

Relaciones Influencias Directas

<i>N°</i>	<i>Intitule long</i>	<i>Entradas</i>	<i>Salidas</i>
1	Devaluación		* Producto * Política Comercial * Precio
2	Producto	* Devaluación * Publicidad * Barreras de Salida * Moda y Tendencias * Política Comercial * Tecnología * Estrategia de Ventas * Precio	* Publicidad * Barreras de Salida * Moda y Tendencias * Precio * Tecnología * Estrategias de Ventas
3	Ferias y Eventos	* Competencia Nacional	* Competencia Nacional
4	Publicidad	* Producto * Estrategias de Ventas * Competencia interna * Precio	* Producto * Estrategias de Ventas * Moda y Tendencias
5	Contrabando		* Estrategias de Ventas
6	Estrategias de Ventas	* Producto * Contrabando * Publicidad * Moda y Tendencias * Precio * Competencia internacional	* Producto * Política Tributaria * Publicidad * Precio
7	Política Comercial	* Devaluación * Precio	* Formas de Producción * Producto * Barreras de Salida * Calidad

<i>N°</i>	<i>Intitulé long</i>	<i>Entradas</i>	<i>Salidas</i>
8	Moda y Tendencias	* Producto * Tecnología * Precio * Publicidad	* Estrategias de Ventas * Producto * Publicidad * Tecnología * Precio
9	Precio	* Tecnología * Estrategia de Ventas * Producto * Devaluación * Barreras de Salida * Moda y Tendencias	* Política Comercial * Tecnología * Estrategias de Ventas * Producto * Barreras de Salida * Moda y Tendencias * Publicidad
10	Política Tributaria	* Estrategia de Ventas	* Competencia Nacional
11	Competencia Internacional		* Estrategias de Ventas * Calidad * Publicidad
12	Calidad	* Competencia internacional * Política Comercial	
13	Tecnología	* Producto * Moda y Tendencias * Precio	* Producto * Barreras de Salida * Moda y Tendencias * Precio

<i>N°</i>	<i>Intitule long</i>	<i>Entradas</i>	<i>Salidas</i>
14	Barreras de Salida	* Producto * Tecnología * Política Comercial * Precio	* Producto * Precio
15	Competencia Nacional	* Política tributaria * Ferias y Eventos	* Ferias y Eventos
16	Formas de Producción	* Política Comercial	
17	Mano de Obra	* Calidad	
18	Materias Primas e Insumos		
19	Inversión en Capacitación del Personal	* Precio	
20	Política Laboral		
21	Revaluación		
22	Perfil del Consumidor		
23	Canales de Distribución		
24	Barreras de Entrada	* Precio * Producto	
25	Importaciones	* Precio * Producto	
26	Exportaciones	* Competencia Nacional * Producto * Precio * Moda y Tendencias * Contrabando * Tecnología * Calidad	

Relaciones Influencias Indirectas

<i>N°</i>	<i>Nombre de la Variable</i>	<i>Entradas</i>	<i>Salidas</i>
1	Devaluación		
2	Producto	* Contrabando * Producto * Moda y Tendencias * Tecnología * Precio	* Publicidad * Estrategias de Ventas * Producto * Exportaciones * Competencia Internacional
3	Ferias y Eventos		
4	Publicidad	* Competencia Nacional * Producto * Precio	
5	Contrabando	* Precio	* Precio * Producción * Competencia Nacional * Calidad * Exportaciones
6	Estrategias de Ventas	* Moda y Tendencias * Precio * Producto * Competencia Nacional	
7	Política Comercial		* Precio
8	Moda y Tendencias	* Precio	* Estrategias de Ventas * Competencia Nacional * Producto * Competencia Internacional * Calidad * Precio * Exportaciones * Publicidad
9	Precio	* Producto * Competencia Nacional * Moda y Tendencias * Calidad * Contrabando * Competencia internacional * Tecnología * Políticas Comerciales	* Producto * Competencia Nacional * Moda y Tendencias * Calidad * Contrabando * Barreras de Entrada * Competencia Internacional * Publicidad * Políticas Comerciales * Exportaciones * Estrategia de Ventas * Importaciones * Inversión en Capacitación

<i>N°</i>	<i>Nombre de la Variable</i>	<i>Entradas</i>	<i>Salidas</i>
10	Política Tributaria		
11	Competencia Internacional	* Competencia Nacional * Moda y Tendencias * Producto * Precio	* Calidad * Precio
12	Calidad	* Tecnología * Competencia Internacional * Moda y Tendencias * Producto	* Precio * Mano de Obra * Exportaciones
13	Tecnología	* Producto * Moda y Tendencias * Precio	* Calidad * Producto * Precio * Exportaciones
14	Barreras de Salida		
15	Competencia Nacional	* Política tributaria * Ferias y Eventos	* Ferias y Eventos
16	Formas de Producción	* Precio	
17	Mano de Obra		
18	Materias Primas e Insumos		
19	Inversión en Capacitación del Personal		
20	Política Laboral		
21	Revaluación		
22	Perfil del Consumidor		
23	Canales de Distribución		
24	Barreras de Entrada		
25	Importaciones		
26	Exportaciones		

VARIABLES CLAVES EN EL ESTUDIO PROSPECTIVO

N°	VARIABLE	PROBLEMAS	SOLUCIONES	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
1	MODA Y TENDENCIAS	Dado a que Hoy en día los consumidores son mas sofisticados y exigentes las empresas se han visto obligadas a introducir en el mercado nuevas colecciones cada	Competir con diseño y calidad, estratificando el producto. Asi tambien, aprovechar las estaciones que si tienen otros países para llevar las colecciones que se ajusten a las nuevas condiciones, pasando una colección considerada ya vieja a otros países donde se introducen como novedosas. Adicionalmente, monitorear las	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitorear y examinar continuamente las 2. Adquisición y/o adecuación permanente de insumos de maquinaria 	¿Qué tan probables es que estas empresas compitan con diseño y calidad,
2	TECNOLOGÍA	Con este factor, las empresas pueden reducir costos de personal por la automatización de las plantas de producción, logrando mayor efectividad en los procesos. Sin embargo, la alta inversión de capital que ello requiere dificulta la adquisición de tecnología especializada y de punta, además de que ello supone habilidades técnicas que implican capacitación del personal y el aumento de la curva de	Empresas se deben asociar para lograr mayor capacidad productiva en respuesta a altos volúmenes de pedidos internacionales, aprovechando los beneficios de reconversión tecnológica que ofrece el Gobierno.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al personal en las tecnologías existentes y 2. Gestionar de manera efectiva el conocimiento que 3. Aprovechar los beneficios de reconversión tecnológica que ofrece el Gobierno para incentivar la 	¿Qué tan probables es que las empresas del sector se asocien para lograr mayor capacidad productiva en respuesta a altos

N°	VARIABLE	PROBLEMAS	SOLUCIONES	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
3	CHINA	La entrada ilegal de productos del sector textil a la país en forma indiscriminada y sin ningún control cuantitativo y en materia arancelaria con precios por debajo de los costos de los productos locales, empero la calidad esté en duda, generan competencia	Competir con diseño y calidad, cumplimiento y servicio, obtener descuentos por volúmenes de compra a los proveedores.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación real por parte del Gobierno Nacional de Políticas y Controles a la 2. Capacitar en servicio al cliente y con ello resaