacó la investigación regional titulada caracterización económica y financiera en el sector empresarial del municipio de Buesaco, Periodo 2022, realizado por Christian Andrés Narváez Madroñero de la Universidad CESMAG y publicado en 2024. Esta investigación tuvo como objetivos principales: determinar los aspectos económicos del sector empresarial en Buesaco, identificar los aspectos financieros, y proponer estrategias de reactivación económica y financiera; la conclusión del estudio subraya la importancia de fortalecer el entorno empresarial, asegurar una gestión financiera adecuada, y aplicar estrategias de reactivación bien planificadas para garantizar la competitividad y sostenibilidad de las empresas locales, lo que a su vez impulsará el crecimiento económico de la región; el trabajo es importante como antecedente, ya que sirvió de base para el planteamiento del problema en la presente investigación, de igual manera los aspectos económicos y financieros del sector empresarial son aportes importantes para la investigación.

A nivel nacional, la investigación titulada la competitividad del sector manufacturero textil de Bucaramanga desde un enfoque sistémico 2019-2022, realizada por Alejandra Muñoz Vásquez y Yolein Xiomara Torres Delgado de la Universidad Industrial de Santander. Esta investigación tuvo como objetivos principales analizar los factores que inciden en la competitividad del sector textil en Bucaramanga, identificar las fortalezas y debilidades del sector, y proponer estrategias que permitan mejorar su posición en el mercado regional y nacional; la conclusión del estudio resalta la importancia de implementar prácticas sostenibles y tecnológicas, además de fortalecer

las capacidades organizativas para lograr una mayor resiliencia frente a la competencia externa; la investigación subraya que el enfoque sistémico permite visualizar cómo interactúan diversos factores (económicos, sociales y tecnológicos) en el sector, siendo clave para diseñar estrategias que aseguren una ventaja competitiva sostenible; este trabajo es relevante para la presente investigación, ya que aporta un marco de referencia sobre la competitividad en sectores manufactureros regionales y proporciona una base sólida para entender la influencia de factores sistémicos en la sostenibilidad del sector textil en Bucaramanga.

Otra investigación a nivel nacional titulada la reactivación económica: factores que deben tenerse en cuenta para el diseño de estrategias concretas para pequeñas empresas como consecuencia del COVID-19 en San Andrés Isla, realizada por Angélica Moreno Vergara, María Fernelly Ospitia Gómez, Kiara Y. Brown Pacheco y Raúl Martínez Escobar (Universidad EAN, 2021), identificó que las pequeñas empresas implementaron estrategias como la digitalización de ventas, el fortalecimiento de la comunicación con los clientes y el teletrabajo para garantizar la continuidad del negocio; además, destacó la importancia de factores comerciales, laborales y económicos, subrayando que el uso de tecnologías digitales será central para la eficiencia futura. Este estudio es importante para La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el Sector Manufacturero del Municipio de Pasto, ya que proporciona un enfoque claro sobre cómo las empresas pueden adaptarse a contextos críticos mediante estrategias tecnológicas y ajustes laborales que aseguren su sostenibilidad y crecimiento.

Finalmente, en lo que respecta a nivel internacional, se consultó la investigación internacional realizada en Cusco, Perú, titulada Reactivación Económica y su Impacto en la Liquidez de la Empresa Promaingsa SAC, en el Período 2020, publicado en 2024 por Renny Alexis Ccoto Quispe de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, se enfoca en la reactivación económica y su incidencia en la liquidez de una empresa. Esta investigación es importante para el trabajo, ya que proporciona conocimientos clave sobre el impacto de la reactivación económica en la liquidez corriente de una empresa, lo que resulta fundamental para comprender las estrategias financieras efectivas.

2.2 Marco teórico

2.2.1 *Estrategia Zasca*

Los Zasca son espacios físicos que buscan brindar asistencia técnica integral para la economía popular y microempresas y así mejorar la productividad, fomentar el crecimiento empresarial, acceder a nuevos mercados, promover procesos asociativos y generar conexiones financieras, basado en la vocación productiva o actividad comercial según su ubicación (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024, párr. 2).

De acuerdo con MINCIT e iNNpulsa Colombia (2024), los beneficios que brindaran los centros de reindustrialización Zasca consisten en:

Proporcionar asesoría técnica personalizada y grupal para cada empresa, ajustándose a sus necesidades específicas y promoviendo la colaboración entre ellas para el intercambio de conocimientos; además, se impulsa la innovación en los procesos productivos, gestión empresarial y desarrollo de productos y servicios para mejorar su competitividad; también se ayuda a las empresas a identificar oportunidades para diferenciar sus productos en el mercado, aumentando su rentabilidad y sostenibilidad, se facilita la conexión con actores clave del ecosistema empresarial, como clientes potenciales, proveedores, socios estratégicos e instituciones de apoyo, y se incorpora tecnología en las distintas etapas de los procesos productivos, optimizando eficiencia, calidad y productividad. (párr. 6)

2.2.1.1 Reactivación Económica. La reactivación económica es efectivamente la fase ascendente del ciclo, porque permite la transición entre la depresión y la recuperación, generando efectos multiplicadores (en positivo) de las actividades económicas, comerciales y de producción (Avella y Fergusson, 2003).

2.2.2 *Diagnóstico*

Para la reactivación económica en el sector manufacturero se necesita realizar un diagnóstico, que según Andrade de Souza (1968), es un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones.

El diagnóstico que realiza Zasca según iNNpulsa Colombia (2024), se basa en:

Seleccionar a los primeros beneficiarios para que adquieran conocimientos para el mejoramiento productivo, habilidades comerciales y financieras, capacidades administrativas, de liderazgo y asociativas; al mismo tiempo, para que accedan al uso de maquinaria especializada y procesos de innovación empresarial que les permitan sofisticar sus productos; para el centro Zasca de manufactura se seleccionarán 120 beneficiarios en el año dedicados a la confección de prendas de vestir que se encuentren ubicados, principalmente, en Pasto. (parr. 7)

2.2.2.1 Diagnóstico de Entrada. Se aplicará a las MiPymes y/o unidades productivas seleccionadas, la herramienta de diagnóstico de entrada para la recolección de información, en donde se identificarán las necesidades formativas, técnicas, administrativas, operativas y financieras; con base en los resultados del diagnóstico, se elaborará un plan de acción para cada MiPyme y/o Unidad Productiva, que se compartirá con el líder de ZASCA para explicar la importancia de llevar a cabo las actividades sugeridas por el experto y adquirir el compromiso de llevarlas a cabo, lo que garantizará un mayor éxito al final del proceso (MINCIT e iNNpulsa Colombia, 2024).

2.2.2.2 Matriz DOFA. La matriz DOFA es una herramienta de planificación estratégica que ayuda a evaluar la situación actual y a identificar oportunidades de mejora en una empresa. La matriz DOFA es un formato para presentar el análisis DOFA (Canadian College, 2023).

Se divide en cuatro cuadrantes:

- **Fortalezas:** Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia (McConkey, 1988).
- **Debilidades:** Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil (Henry, 1980).
- **Oportunidades:** La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones (Talancon, 2017, p. 115).

- Amenazas: Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales (Talancon, 2017, p. 115).

Figura 1

Ejemplo de la matriz DOFA.



Nota. Fuente: Tomado de marketingmiempresa.com (2024).

2.2.3 Unidades Productivas

Se entiende por “unidad productiva una empresa, negocio, asociación, productor o grupo de personas que realizan actividades con ánimo de lucro y que se encuentran inscritas en el Registro Mercantil o en una organización de productores legalmente constituida” (Colombia productiva, 2017, parr.3).

2.2.3.1 Características del Negocio. Es necesario conocer cómo se clasifican las empresas en el sector manufacturero según su tamaño, de acuerdo al (Decreto 957 de 2019, cap. 13, sec. 2, art. 2.2.1.13.2.2)

Rangos para la Definición del Tamaño Empresarial. Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se utilizarán, con base en el criterio previsto en el artículo anterior, los siguientes rangos para determinar el valor de los ingresos por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico manufacturero:

- Microempresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a veintitrés mil quinientos sesenta y tres Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT).
- Pequeña Empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a veintitrés mil quinientos sesenta y tres Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT) e inferiores o iguales a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT).
- Mediana Empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT) e inferiores o iguales a un millón setecientos treinta y seis mil quinientos sesenta y cinco Unidades de Valor Tributario (1'736.565 UVT).

2.2.3.2 Liderazgo. “El liderazgo es el ejercicio de las cualidades de líder, que conlleva un comportamiento determinado para influir en la conducta de otras personas, o bien a cambiarla para alcanzar los objetivos de la organización” (Human and Partners, 2013). El liderazgo para (Jones & George, 2009) es el “Proceso mediante el cual los gerentes responden a las oportunidades y amenazas que se les presentan, analizando las opciones y tomando determinaciones, o decisiones, relacionadas con las metas y líneas de acción organizacionales” (p.25).

2.2.3.3 Competitividad. “La competitividad se define como la capacidad de una entidad u organización con o sin fines de lucro para competir. En el ámbito económico la competitividad juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado” (Editorial Etecé, 2021, par. 2).

2.2.3.4 Productividad. La productividad no solo se refiere a hacer más en menos tiempo, sino también a hacer las cosas correctas y hacerlo bien. En términos más amplios, implica maximizar los resultados con los recursos disponibles, ya sean tiempo, dinero, o esfuerzo (Moncada, 2024, parr. 3).

2.2.3.5 Nómina. La nómina es un documento que refleja el sueldo mensual de un trabajador por cuenta ajena en base a los servicios prestados a una empresa. Entender la estructura de una nómina y comprender bien los conceptos que la componen es fundamental para cualquier persona que se incorpore al mundo laboral (Liñán, 2024, parr. 2).

Figura 2

Aspectos de la nómina a tener en cuenta.



Nota. Fuente: Tomado de BBVA (2024).

2.2.3.6 Innovación. El manual de Oslo define la innovación como:

La introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas (OCDE & Eurostat, 2005, p. 49).

Según Kotler (2001), Una innovación es un producto, servicio, sistema, proceso o método nuevo o mejorado. Una innovación exitosa desde el punto de vista comercial requiere de tiempo para introducirse en la sociedad (p. 43).

2.2.3.7 Capacidad Instalada de la Empresa. La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, 2015, parr. 1).

2.2.3.8 Producción Empresarial. Se trata de una serie de operaciones que son indispensables para realizar la transformación y confección de un bien, o también para el diseño de un servicio. Es un proceso esencial para cualquier empresa, pues en él recae la calidad final de los productos que se fabriquen. (Sulbarán, 2023, parr. 4).

2.2.3.9 Las Finanzas del Negocio. Las finanzas en una empresa son un tema clave para su supervivencia y éxito a largo plazo. Su correcta administración es crucial para cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector, ya que puede afectar su capacidad para crecer, expandirse y cumplir sus objetivos (Obando, 2023, parr.1).

2.2.3.9.1 Venta. La American Marketing Association, define la venta como "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)" (Thompson, 2005, parr. 3)

2.2.3.9.2 Ganancias. La ganancia representa la diferencia positiva entre los ingresos totales generados por una actividad económica y los costos asociados con esa actividad. Es un indicador clave de rentabilidad y eficiencia en los negocios y finanzas (Dirigentes Digital, 2024, parr. 3).

2.2.3.9.3 Facturación. La facturación de una empresa es el proceso que abarca las acciones de elaboración, registro, envío y cobro de las facturas emitidas por la venta de un producto o servicio; por lo tanto, las facturas reflejan los datos de una transacción comercial. Este tipo de documentos, ya sean electrónicos o en papel, detallan información sobre el emisor y el receptor (nombre, NIF, dirección), los artículos vendidos, su importe, los impuestos aplicables y el sistema de pago (Gomis, 2024, parr. 3).

2.2.3.9.4 Contabilidad. "La contabilidad es el arte de registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en términos de dinero, las operaciones y los hechos que son cuando menos de carácter financiero, así como el de interpretar sus resultados" (AICPA).

2.2.3.9.5 Medios de pago. Un medio de pago es un instrumento o bien que permite comprar un producto, contratar servicios o cancelar todo tipo de deudas; por tanto, se puede decir que es un bien, como el dinero, o un instrumento, como una tarjeta de crédito, que permite comprar algo o pagar una deuda. El dinero, de hecho, sirve como medio de pago y como medio de cambio e incluso como forma de ahorro (Arias, 2020, parr. 1).

2.2.3.9.6 Estrategias de Comercialización. Las estrategias de comercialización son factores importantes en el mundo, debido a que las actividades que las empresas realizan de manera cotidiana son con el objetivo de generar valor competitivo, incrementar las ventas, resaltar las capacidades competitivas del talento humano; desarrollar enfoques creativos direccionado a las ventas, servicio al cliente, y por ende ayuda al cumplimiento de las metas establecidas por las organizaciones obteniendo resultados satisfactorios y alcanzando un posicionamiento sustancial en el mercado (León, 2013).

2.2.3.10 Identificación de Variables Financieras. Las variables financieras son medidas numéricas que reflejan la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado. Estas variables se obtienen a partir de los estados financieros de la empresa, como el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo (ContabilidadFinanzas.com, 2024, parr. 4).

2.2.3.11 Estrategia Financiera. La estrategia financiera es una parte de la gestión estratégica de una determinada empresa que se encarga de controlar y planificar todo lo relacionado con los recursos usados para financiar operaciones para conseguir los objetivos previamente marcados (Méndez, 2024, parr. 1).

3. Metodología

3.1 Paradigma

El paradigma en el cual se inscribió la investigación es el positivista. Ricoy (2006) indica que:

El “paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico”. Por tanto, el paradigma positivista sustentará a la investigación que tenga como objetivo comprobar una hipótesis por medios estadísticos o determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica. (p. 14).

3.2 Enfoque

Teniendo en cuenta lo anterior, el enfoque que correspondió a la presente investigación fue: el enfoque cuantitativo que “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández et al., 2006, p. 5).

3.3 Método

En la presente investigación se utilizó el método empírico analítico, que se basa en fenómenos observados en la realidad y, se utiliza información cuantitativa y técnicas estadísticas para tratarla y analizarla, con el fin de diagnosticar e inferir sobre la población homogénea (Burbano et al., 2023, p. 95).

3.4 Tipo de Investigación

La investigación fue de tipo descriptivo puesto que, en primera instancia se partió de un diagnóstico, que permitió caracterizar la situación de las unidades de negocio objeto de estudio del municipio de Pasto. Según Narváez (2024) La investigación descriptiva es la que se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando (p. 35).

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

En la presente investigación, se trabajó con la población correspondiente a 60 unidades productivas pertenecientes al sector manufacturero de confección del Municipio de Pasto.

3.5.2 Muestra

Se escogió un “muestreo probabilístico que habla de una selección aleatoria de las muestras en el que cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida no nula de ser seleccionado, con lo cual cada elemento de la muestra represente a un sector de la población y su totalidad a toda la población” (Pimienta, 2015). En este orden de ideas se tomó aleatoriamente solo 10 unidades productivas considerando que iNNpulsa cuenta con una base de datos general, que reflejan las respuestas de la mayoría de las unidades productivas.

3.6 Técnicas de Recolección de la Información

En la presente investigación se aplicó una encuesta a 10 unidades productivas dedicadas a la confección, la cual fue construida por un cuestionario de propiedad y desarrollado por iNNpulsa, con diferentes tipos de preguntas, que fue dirigido a los empresarios del sector manufacturero de la ciudad de San Juan de Pasto.

4. Resultados de la Investigación

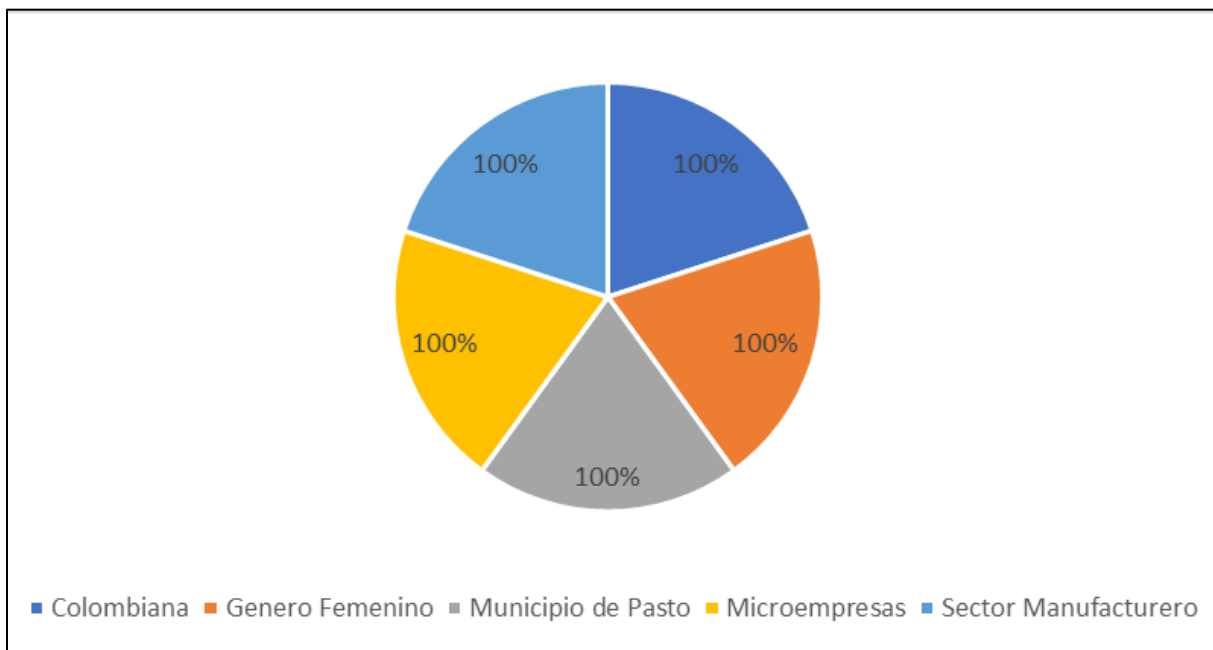
Nota Aclaratoria: En el proceso de tabulación de los datos, se realizó una selección por ejes a partir de las 57 preguntas del formulario suministrado por iNNpulsa, incluido en el anexo número 1, eligiendo aquellas que tenían una relación directa con los objetivos de la investigación

y que generaban un mayor impacto en el análisis de los resultados. En este sentido, del primer eje, compuesto por 11 preguntas, se tomaron 4; del segundo eje, que cuenta con 8 preguntas, también se seleccionaron 4; del tercer eje, conformado por 7 preguntas, se eligieron 3; del cuarto eje, con un total de 15 preguntas, se consideraron 5; y finalmente, en el quinto eje, que consta de 3 preguntas, se tomaron todas. Esta selección permitió centrar el análisis en los aspectos más relevantes, optimizando la interpretación de los datos obtenidos.

4.1 Diagnostico Económico y Financiero de las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto

Figura 3

Aspectos Generales.



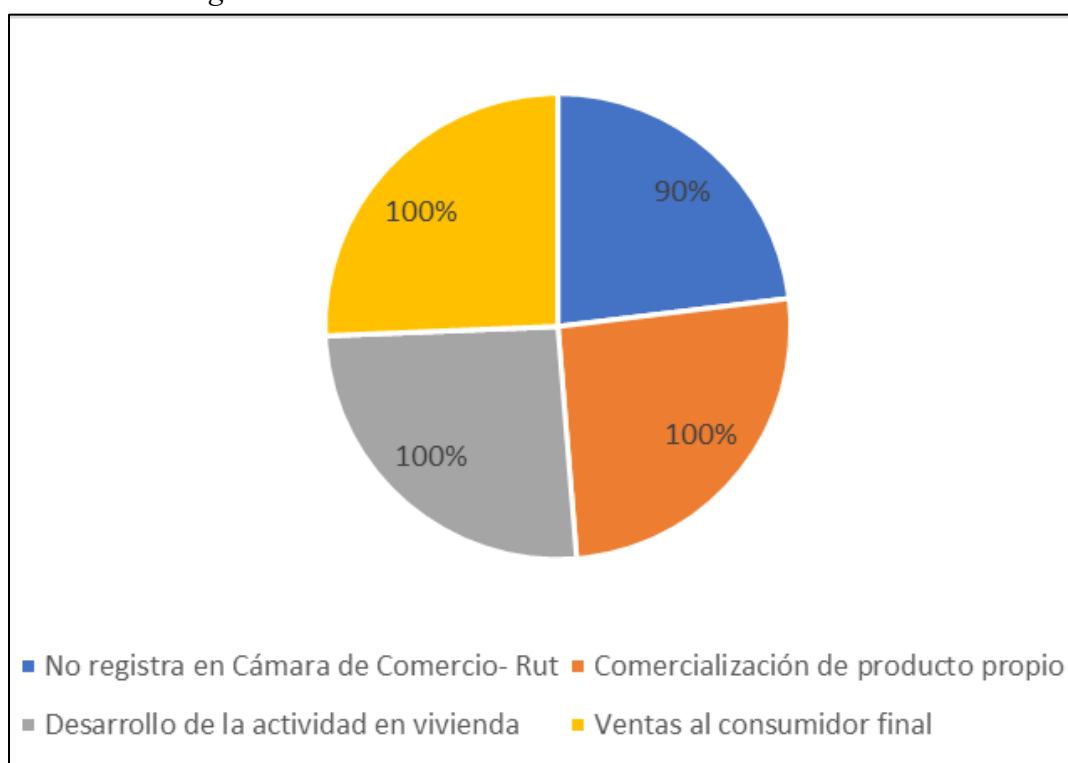
Fuente: Autoría propia. (2025)

El total de las encuestadas son mujeres de nacionalidad colombiana, residentes en el Municipio de Pasto, y propietarias de microempresas familiares dedicadas al sector manufacturero de confección, al identificar el tipo de organización que cumplía con los requisitos para acceder al programa Zasca como política pública nacional, fue posible determinar las características generales de la población objeto de estudio.

El hecho de que las encuestadas sean mayoritariamente mujeres permite abordar el impacto de la estrategia Zasca desde una perspectiva de género, evaluando cómo esta política pública contribuye a la inclusión y el empoderamiento económico de las empresarias en el sector de confección, que tradicionalmente ha sido una fuente de empleo para mujeres en contextos urbanos.

Figura 4

Características del Negocio.



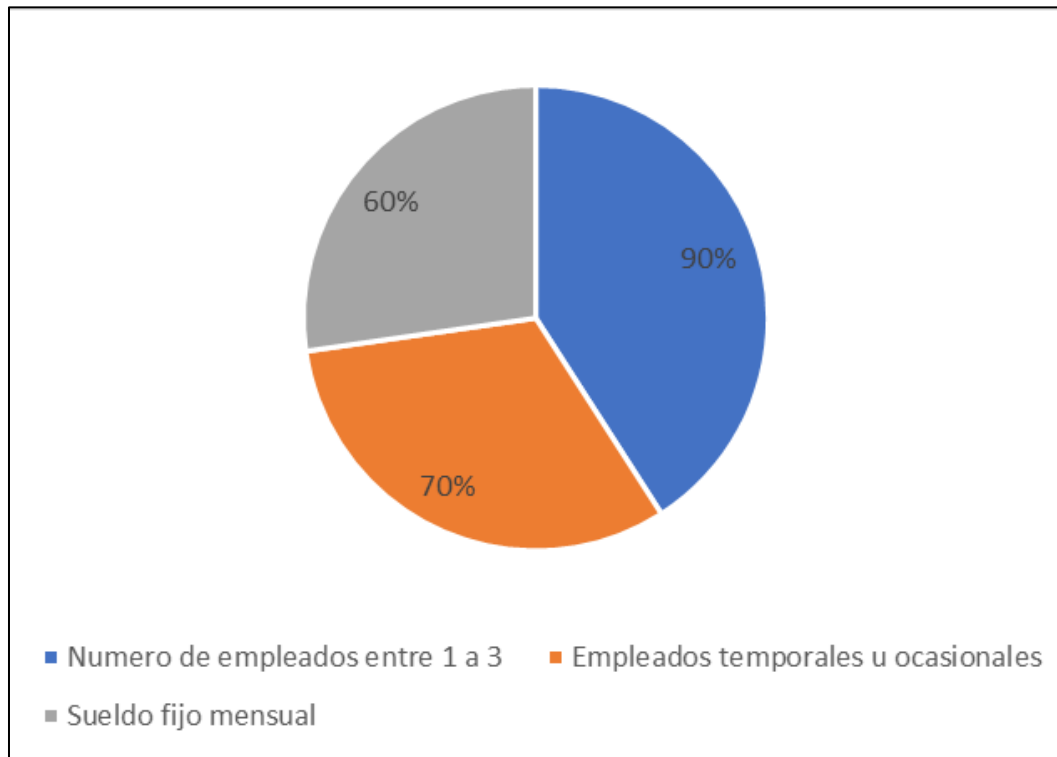
Fuente: Autoría propia. (2025)

El 90% de los encuestados indicó que no están registrados en Cámara de Comercio, ni cuentan con RUT, lo que indica un bajo nivel de formalización empresarial; el 100% de los encuestados respondió que su actividad principal es la comercialización de productos propios; además, el 100% manifestó que desarrollan su actividad en su vivienda, lo que confirma que se trata de microempresarios o trabajadores independientes, así mismo, señalaron que realizan sus ventas directamente al consumidor final, sin intermediarios ni distribuidores. Estos datos son fundamentales para analizar las principales características de estas empresas, permitiendo comprender su funcionamiento, estructura y entorno; la caracterización del negocio facilita la

identificación de aspectos clave como el sector al que pertenece, su tamaño, el mercado objetivo, los productos que ofrece, su modelo de negocio, los recursos disponibles y su nivel de competitividad.

Figura 5

Nómina del Negocio.



Fuente: Autoría propia. (2025)

El 90% de los encuestados da a conocer que cuentan con entre 1 y 3 empleados, lo que refleja que gran porcentaje de estas unidades productivas tienen una estructura organizativa reducida. Además, el 70% manifestó que emplea personal temporal u ocasional, lo que indica que la contratación de trabajadores es flexible y responde a la demanda del negocio, sin una nómina fija. Por otro lado, el 60% de los encuestados señaló que sus empleados reciben un sueldo fijo mensual, es decir que, a pesar de la flexibilidad en la contratación, existe una estabilidad en los pagos para quienes laboran en estos negocios.

Figura 6*Finanzas del Negocio.*

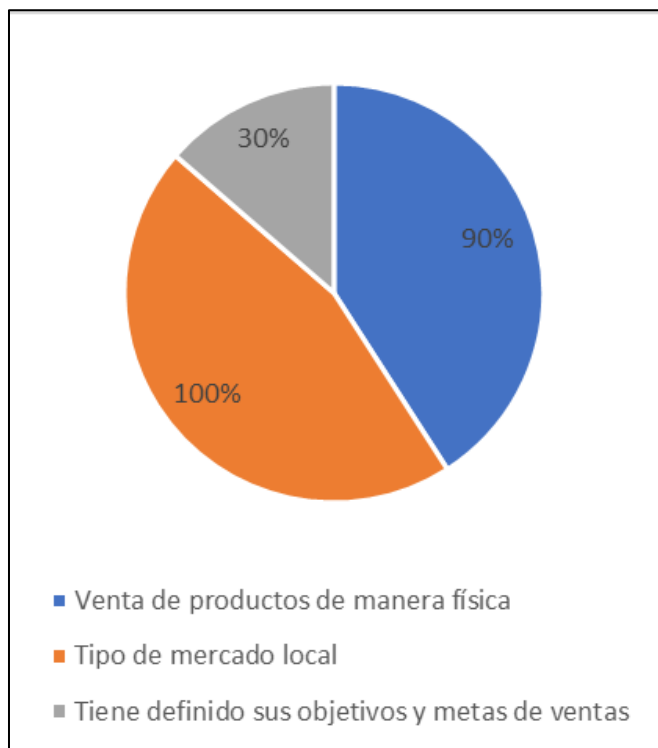
Fuente: Autoría propia. (2025)

El 80% de los encuestados no entrega facturas ni documentos que respalden sus ventas, lo que indica un bajo nivel de formalización y cumplimiento tributario. Sin embargo, el 90% sí solicita facturas a sus proveedores, lo que demuestra cierto reconocimiento de la importancia de la documentación para la adquisición de insumos; el 100% de los encuestados lleva el control de su negocio de manera manual (cuadernos, hojas, etc.), lo que refleja la ausencia de sistemas contables digitalizados y puede aumentar el riesgo de errores en la administración financiera. Además, el 90% de los encuestados no separa sus cuentas personales de las de la empresa, lo que puede dificultar la medición real de la rentabilidad del negocio y el acceso a financiamiento formal; el 100% de los encuestados utiliza dinero en efectivo como medio de pago, lo que sugiere una preferencia por transacciones informales y puede limitar la bancarización y el acceso a servicios financieros. Estos resultados evidencian que las microempresas del sector tienen un alto nivel de

informalidad, con prácticas contables tradicionales y una gestión financiera que puede afectar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Figura 7

Comercialización.



Fuente: Autoría propia. (2025)

El 90% de los encuestados comercializa sus productos de manera física, lo que indica que la mayoría de las transacciones se realizan cara a cara, sin presencia en canales digitales o comercio electrónico. Esto puede limitar su alcance y crecimiento en un entorno cada vez más digitalizado. El 100% de los encuestados opera dentro del mercado local, lo que sugiere que sus clientes son principalmente personas de la misma comunidad o municipio. Esto podría significar una dependencia del consumo interno y una falta de estrategias de expansión hacia otros mercados. Además, el 30% de los encuestados si tiene definidos sus objetivos y metas de venta, sin embargo, el 70% no los tiene, lo que evidencia la ausencia de una planificación estratégica para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio, esto puede dificultar la toma de decisiones y la mejora en la rentabilidad a largo plazo. En conclusión, estos resultados reflejan que las microempresas

encuestadas operan con un modelo de negocio tradicional, basado en la venta presencial y en el mercado local, pero carecen de planificación estratégica, lo que puede afectar su competitividad y capacidad de crecimiento.

4.1.1 Matriz DOFA Económica y Financiera

Figura 8

Matriz DOFA de las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

Factores Externos Factores Internos	Oportunidades	Amenazas
	Adopción de nuevas tecnologías para la optimización de los procesos de producción	Temor en el proceso de formalización debido al pago de impuestos
	Acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales mediante la exportación de los productos	Competencia con productos importados a bajo costo.
	Ofrecer productos personalizados para satisfacer las necesidades específicas de diferentes sectores del mercado	Fluctuaciones en los precios de la materia prima que impactan los costos de producción
	Programas de apoyo para obtener préstamos a bajo interés fortaleciendo el crecimiento empresarial.	Variaciones en las tasas de interés que afectan los costos de financiamiento y la capacidad de inversión.
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
Tienen conocimientos en cuanto a su actividad económica y materia prima	Aprovechar el conocimiento del negocio y la materia prima para adaptar nuevas tecnologías en los procesos de producción, optimizando costos y mejorando la eficiencia.	Capacitar en la formalización empresarial y beneficios tributarios para reducir el temor a la legalización y facilitar el acceso a créditos y apoyos financieros.
Flexibilidad y adaptabilidad a la demanda del mercado	Utilizar la flexibilidad y adaptabilidad para explorar nuevos mercados nacionales e internacionales mediante exportaciones, ampliando así la base de clientes.	Lograr diferenciarse de la competencia con productos de mayor calidad y valor agregado, evitando la competencia directa con productos importados de bajo costo.
Mantenimiento de la calidad de sus productos	Mantener la calidad del producto como un diferenciador clave para acceder a programas de apoyo público y privado que potencien la competitividad del sector.	Optimizar costos y proveedores para minimizar el impacto de las fluctuaciones en los precios de la materia prima, asegurando estabilidad financiera.
Capacidad para operar con recursos propios o con mínima deuda	Usar los programas de ZASCA para fortalecer la gestión financiera y mejorar la competitividad con recursos propios y créditos.	Invertir en mejoras productivas para reducir la dependencia del crédito y el impacto de tasas de interés altas.
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
Falta de modernización en maquinaria y en los procesos de producción	Acceder a programas de modernización y financiamiento promovidos por la Cámara de Comercio y la Alcaldía a través de la estrategia Zasca, mejorando maquinaria y procesos productivos.	Acceder a capacitaciones en gestión empresarial y tributaria para mejorar la planificación financiera y reducir el temor a la formalización.
Dependencia de un solo tipo de mercado	Diversificar el mercado con asesoría especializada para explorar nuevos segmentos y reducir la dependencia de un solo tipo de cliente.	Reducir la dependencia de un solo tipo de mercado diversificando la oferta de productos para hacer frente a la competencia con importaciones y grandes empresas.
Falta de planificación en los costos y gastos durante el proceso productivo	Recibir asesoría en planificación financiera mediante Zasca, optimizando costos y gastos para garantizar una operación sostenible.	Mejorar la eficiencia operativa con apoyo de Zasca para modernizar procesos y reducir costos, garantizando la sostenibilidad del negocio.
Manejo desorganizado del crédito y financiamiento, aumentando el riesgo de endeudamiento.	Reducir el desorden financiero mediante software y mentorías de ZASCA.	Implementar control financiero para minimizar desorden en el crédito y efectos de tasas variables.

Fuente: Autoría propia. (2025)

El análisis DOFA aplicado a las empresas manufactureras de confección del Municipio de Pasto, revela una serie de factores clave que influyen en su competitividad y sostenibilidad; entre las fortalezas destacan el conocimiento del negocio, la flexibilidad para adaptarse a la demanda del mercado, relaciones sólidas con clientes y la capacidad de operar con recursos propios, estas fortalezas pueden ser aprovechadas mediante estrategias como la adopción de nuevas tecnologías, la diversificación de mercados y la mejora de la calidad de los productos para fortalecer la posición competitiva.

Por otro lado, las debilidades identificadas, como la falta de modernización en maquinaria, dependencia de un solo mercado y manejo desorganizado del crédito, requieren estrategias como la modernización de procesos, diversificación de productos y mejora en la planificación financiera son esenciales para superar estos desafíos. En cuanto a las oportunidades, el acceso a programas de apoyo, capacitación, financiamiento favorable y la digitalización de procesos ofrecen un camino para el crecimiento y la mejora de la eficiencia; sin embargo, las amenazas, como la competencia desleal, fluctuaciones en los precios de materias primas y cambios regulatorios, exigen una gestión proactiva para mitigar riesgos.

Las empresas manufactureras de confección del Municipio de Pasto tienen un potencial significativo para crecer y mejorar su competitividad, si logran aprovechar sus fortalezas y oportunidades, mientras abordan sus debilidades y mitigan las amenazas; la implementación de estrategias como la modernización tecnológica, diversificación de mercados, mejora en la gestión financiera y fortalecimiento de alianzas estratégicas será clave para asegurar un desarrollo sostenible y competitivo en un entorno dinámico y desafiante.

4.2 Variables de Reactivación Económica y Financiera de las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto.

4.2.1 Conocer Aspectos Generales del Negocio

Conocer que las propietarias de estas microempresas son mujeres permite identificar cómo la reactivación económica puede contribuir a la inclusión y el empoderamiento femenino. “En muchos casos, las mujeres enfrentan mayores barreras para acceder a financiamiento, formación y oportunidades de crecimiento empresarial” (Confecamaras, 2025, p. 4). Al tener conocimiento de

que todas las empresas encuestadas son microempresas permite entender que sus necesidades y retos son diferentes a los de empresas más grandes, estas unidades productivas suelen enfrentar dificultades en financiamiento, tecnología, acceso a mercados y formalización.

Al identificar que las propietarias de estas empresas son colombianas ayuda a adaptar los programas de apoyo a la legislación, políticas públicas y dinámicas económicas del país, esto permite canalizar mejor los incentivos gubernamentales, promover la formalización y facilitar el acceso a programas de financiamiento y capacitación diseñados para emprendedores nacionales. El sector manufacturero es clave en la generación de empleo y en la producción de bienes de valor agregado, conocer que todas las empresas encuestadas pertenecen a este sector permite focalizar esfuerzos en mejorar la producción, reducir costos operativos y facilitar el acceso a materias primas; también es fundamental impulsar la digitalización, la modernización de procesos y la apertura a nuevos mercados para mejorar la competitividad de estas microempresas en la economía local y nacional.

Figura 9

Propietarias de Microempresas Vinculadas a Zasca.



Nota. *Fuente:* CNC Pasto (2024).

4.2.2 Identificar las Características del Negocio Según su Formalidad

La ausencia de registro formal ante la Cámara de Comercio indica que estas microempresas operan en la informalidad, esto representa un desafío, ya que, sin este registro, las empresas no pueden acceder a beneficios como créditos, apoyo gubernamental o participación en mercados más amplios; no contar con el RUT implica que estas unidades productivas no están registradas ante la DIAN y, por lo tanto, no pueden emitir facturas legales ni acceder a programas de apoyo estatales, la falta de formalización fiscal limita su crecimiento, pues muchos clientes y proveedores prefieren trabajar con empresas legalmente establecidas.

Las empresas cuando operan desde sus hogares tienen bajos costos operativos, pero también acceso limitado a infraestructura adecuada, esto puede afectar su capacidad de producción y expansión; para apoyar la reactivación económica, es importante promover programas de adecuación de espacios productivos, acceso a insumos y herramientas tecnológicas que permitan mejorar su competitividad, sin necesidad de trasladarse a instalaciones; las microempresas venden directamente al consumidor final lo cual indica que dependen de la demanda local y que su alcance comercial es limitado.

Figura 10

Fortalecimiento de Microempresas en Nariño a través de la Reindustrialización.



Nota. Fuente: iNNpulsa Colombia (2024).

4.2.3 Identificar la Generación de Empleo por Parte de las Unidades Productivas

La cantidad de empleados en nómina varía entre 1 a 3 empleados, esto indica que las microempresas generan empleo formal, aunque en una escala reducida, sin embargo, el hecho de que solo cuenten con esta cantidad de empleados refleja limitaciones en su capacidad de crecimiento y sostenibilidad financiera; para la reactivación económica, es fundamental facilitar acceso a incentivos para la contratación formal, como subsidios a la seguridad social, reducción de costos laborales o líneas de crédito con tasas preferenciales, esto permitiría fortalecer la estabilidad laboral y aumentar la productividad del negocio. La mayoría de estas unidades productivas dependen de empleados sin contrato, lo que indica una alta informalidad en la contratación, esto puede generar inseguridad laboral y dificultades para el acceso a beneficios sociales. Al identificar la cantidad de propietarios que reciben un sueldo fijo, da a conocer que las microempresas tienen cierta estabilidad en sus ingresos, pero también da a entender que aún existe un porcentaje significativo de negocios que no generan ingresos suficientes para garantizar una

remuneración estable a los propietarios, esto refleja la vulnerabilidad financiera de muchas de estas empresas y la necesidad de fortalecer su rentabilidad.

Figura 11

Empleo en las Unidades Productivas.



Nota. *Fuente:* CNC Pasto (2024).

4.2.4 Reconocer las Finanzas del Negocio

Conocer que las empresas no entregan facturas que soporten la venta a sus clientes indica la falta de facturación formal que puede limitar el acceso a beneficios tributarios y a financiamiento por parte de entidades bancarias; además, impide que las empresas participen en contratos con clientes que requieren documentación legal; promover la formalización en este aspecto puede mejorar la transparencia y credibilidad del negocio, facilitando su crecimiento.

Al tener conocimiento de que las empresas solicitan facturas a sus proveedores es importante porque indica que algunas practican la formalización en sus compras, lo que puede facilitar la deducción de impuestos y mejorar el control financiero; fomentar esta práctica en todos los aspectos del negocio ayuda a estructurar mejor la gestión administrativa y contable.

Las empresas que llevan sus cuentas de forma manual permiten identificar la necesidad de capacitaciones en herramientas contables digitales, el registro manual puede generar errores y dificultades en la gestión financiera, lo que afecta la toma de decisiones y la sostenibilidad del negocio, promover el uso de tecnologías contables puede mejorar la eficiencia y organización financiera.

Si las cuentas personales y del negocio no están separadas, se corre el riesgo de afectar la estabilidad financiera de la empresa y generar problemas de liquidez, es fundamental conocer esta información para diseñar estrategias de educación financiera que ayuden a los emprendedores a estructurar sus finanzas de manera adecuada, garantizando una administración más eficiente.

Conocer que el efectivo es el principal medio de pago permite identificar oportunidades para promover el uso de pagos digitales, la diversificación de métodos de pago puede mejorar la seguridad, facilitar el acceso a nuevos clientes y permitir un mejor control financiero. Fomentar el uso de herramientas como transferencias bancarias y pagos electrónicos puede contribuir a la modernización de las microempresas y su integración en el sistema financiero formal.

Figura 12

Centros de Reindustrialización ZASCA en Nariño que Beneficiarán a Unidades Productivas.



Nota. Fuente: iNNpulsa Colombia (2024).

4.2.5 Identificar los Canales de Comercialización de las Unidades Productivas

Al conocer que las empresas venden los productos de manera física, permite entender los métodos de comercialización utilizados por estas unidades productivas, y cómo estos influyen en su alcance y sostenibilidad; identificar que la venta es mayoritariamente física ayuda a comprender las limitaciones y ventajas que esto representa en términos de acceso a clientes y rentabilidad.

Conocer el mercado al que llegan las empresas es clave para evaluar su nivel de competitividad y su capacidad de generar ingresos, saber que operan en el mercado local permite analizar su nivel de dependencia de la demanda interna y los factores que pueden afectar su estabilidad económica.

Es importante conocer si las empresas tienen definidos sus objetivos y metas de ventas porque esto permite evaluar su nivel de planificación y proyección a futuro, contar con metas claras influye en la estabilidad y crecimiento del negocio, ya que facilita la toma de decisiones y la medición del desempeño económico.

Figura 13

Puntos Físicos de Comercialización de las Unidades Productivas.



Nota. Fuente: Suani Trejos (2024).

4.3 Estrategias de Reactivación Económica y Financiera Orientadas a Incrementar la Productividad y Competitividad del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto.

En el marco de la Estrategia Zasca, respaldada por iNNpulsa Colombia en alianza con la Alcaldía de Pasto, la Cámara de Comercio y la Universidad Autónoma, se ha desarrollado un trabajo investigativo orientado al fortalecimiento de las unidades productivas del sector manufacturero de confección en el municipio de Pasto. Esta iniciativa se estructura en cuatro ejes fundamentales: Características del negocio, Nómina, Finanzas y Comercialización, cada uno orientado a abordar las necesidades específicas de las unidades productivas, con el propósito de promover su competitividad y sostenibilidad en el mercado. A través de un diagnóstico preciso que permitió identificar aspectos clave como el tamaño de las empresas, su ubicación, años de operación, estado de formalización y necesidades percibidas, se han implementado estrategias focalizadas que ya muestran resultados significativos; cada una ha contribuido a cerrar brechas y potenciar las capacidades de estos negocios.

A continuación, se presentan de manera organizada las estrategias económicas y financieras implementadas, los resultados obtenidos, estrategias propuestas y recomendaciones para cada eje, reflejando el compromiso con el desarrollo económico local y la generación de trabajo decente, en línea con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

4.3.1 Estrategias de Reactivación Económicas Orientadas a Incrementar la Productividad y Competitividad del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto.

Figura 14

Eje Características del Negocio y Estrategia Implementada en las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

EJE	Características del negocio	
OBJETIVO	Conocer la estructura de las unidades productivas del sector manufacturero de confección del municipio de Pasto	
ODS	Este eje contribuye al ODS número 9: Industria, innovación e infraestructura, que permite identificar sus características organizativas, procesos de producción e infraestructura, así como las prácticas de innovación implementadas, contribuyendo a fortalecer la competitividad y promover una industrialización sostenible del sector. Este eje también se alinea con el ODS 8, al fomentar la formalización, el fortalecimiento empresarial y la generación de empleo digno que contribuye al crecimiento económico sostenible del municipio de Pasto.	
ESTRATEGIA IMPLEMENTADA	Mediante iNNpulsa y en coordinación con la Alcaldía de Pasto, cámara de comercio que es el aliado operador, y la universidad autónoma, se identificó el tamaño de la empresa, su ubicación, años de operación, formalización (Rut) y necesidades percibidas (financieras, tecnológicas, capacitación)	
RESULTADOS OBTENIDOS	El operador seleccionó y realizó las vistas, validó los documentos requeridos y diligenció la información del diagnóstico, esta información se utilizó para establecer un plan de acción.	
EXPERIENCIA VIVIDA	De acuerdo con la información suministrada por algunas de las unidades productivas, hubo una falta de organización en el desarrollo de la estrategia; aunque se llevó a cabo un diagnóstico, este no fue socializado y no se conformaron grupos con características similares que facilitaran el aprendizaje colectivo. Las asesorías se desarrollaron de manera individual, lo que limitaba el tiempo disponible para ampliar los conocimientos y fortalecer las técnicas en el proceso formativo.	

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 15

Eje Características del Negocio y Estrategia de Mejoramiento Orientadas a su Posible Implementación por parte de Zasca.

ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Clasificar las unidades productivas que accedieron a los beneficios de la Estrategia Zasca de acuerdo a sus necesidades.
RECOMENDACIÓN	Agrupar a las unidades productivas por nivel de conocimientos y formación para recibir las asesorías que se adapten a sus necesidades.
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Implementar un programa de asesorías especializadas que brinde a las microempresas información detallada sobre las oportunidades de crecimiento y los beneficios que pueden obtener al formalizarse y constituirse legalmente.
RECOMENDACIÓN	Orientar sobre los beneficios que pueden obtener si estan debidamente formalizadas, como acceder a otros programas institucionales de apoyo como el Fondo Emprender del SENA, el Fondo Mujer Emprende y las iniciativas de la Secretaría de Equidad de Género e Inclusión Social de Nariño, que proporcionan capital semilla, capacitación y acompañamiento técnico para impulsar su crecimiento y sostenibilidad.
EVIDENCIA	

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 16

Eje de Comercialización y Estrategias Implementadas en las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

EJE	Comercialización	
OBJETIVO	Analizar los canales de comercialización, el mercado objetivo y la planificación de ventas de las microempresas, para identificar oportunidades de mejora en su alcance, competitividad y sostenibilidad.	
ODS	Este eje vincula al ODS 8 al potenciar la comercialización de microempresas mediante estrategias de marca, redes sociales y fidelización, expandiendo su mercado y competitividad en el sector de confección de Pasto; este eje también se alinea con el ODS 9, ya que promueve la innovación y modernización financiera mediante el uso de herramientas digitales y el acceso a financiamiento formal, fortaleciendo la productividad y sostenibilidad de las microempresas del sector confección..	
ESTRATEGIA IMPLEMENTADA	Asesorar para el diseño de logo y marca, participación en una feria con apoyo de la Camara de Comercio, uso de redes sociales para promocionar los productos.	
RESULTADOS OBTENIDOS	Manejo de redes sociales como instagram y whatsapp que lograron que sus productos sean reconocidos y obtenidos a nivel nacional e incluso a nivel internacional.	
ESTRATEGIA IMPLEMENTADA	Capacitar sobre la atención al cliente	
RESULTADOS OBTENIDOS	Mejoraron la fidelización y la confianza con los clientes, además se fortaleció la imagen y reputación de las unidades productivas	
EXPERIENCIA VIVIDA	Las unidades productivas participaron en una feria realizada en la Cámara de Comercio de Pasto, sin embargo, se evidenció que la participación fue limitada, ya que no se implementaron estrategias de motivación que impulsaran a todos los beneficiarios a vincularse, así como tampoco se adelantaron procesos de sensibilización que les permitieran reconocer la importancia de este tipo de espacios para visibilizarse y fortalecerse dentro del sector manufacturero de confección.	

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 17

Eje de Comercialización y Estrategias de Mejoramiento Orientadas a su Posible Implementación por parte de Zasca.

ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Vincularse a eventos y programas nacionales orientados a la promoción y posicionamiento de sus productos.
RECOMENDACIÓN	Establecer alianzas con universidades y entidades públicas para facilitar y promover la participación de las unidades productivas en eventos, de igual manera sensibilizar sobre la importancia estratégica de su participación en estas iniciativas. (ver figura 18)
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Promover el uso de herramientas tecnológicas y recursos digitales que optimicen los procesos de confección, mejoren la eficiencia y contribuyan al bienestar de los trabajadores.
RECOMENDACIÓN	Orientar a los microempresarios sobre el uso de equipos que faciliten el proceso productivo, como tijeras eléctricas, que permiten mayor precisión y ahorro de tiempo, de igual manera dar a conocer la existencia de plataformas en línea donde pueden adquirir insumos y repuestos a precios más económicos, reduciendo costos operativos.(ver figura 19)
EVIDENCIA	

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 18

Programas de Apoyo a Nivel Local y Nacional para Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección en el municipio de Pasto.

Programas de Apoyo para Emprendedores	
Programa / Entidades	Descripción
Alistate y Transformaté-T para crecer 	Las cámaras de comercio, en coordinación con Confecámaras, implementaron el programa. Este programa tiene como objetivo principal potenciar las capacidades organizativas, comerciales, digitales y financieras de los negocios de baja escala, con miras a promover su crecimiento sostenible y su perdurabilidad en el tiempo.
Fábricas de Productividad 	Es un programa del gobierno liderado por Colombia Productiva y MinComercio, con aliados como las Cámaras de Comercio, SENA, MinTic y MinVivienda. Va dirigido a pequeñas, medianas y grandes empresas que busquen incrementar su productividad interna a través de intervenciones técnicas y acompañamiento especializado para producir más y mejor. Además el programa posibilita la adaptación de las empresas frente al Covid-19 para así superar su impacto económico.
Emprendi Paz 	El propósito central es consolidar a la juventud como protagonista de la competitividad y la paz territorial mediante formación, acompañamiento y entrega de capital en sectores estratégicos como agroindustria, industria, comercio y turismo. El proceso de selección priorizará a mujeres, víctimas del conflicto, personas con discapacidad, comunidades étnicas y jóvenes reincorporados, con el fin de promover la inclusión y la paz territorial.
Secretaría de las Mujeres, Orientaciones Sexuales e Identidades de Género 	La Secretaría de las Mujeres, Orientaciones Sexuales e Identidades de Género de la Alcaldía de Pasto promueve la igualdad, el empoderamiento y la protección de los derechos de las mujeres y diversidades sexuales. Busca apoyar los emprendimientos femeninos mediante capacitaciones, programas y alianzas con entidades locales. Además, cuenta con un grupo de WhatsApp donde se comparten cursos, eventos y convocatorias para fortalecer los negocios liderados por mujeres del municipio de Pasto.
Fondo Mujer Libre y Productiva 	Programa gubernamental con enfoque de género que apoya a mujeres emprendedoras rurales, urbanas y diversas, especialmente en situación de vulnerabilidad. Ofrece recursos financieros y no financieros como capital productivo, educación financiera, acompañamiento técnico y acceso a redes de comercialización. Entre sus convocatorias destaca “Diversidades Autónomas y Productivas”, que otorga hasta \$30 millones COP por negocio para fortalecer emprendimientos liderados por mujeres LBT y diversas. Hasta junio de 2025, el programa ha beneficiado a más de 64.900 mujeres en los 32 departamentos del país, incluyendo Nariño.
Fortalecimiento de la Autonomía Económica 	El programa Fortalecimiento de la Autonomía Económica, liderado por la Secretaría de Equidad de Género e Inclusión Social de la Gobernación de Nariño promueve el empoderamiento económico de mujeres, población LGBTIQ+, jóvenes y personas con discapacidad, mediante formación, ferias productivas y apoyo a emprendimientos. En 2025 abrió convocatoria para fortalecer proyectos productivos en varios municipios del departamento.

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 19

Herramientas digitales para impulsar la comercialización de productos de las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

Aplicaciones para Comercializar y Promocionar Productos		
Aplicación	Uso principal	Cómo se debe utilizar
WhatsApp Business 	Comunicación directa con clientes	Crear un perfil empresarial con logo, dirección y catálogo de productos. Permite responder mensajes automáticos, mostrar precios y gestionar pedidos de forma rápida y personalizada. Ideal para atención al cliente y ventas directas.
Instagram 	Promoción visual y posicionamiento de marca	Publicar fotos y videos de productos, usar hashtags relacionados con moda y confección, interactuar con seguidores y usar la función “Tienda” para vender directamente. Se recomienda responder comentarios.
Facebook Business 	Publicidad y creación de comunidad	Crear una página empresarial para compartir productos, promociones y eventos. Permite realizar campañas publicitarias segmentadas por edad, ubicación e intereses, ideal para alcanzar más clientes locales y regionales.
TikTok Business 	Promoción creativa y viral	Grabar videos cortos mostrando procesos de confección, diseños o historias detrás del producto. Utilizar música y tendencias para ganar visibilidad; excelente para atraer público joven.
Canva 	Diseño de contenido publicitario	Crear fácilmente catálogos, publicaciones y videos promocionales, ofrece plantillas para redes sociales, etiquetas o tarjetas. No requiere conocimientos de diseño.
Google Business Profile (antes Google My Business) 	Visibilidad en búsquedas locales	Registrar el negocio con dirección, teléfono y horarios para aparecer en Google Maps y resultados de búsqueda. Facilita que los clientes encuentren la empresa y dejen reseñas.

Fuente: Autoría propia. (2025)

4.3.2 Estrategias de Reactivación Financieras Orientadas a Incrementar la Productividad y Competitividad del Sector Manufacturero de Confección del Municipio de Pasto.

Figura 20

Eje de Nómina y Estrategias Implementadas en las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

EJE	Nómina del negocio		
OBJETIVO	Promover la formalización laboral en las microempresas mediante el acceso a incentivos para la contratación legal y la reducción de la informalidad en el empleo.		
ODS	Este eje contribuye al ODS numero 8 al promover la formalización laboral mediante contratos claros, asignación estratégica de personal y beneficios no salariales, fomentando así trabajo decente, reduciendo la informalidad y mejorando la eficiencia productiva en el sector de confección de Pasto; este eje también se alinea con el ODS 10, al promover la reducción de desigualdades salariales y laborales mediante la formalización del empleo y la implementación de condiciones de trabajo justas e inclusivas.		
ESTRATEGIA IMPLEMENTADA	Orientar para la elaboración de contratos o acuerdos laborales que cumplan con la normativa vigente y para la asignación estratégica según las capacidades del personal para la eficiencia en los procesos productivos.		
RESULTADOS OBTENIDOS	Se logro una mayor formalización de los contratos laborales, los cuales ahora especifican de manera clara y precisa las condiciones, cláusulas, responsabilidades y la duración del vínculo. Esto ha sido fundamental para prevenir desacuerdos y conflictos, también ha permitido un mejor aprovechamiento del tiempo y los recursos, optimizando los procesos y contribuyendo significativamente a aumentar la eficiencia de la producción. (Ver figura 21)		
EXPERIENCIA VIVIDA	Las unidades productivas aprendieron sobre la elaboración de contratos sencillos, con cláusulas de fácil entendimiento, lo cual facilitó la comprensión de los compromisos adquiridos y generó mayor claridad en los procesos de contratación.		

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 21

Modelo de Contrato de Trabajo Sencillo, para las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

CONTRATO DE TRABAJO	
Entre _____ identificado con C.C. No _____, quien en adelante se llamará EL EMPLEADOR, y _____ identificado con C.C. No. _____, quien en adelante se llamará EL TRABAJADOR, se celebra el presente contrato de trabajo, regido por las siguientes condiciones:	
1. Cargo:	_____
2. Lugar de trabajo	_____
3. Jornada	_____ (ejemplo: 8 horas diarias, lunes a viernes)
4. Salario: \$	_____ mensuales, pagados _____ (ejemplo: quincenal/mensual).
5. Duración:	__ A término determinado hasta __, __ A término indefinido.
6. Funciones:	
	-El trabajador cumplirá sus funciones con responsabilidad.
	- El empleador pagará el salario correspondiente.
7. Terminación:	Se aplicará lo dispuesto en el Código Sustantivo del Trabajo.
Firmado en	_____, a los ____ días del mes de _____ de 2025.
EL EMPLEADOR	
Nombre:	_____
Firma :	_____
EL TRABAJADOR	
Nombre:	_____
Firma :	_____

Nota. Formato adaptado según el testimonio de las unidades productivas que asistieron a las capacitaciones en el centro Zasca. Fuente: R.L. Ponte tu Ropa. (2025)

Figura 22

Eje de Nómina y Estrategias de Mejoramiento Orientadas a su Posible Implementación por parte de Zasca.

ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Asesorar en la implementación de beneficios no salariales estratégicos para incrementar la satisfacción laboral.
RECOMENDACIÓN	Establecer una escala salarial equitativa y competitiva, basada en la identificación del perfil profesional y el nivel de formación de cada empleado.
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Ampliar el programa de capacitación en técnicas de confección para incluir a todo el personal operativo.
RECOMENDACIÓN	Organizar las asesorías en horarios flexibles y con sesiones de mayor duración para facilitar la asistencia del personal.
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Orientar sobre los tipos de contratación legal que existen en Colombia según la ley 2466 de julio de 2025
RECOMENDACIÓN	Orientar a los emprendedores y microempresarios del sector confección sobre la selección del tipo de contrato más adecuado, considerando el tamaño de su negocio, el volumen de producción y el tipo de personal requerido (operarios, cortadores, modistas, bordadores, entre otros). En este contexto, el contrato de trabajo por obra o labor determinada se presenta como la opción más favorable, ya que permite vincular personal de manera temporal para atender pedidos específicos o temporadas de alta demanda, optimizando recursos sin comprometer la estabilidad financiera del negocio. (Ver figura 23) Cabe anotar que la ley 2466 lo que permite son contratos a término indefinido con el debido pago de seguridad social, el pago de aportes a seguridad social, garantiza la protección y bienestar de los trabajadores frente a diferentes situaciones como enfermedad, accidentes laborales, maternidad, invalidez, vejez o desempleo. (Ver figura 24)

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 23

Modelo de Contrato por Obra Labor o Labor Determinada, para las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

CONTRATO DE TRABAJO POR OBRA O LABOR DETERMINADA Entre (Nombre del empleador o microempresa) identificado con NIT/ C.C. No. _____, y (Nombre del trabajador/a de confección), identificado con C.C. No. _____, se celebra el presente contrato de trabajo por obra o labor determinada, conforme a la Ley 2466 de 2025. 1. Objeto (obra o labor específica): Confección de _____ (ejemplo: "Confección de 800 uniformes escolares modelo clásico para el cliente Colegio ABC") 2. Duración estimada: Desde ____/____/____ hasta la finalización de la obra o entrega del pedido. 3. Lugar de ejecución: Taller ubicadi en _____ (dirección o barrio donde se realizará la labor). 4. Salario: \$ _____ por mes/ unidad/ tarea (especificar la forma de pago). 5. Prestaciones y seguridad social: El trabajador tendrá derecho a prestaciones sociales (cesantías, interes, primas y vacaciones proporcionales) y estará afiliado al sistema de seguridad social (salud, pensión y ARL). 6. Terminación: El contrato finaliza automáticamente al completarse la obra o labor descrita en la cláusula primera Firmas: _____ (Empleador) _____ (Trabajador) Fecha: ____/____/____
--

Fuente: Autoría propia. (2025)

Para diligenciar este formato se debe tener en cuenta que el empleador escriba su nombre o el de su microempresa y el del trabajador que será contratado; en el espacio del objeto, se describe claramente el trabajo que se va a realizar, por ejemplo, la confección de un pedido específico de prendas. En la duración, se anota la fecha de inicio y se indica que el contrato termina cuando se complete el pedido. En el lugar de ejecución, se escribe la dirección o el taller donde se hará el trabajo, y en el salario, se especifica cuánto se pagará, ya sea por mes, por prenda o por tarea. También se debe garantizar que el trabajador esté afiliado a salud, pensión y ARL, y reciba las prestaciones sociales que le correspondan. Finalmente, ambas partes firman y colocan la fecha para dejar constancia del acuerdo.

Figura 24

Guía de Pago de Aportes a la Seguridad Social por Días en 2025

Días laborados en el mes	Ingreso base de cotización	Valor del aporte del empleador	Valor del aporte del trabajador
Entre 1 y 7 días	1/4 del del salario mínimo mensual (\$355.875)	\$42.705	\$14.235
Entre 8 y 14 días	1/2 del del salario mínimo mensual (\$711.750)	\$85.410	\$28.470
Entre 15 y 21 días	3/4 del del salario mínimo mensual (\$1.067.625)	\$128.115	\$42.705
Más de 21 días (hasta 30)	1 salario mínimo mensual (\$1.067.625)	\$170.820	\$56.940

Nota. Fuente: Gerencie. (2025)

Figura 25

Eje de Finanzas y Estrategias Implementadas en las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

EJE	Finanzas del negocio	
OBJETIVO	Mejorar la gestión financiera de las microempresas mediante la promoción de buenas prácticas contables, uso de herramientas digitales y adopción de medios de pago formales.	
ODS	Este eje apoya el ODS 8 al mejorar la gestión financiera mediante herramientas contables, control de costos y acceso a financiamiento, promoviendo la sostenibilidad económica y el crecimiento formal del sector de confección en Pasto.	
ESTRATEGIA IMPLEMENTADA	Asesorar en el reconocimientos de costos, gastos e ingresos y manejo de inventario.	
RESULTADOS OBTENIDOS	Se logró la identificación y clasificación de los costos directos e indirectos, lo cual sirvió de base para una determinación de precios más precisa y rentable de los productos, junto con una reorganización eficiente del inventario. (ver figura 26)	
ESTRATEGIA IMPLEMENTADA	Gestionar el acercamiento con entidades bancarias para financiamiento	
RESULTADOS OBTENIDOS	Mediante ruedas financieras las unidades productivas tuvieron una interaccion con diferentes entidades bancarias que les dieron a conocer los requisitos para acceder a financiamiento.	
EXPERIENCIA VIVIDA	Los funcionarios de Zasca explicaron sobre la organización de las máquinas para la optimización del tiempo y el cálculo manual del precio de los productos, aspectos que contribuyeron al fortalecimiento de los conocimientos técnicos y al desarrollo de habilidades prácticas. Además, se mencionó la importancia de considerar los costos indirectos requeridos para la elaboración del producto, con el fin de lograr una valoración más completa y realista en los procesos de producción.	

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 26

Formato básico para el cálculo de costos en productos, para las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

Formato Básico- Cálculo de Costo de un Producto de Confección			
Producto: _____			
Referencia: _____			
Fecha: _____			
1. Materia Prima			
Descripción del insumo	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Total(\$)
Tela principal			
Hilo			
Botones/Cierres			
Etiquetas y empaques			
Subtotal meteria prima			
2. Mano de Obra Directa			
Actividad	Tiempo (Horas)	Costo por hora(\$)	Total(\$)
Corte			
Confección			
Planchado/ Acabado			
Subtotal mano de obra			

3. Costos Indirecto de Fabricación	
Concepto	Valor (\$)
Energía y agua	
Mantenimiento de máquinas	
Transporte interno	
Otros (agujas, etc)	
Subtotal CIF	
3. Costos Total del Producto	
Concepto	Valor (\$)
Materia Prima	
Mano de Obra	
Costos Indirecto de Fabricación	
Costos Total del Producción	
Precio de venta sugerido	

Nota. Formato utilizado en el centro Zasca para capacitaciones a unidades productivas. Fuente: R.L. Ponte tú Ropa. (2025)

Este formato se utiliza para calcular el costo total de producción de una prenda o producto de confección. Primero, se registran los insumos en la sección de materia prima, indicando la cantidad, el costo unitario y el total de cada elemento como tela, hilo o botones. Luego, en la sección de mano de obra directa, se anotan las actividades realizadas (por ejemplo, corte o confección), el tiempo empleado y el costo por hora para determinar su subtotal. En la parte de costos indirectos de fabricación, se incluyen los gastos generales que intervienen en el proceso, como energía, mantenimiento o materiales de uso común. Finalmente, se suman los tres subtotales para obtener el costo total de producción, al cual se puede agregar un margen de ganancia para definir el precio de venta sugerido.

Figura 27

Eje de Finanzas y Estrategias Implementadas en las Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección de Pasto.

ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Capacitar en el uso de una herramienta digital que facilite la contabilización de costos, gastos e ingresos.
RECOMENDACIÓN	Orientar en el manejo básico de las hojas de cálculo, implementación de plantillas para facilitar el cálculo de costos, gastos e ingresos.
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Capacitar a los microempresarios sobre la importancia de llevar una facturación formal y electrónica, para mejorar el control financiero, la transparencia y el acceso a apoyos institucionales.
RECOMENDACIÓN	Al llevar una facturación formal, los microempresarios pueden acceder a beneficios como el IVA descontable en compras, la deducción de gastos en impuestos, la posibilidad de acceder a créditos, lo que contribuye al crecimiento y sostenibilidad de sus emprendimientos. (ver figura 28) En Colombia, están obligados a facturar quienes superen los 3.500 UVT anuales (aprox. \$164 millones en 2025), tengan empleados, locales comerciales o pertenezcan al régimen simple o responsables de IVA, de lo contrario no está obligado a facturar electrónicamente.
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Asesorar y fortalecer las competencias de los microempresarios del sector manufacturero de confección en los procesos de búsqueda y gestión de proveedores
RECOMENDACIÓN	Orientar a los microempresarios sobre la existencia de proveedores nacionales e internacionales de materias primas, especialmente de telas, donde pueden adquirir insumos de calidad a precios más accesibles, lo que les permite optimizar costos y mejorar la rentabilidad. De igual manera, fomentar la colaboración entre pequeños productores para realizar compras conjuntas, reduciendo gastos logísticos y fortaleciendo su poder de negociación en el mercado.
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO	Fortalecer las competencias de los microempresarios del sector manufacturero de confección en el acceso a fuentes de financiamiento.
RECOMENDACIÓN	Dar a conocer a los microempresarios del sector manufacturero de confección los diferentes bancos y programas disponibles, con el fin de que gestionen su acceso a financiamiento a través de entidades que apoyan el emprendimiento. (ver figura 29)
EVIDENCIA	

Fuente: Autoría propia. (2025)

Figura 28

Ejemplo de Formato de Factura Electrónica para Orientar a las Unidades Productivas del Sector de Confección en su Correcto Diligenciamiento.

Factura Electrónica No: F-000123
Fecha de Emisión: 29/10/2025
Hora: 10:30 a.m.

Datos del emisor

Nombre o Razón Social: confecciones Moda Pastusa S.A.S
Nit: 901.456.789-0
Dirección: Calle 18 No. 22-45, Pasto, Nariño
Teléfono:
Correo electrónico: ventas@modapastusa.com

Datos del cliente

Nombre o Razón Social: Boutique Elegancia Ltada
Nit: 900.234.567-8
Dirección: Carrera 25 No. 14-09, Pasto, Nariño
Correo electrónico: pedidos@elegancia.com

Detalle de Productos o Servicios

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Subtotal
50	Camisas de algodón talla M	\$ 35,000	\$ 1,750,000
30	Pantalones en lino talla L	\$ 45,000	\$ 1,350,000

Subtotal:
IVA (19%):
TOTAL A PAGAR: \$3.689.000

Forma de Pago: Transferencia Bancaria
Cuenta: Banco Agrario No.0123456789
Fecha de Vencimiento: 5/011/2025

Firma Electrónica: _____
CUFE:1234567890ABCDEF1234567890ABCDEF

Fuente: Autoría propia. (2025)

Para diligenciar la factura electrónica, el emisor (empresa o unidad productiva) debe ingresar sus datos completos de identificación, nombre o razón social, NIT, dirección y correo electrónico, junto con los del cliente; luego en la tabla de productos o servicios, se registran las cantidades, descripciones, valores unitarios y subtotales correspondientes. El sistema calcula automáticamente el subtotal, el IVA y el total a pagar. Finalmente, se especifica la forma de pago (efectivo, transferencia o tarjeta), la fecha de vencimiento y se valida el documento con la firma electrónica o el CUFE (Código Único de Factura Electrónica), garantizando su validez legal ante la DIAN.

Figura 29

Entidades de Apoyo Financiero para Unidades Productivas del Sector Manufacturero de Confección en el municipio de Pasto.

Matriz de Apoyo Financiero		
Entidad	Programa	Descripción
Banco Agrario  Banco Agrario de Colombia	Mujer Microempresaria	Crédito del Banco Agrario para mujeres microempresarias (18-70 años) con mínimo 12 meses de experiencia. Financia capital de trabajo e inversión desde 1 a 15 SMMLV, con plazos hasta 36 meses (trabajo) y 48 meses (inversión). Incluye asesoría y educación financiera.
Gobernación de Nariño  Gobernación de NARIÑO	Programa CrediPaz (Nariño)	Programa de la Gobernación con apoyo del Banco Agrario y el Fondo Nacional de Garantías que ofrece créditos hasta \$8,5 millones para emprendedores de la economía popular, con tasa 0 % y respaldo hasta del 70 % del capital. Busca reducir el gota a gota, fortalecer los negocios locales y mejorar la calidad de vida en Nariño.
Banco Mundo Mujer  Mundo Mujer El Banco de la Comunidad	Crédito para la Mujer	Este programa esta dirigido a tenderas, modistas y caficultoras para fortalecer sus negocios. Montos: hasta \$139.200.000 (tenderas y modistas) Requisitos: Ser persona natural, cédula, mínimo 12 meses de actividad. Beneficios: requisitos flexibles, posibilidad de firmar sola (según perfil), educación financiera, y seguro gratuito de hospitalización por \$50.000 diarios hasta 10 días.
	Crédito Pequeña Empresa	Pequeña Empresa: financia negocios comerciales o productivos desde \$1 millón hasta \$600 millones (hasta \$140 millones para nuevos clientes). Tasas y cuotas fijas, requiere visita de un ejecutivo y cumplimiento de requisitos.
SENA  FONDO EMPRENDER	Fondo Emprender	Ofrece capital semilla hasta por \$100 millones para crear o fortalecer empresas lideradas por mujeres. Brinda asesoría técnica, acompañamiento y prioridad a mujeres en situación de vulnerabilidad o con proyectos de alto impacto. Requisitos: ser colombiana mayor de edad, tener una idea de negocio viable, presentar el plan de negocio ante el SENA y cumplir las condiciones de la convocatoria vigente.
Fundación de la mujer  delamujer	Credito mujeres emprendedoras	La Fundación de la Mujer ofrece créditos desde 2 SMMLV a microempresas con al menos 12 meses de operación, para capital de trabajo o modernización. No exige vida crediticia ni cobra estudio de crédito, y tiene cobertura nacional.
Banco Contactar  Contactar	CrediNegocio	Financia desde \$1.000.000 hasta \$328.828.500 para microempresarios urbanos y rurales que lleven al menos 1 año de experiencia. Los recursos pueden destinarse a activos fijos o capital de trabajo, con plazos de 12 a 60 meses y cuotas fijas mensuales. Ofrece asesoría personalizada, trámites ágiles y la posibilidad de acceder a nuevos productos según el buen comportamiento crediticio.

Fuente: Autoría propia. (2025)

Conclusiones

La Estrategia Zasca, se consolida como un mecanismo integral para atender las necesidades estructurales del sector manufacturero de confección en el municipio de Pasto. La investigación evidenció que la informalidad, el escaso acceso a financiamiento, la baja digitalización y la limitada capacidad de innovación son factores que restringen la competitividad y sostenibilidad de las unidades productivas. En este sentido, la estrategia ofrece un camino para mejorar la formalización, brindar asistencia técnica, fortalecer los procesos de capacitación y abrir nuevos canales de comercialización, todo ello permite que las microempresas evolucionen de manera progresiva hacia un modelo de gestión eficiente, alineado con las dinámicas del mercado actual y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular con el octavo ODS sobre trabajo decente y crecimiento económico.

El diagnóstico financiero y organizacional permitió identificar que la mayoría de las unidades productivas beneficiarias del programa son lideradas por mujeres, lo cual otorga un valor agregado a la Estrategia Zasca, más allá de la mejora empresarial, la estrategia se convierte en un instrumento de empoderamiento femenino, generador de oportunidades laborales y de inclusión social. La participación activa de estas emprendedoras refleja la importancia de fomentar políticas públicas que reconozcan el papel fundamental de la mujer en la economía popular y solidaria; para promover no solo la autonomía económica de este grupo poblacional, sino también un aporte significativo al tejido social y al crecimiento local, contribuyendo al cierre de brechas de género y a la construcción de una sociedad equitativa.

Las estrategias propuestas demostraron que la Estrategia Zasca es una herramienta clave para fortalecer el sector manufacturero de confección en Pasto. Su aplicación permite avanzar en la formalización empresarial, mejorar la gestión financiera y promover la digitalización y diversificación de mercados; estas acciones contribuyen a incrementar la productividad y competitividad de las microempresas, impulsando la reactivación económica local y la inclusión de mujeres emprendedoras.

Recomendaciones

Las unidades productivas vinculadas a la Estrategia Zasca pueden considerar los beneficios de avanzar en procesos de formalización empresarial ya que, este paso abre mayores oportunidades de financiamiento, acceso a programas de apoyo estatal y posibilidades de ampliar su presencia en el mercado. Para acompañar este proceso, resulta conveniente ofrecer espacios de orientación en temas jurídicos, tributarios y contables, donde las microempresas tendrán la posibilidad de fortalecer su credibilidad y proyectar un crecimiento sostenible en el tiempo.

La investigación mostró que las microempresas del sector confección en Pasto mantienen una gestión financiera manual, mezclan finanzas personales, empresariales, dependen en gran medida del efectivo y no de transferencias a una cuenta bancaria, por lo tanto, se recomienda fortalecer la educación financiera de las emprendedoras mediante capacitaciones en uso de software contables básicos, facturación electrónica y mecanismos de bancarización. Estas herramientas permitirán un mayor control de ingresos y egresos, facilitarán el acceso al crédito formal y contribuirán a una planeación financiera, lo que resultará clave para mejorar la competitividad del sector.

Finalmente, se recomienda fortalecer la implementación de las estrategias diseñadas a través del acompañamiento continuo del Centro Zasca, priorizando la capacitación en educación financiera, el uso de herramientas digitales y la formalización empresarial. Esto permitirá consolidar la productividad y competitividad del sector manufacturero de confección en Pasto, garantizando la sostenibilidad de las microempresas y su integración en el mercado regional.

Referencias

- Alcaldía de Pasto. (2024, octubre 15). *Secretaría de Desarrollo Económico participó del lanzamiento del Centro de Reindustrialización Zasca*. <https://pasto.gov.co/>; Alcaldía de Pasto. <https://pasto.gov.co/index.php/noticias-desarrollo-economico/16181-secretaria-de-desarrollo-economico-participo-del-lanzamiento-del-centro-de-reindustrializacion-zasca>
- Alcaldía de Pasto. (2024). *Plan Municipal De Desarrollo 2024 – 2027 Pasto Competitivo, Sostenible Y Seguro*. <https://www.pasto.gov.co/index.php/planes-programas-proyectos-y-su-ejecucion/126-plan-de-desarrollo>.
- Andrade de Souza (1968). *Definición de diagnóstico*. Artículo electrónico. Disponible en <https://concepto.de/diagnostico/>.
- Arias, E. R. (2020, febrero 9). Medios de pago. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-pago.html>
- Avella, M., y Fergusson, L. (2003). El ciclo económico Enfoques e ilustraciones. Los ciclos económicos de Estados Unidos y Colombia. Bogotá: Banco de la República. <https://banrep.gov.co/docum/ftp/borra284.pdf>
- Banco Mundo Mujer. (2025). *Formulario Pre solicitud de Ahorro - Banco Mundo Mujer*. Banco Mundo Mujer. https://www.bmm.com.co/pre-solicitud-de-ahorro?producto=cuenta-tu-meta?utm_source=Google&utm_medium=FormularioWeb&utm_campaign=Bici_nueva&utm_term=Pmax&utm_content=AhorroTuMeta&gad_source=1&gad_campaignid=21868947025&gbraid=0AAAAADe1XA730Pbs9EsivPgjcUhBmAHgB&gclid=Cj0KCQjw mYzIBhC6ARIsAHA3IkRIS5g0k0cuxDI8G2etpvVwDMQ7k4ACLMsymqQ83i79-1sLm3u2tf8aAubLEALw_wcB
- Burbano, T. P., Jaramillo, A. S. J., Apráez, J. S. R., & Hinestrosa, J. R. Z. (2023, junio). Propuesta para la implementación de un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo para la Tienda D1 del barrio Parque Bolívar en Pasto. Cloudfront.net. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/105137506/3664>.
- Canadian College. (2023, diciembre 4). 20 ejemplos de Matriz DOFA para Mejorar tu Empresa. Edu.co. <https://www.canadiancollege.edu.co/blog/20-ejemplos-de-matriz-dofa-para-empresas>

- Cámara de Comercio de Bogotá. (24 abril de 2024). *El ABC de los Centros de Reindustrialización ZASCA*. ccb.org.co. <https://www.ccb.org.co/de-interes/noticias/el-abc-de-los-centros-de-reindustrializacion-zasca>.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2020). *Informe de Gestión 2020*. https://ccpasto.b-cdn.net/wp-content/uploads/2020/06/Informe-de-Gestion-2020_V3_2.pdf.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2023). *Informe de Gestión 2023*. <https://ccpasto.b-cdn.net/wp-content/uploads/2024/03/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Gestio%CC%81n-2023-Camara-de-Comercio-Pasto.pdf>.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2024). *Base de Datos de Empresas Manufactureras de la ciudad de Pasto Registradas Hasta agosto 2024*. https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E0RrTOAVnZnqRv_nSyLGwUZ_-mUV2GO/edit?gid=884808623#gid=884808623.
- Colombia productiva. (2017, diciembre 18). Convocatorias de Colombia Productiva para empresas.Colombia-productiva.com.<https://www.colombiaproductiva.com/ptp-servicios/ptp-convocatorias/para-empresas/ptp-busca-380-unidades-productivas-rurales>
- ContabilidadFinanzas.com. (2024, junio 28). *En el complejo mundo de las finanzas, entender los números es fundamental Read more*. Contabilidad y Finanzas. <https://contabilidadfinanzas.com/contabilidad-financiera/variables-financieras/>
- Banco Agrario de Colombia. (2025). Bancoagrario.gov.co. <https://www.bancoagrario.gov.co/>
- Banco Contactar. (2025, October 21). Banco Contactar.https://bancocontactar.com/?gad_source=1&gad_campaignid=23173401085&gbraid.
- CrediNegocio. (2025, August 21). Banco Contactar. <https://bancocontactar.com/credinegocio/>
- Departamento Nacional de Planeación. (2023). Mercado Laboral Urbano—Resultados Al I Trimestre 2023: Pasto Dirección De Estudios Económicos Informe Pasto 2023. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Econmicos/11%20Informe%20Pasto%202023%20I%20-r.pdf>.
- Dirigentes Digital. (2024, enero 4). Ganancia: Definición y Significado. Dirigentes. <https://dirigentesdigital.com/diccionario-economico/ganancia/>
- Emprendimiento-Nariño. (2025). Emprendimiento-Narino.com. <https://emprendimiento-narino.com/>

- Fábricas de Productividad – Departamento de Competitividad. (2020). Ccpasto.org.co. <https://competitividad.ccpasto.org.co/fabricas-de-productividad/>
- FIDUCOLDEX. (2023). *Lanzan el primer Centro de Reindustrialización ZASCA*. (s/f). Com.co. Recuperado el 1 de septiembre de 2024, <https://www.fiducoldex.com.co/noticias/mincit-e-innpulsa-lanzan-el-primer-centro-de-reindustrializacion-zasca-0>.
- Fondo Mujer Libre y Productiva. (2025, August 14). Fondo Mujer Libre Y Productiva. <https://fondomujer.gov.co/>
- Fundación de la mujer. (2023). *Oficinas*. Fundación De la mujer - Apoyamos Tu Negocio. https://portales.fundaciondelamujer.com/ayuda/oficinas?gad_source=1&gad_campaignid=22854961333&gbraid=0AAAAACr--SKiCAgndSYFZpafApXo_VBCP&gclid=Cj0KCQjwmYzIBhC6ARIsAHA3IkRq9SYHkkR3p296Ho2MRhXqLfQ5NSH9wziYvWvuHpQeZyMoPDJQ9CEaAoRGEALw_wcB
- García, Oscar León. (2009, 18 de agosto). Capítulo Complementario #2. Introducción al Diagnóstico Financiero. Extraído el 14 de septiembre de 2024 desde: <http://www.oscarleongarcia.com/site/documentos/complem02ed4revisiodelosEEFF.pdf>
- Gerencie (2025). *Seguridad social en trabajadores contratados por días* – Gerencie.com. <https://www.gerencie.com/aportes-a-seguridad-social-en-los-trabajadores-que-trabajan-por-dias.html>
- Gobernación Nariño. (2020). *Secretaría de Equidad de Género e Inclusión Social – Secretaría de Gobierno Instalado Consejo Departamental de Juventud en Nariño | Gobernación de Nariño*. Narino.gov.co. <https://2020-2023.narino.gov.co/noticias/1079-2/>
- Gomis, L. S. (2024, mayo 14). Facturación de una Empresa - Qué es y cómo saberla. Softwaredoit.es; SoftDoIt. <https://www.softwaredoit.es/software-de-facturacion/facturacion-de-una-empresa.html>
- Hernández R, Fernández C. y Baptista P. (2006) Metodología de la investigación. Cuarta Edición. México. McGraw-Hill Interamericana.
- Human and Partners (2013). Glosario. Sevilla: Human&Partners. Recuperado el 17 de septiembre de 2024, desde: <https://humanandpartners.com/glosario/>
- iNNpulsa. (2024, junio). *iNNpulsa Colombia abre dos convocatorias en Nariño para los centros de ZASCA de manufactura y agroindustria*. Innpulscolombia.com.

- <https://www.innpulsacolombia.com/portfolio/innpulsa-colombia-abre-dos-convocatorias-para-los-centros-de-zasca-de-manufactura-y-agroindustria/>
- Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA).
- Jara, L. (2015, noviembre 3). *Utilización de la Capacidad Instalada*. Observatorio Económico Social | UNR. <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Jones, G. y George, J. (2009). *Administración Contemporánea*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2001). *Análisis Planeación, Implementación y control*. Edu.pe. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>
- La República. (2024, abril 16). *La producción de la industria manufacturera completó un año de caídas en febrero*. *larepublica.co*. <https://www.larepublica.co/economia/produccion-de-manufactura-completo-un-ano-de-caidas-3841625>.
- León Valbuena, N. I., (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIX (2), 379-389.
- Liñán, E. C. (2024). Estructura de la nómina: datos que hay que tener en cuenta. BBVA. Recuperado el 17 de septiembre de 2024, de <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/la-nomina-estructura-partes-y-elementos-basicos/>
- McConkey, D. (1988). Planning in a changing environment. *Business Horizons*, 31(5), https://www.researchgate.net/publication/222276628_Planning_in_a_changing_environment.
- Méndez, D. (2024, septiembre 1). Definición de Estrategia financiera. *Economiasimple.net*. <https://economiasimple.net/glosario/estrategia-financiera>.
- Microcrédito. (2024, May 10). Banco Contactar. <https://bancocontactar.com/microcredito/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e iNNpulsa Colombia. (2024, septiembre 13). *Centro de Reindustrialización Zasca Tecnologías*. *Innpulsacolombia.com*. <https://www.innpulsacolombia.com/centro-de-reindustrializacion-zasca-tecnologias-narino-postulacion-presencial-en-el-zasca-tecnologias-ubicado-en-la-sede-sur-de-la-camara-de-comercio-de-pasto-calle-12-7-97-piso-2-pasto-narino/>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e iNNpulsa Colombia. (17 de julio de 2024). Centros de Reindustrialización ZASCA. Gov.co. <https://www.vue.gov.co/programas-empresariales/programas-nacionales/centros-de-reindustrializacion-zasca>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (17 de enero de 2024). *Con una inversión de \$96.300 millones, se pondrán en marcha 68 nuevos Centros de Reindustrialización ZASCA entre 2024 y 2025*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/68-nuevos-zasca-entre-2024-y-2025>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (23 de diciembre de 2022). *Centros de Reindustrialización ZASCA potenciarán el desarrollo de la economía popular con servicios, capacitación, tecnología e innovación cerca de la gente*. [mincit.gov.co. https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/centros-de-reindustrializacion-zasca-2022](https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/centros-de-reindustrializacion-zasca-2022).
- Moncada, J. (2024, junio 24). Productividad: Tipos, características y fórmula. Clientify. https://clientify.com/blog/productividad?utm_source=perplexity
- Narváez Madroñero, C. A. (2024). Caracterización económica y financiera en el sector empresarial del municipio de Buesaco, Periodo 2022. [Trabajo de pregrado. Universidad CESMAG]. Repositorio Institucional de la Universidad CESMAG. <http://repositorio.unicesmag.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/1121>
- Obando, R. (2023, mayo 23). *Finanzas en una empresa: qué son, para qué sirven e importancia*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/finanzas-en-una-empresa>
- OCDE & Eurostat. (2005). *MANUAL DE OSLO DIRECTRICES PARA LA RECOGIDA E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN RELATIVA A INNOVACIÓN*. Madrid.org. <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- OCDE & Eurostat. (2006). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3ª ed.). Editorial Grupo Tragsa. Obtenido de: <https://acceso.prochile.cl/servicios/manualdeoslo.pdf>.
- Prensa. (2025, September 18). Gobernación de Nariño lanzó CrediPaz para fortalecer a emprendedores - Gobernación de Nariño. Gobernación de Nariño. <https://narino.gov.co/dependencias/planeacion/gobernacion-de-narino-lanzo-credipaz-para-fortalecer-a-emprendedores/>

- Pimienta Lastra, R. (2015). *Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- Raffino, Equipo editorial, Etecé (5 de agosto de 2021). *Competitividad*. Enciclopedia Concepto. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://concepto.de/competitividad/>. Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista do Centro de Educação*, 31 (1), 11-22.
- Rodríguez, A., López, C., Muñoz, C., Betancourth, D., Rojas, E., & Rivera, G. (2024). Cartilla de estilo APA, 7.^a edición, para presentación de trabajos académicos e investigativos de pregrado y posgrado. Editorial Universidad CESMAG. <https://doi.org/10.15658/CESMAG24.02290103>
- Secretaría de las Mujeres Orientaciones Sexuales e Identidades de Genero. (2022, September 8). Pasto.gov.co. <https://www.pasto.gov.co/index.php/component/content/category/20-nuestra-entidad/31-oficinas/78-mosig?Itemid=101>
- Servicio Nacional de Aprendizaje | SENA. (2025). Sena.edu.co. <https://www.sena.edu.co/es-co/Paginas/default.aspx>
- Shopify. (2025, May 13). *Las 10 mejores plataformas de venta social (y herramientas clave) para 2025 - Shopify*. Shopify. <https://www.shopify.com/es/blog/redes-sociales-mas-utilizadas>
- Sulbarán, I (marzo 10 de 2023). *¿En qué consiste un proceso de producción empresarial?* Mheducation.es. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448149971.pdf>
- Talancón, H. P. (2007, junio). *La Matriz FODA: Alternativa De Diagnóstico Y Determinación De Estrategias De Intervención En Diversas Organizaciones*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Thompson, I. (2005, agosto 1). *Definición De Venta* - Promonegocios.net. Promonegocios.net. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>

Anexo A.

El presente instrumento de recolección de información se basa en el instrumento establecido por la estrategia Zasca el cual se encuentra en la página de iNNpulsa.

<https://forms.gle/uQnj5jsLhtE4PbeN7>

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 26 de marzo de 2026

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
 Universidad CESMAG
 Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado **La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el Sector Manufacturero del Municipio de Pasto**, presentado por las autoras **Eliana Liceth Mafla Rosero** y **Deysi Liliana Aza Criollo** del Programa Académico de **Contaduría Pública** al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesora, que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



(Firma del Asesor)

NOMBRE Y APELLIDOS DEL ASESOR(A) Luz Nayibe Arcos Castillo
 Número de documento 59.819.761 de Pasto
 Programa académico Contaduría Pública
 Teléfono de contacto 3004771892
 Correo electrónico lnarcos@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Deysi Liliana Aza Criollo	Documento de identidad: 1.085.343.122
Correo electrónico: deysiaza@gmail.com	Número de contacto: 3163471573
Nombres y apellidos del autor: Eliana Liceth Mafla Rosero	Documento de identidad: 1.086.107.461
Correo electrónico: Elializmaflar@gmail.com	Número de contacto: 3168896126
Nombres y apellidos del asesor: Luz Nayibe Arcos Castillo	Documento de identidad: 59.819.761
Correo electrónico: lnarcos@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3004771892
Título del trabajo de grado: La Estrategia Zasca como una Herramienta de Reactivación Económica y Financiera en el Sector Manufacturero del Municipio de Pasto	
Facultad y Programa Académico: FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA: CONTADURÍA PÚBLICA	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.

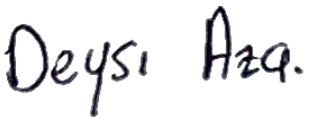
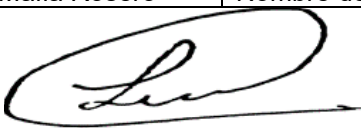
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG, por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 26 días del mes de Marzo del año 2026

 Firma del autor	 Firma del autor
Nombre del autor: Eliana Liceth Mafla Rosero	Nombre del autor: Deysi Liliana Aza Criollo
 Nombre del asesor: Luz Nayibe Arcos Castillos	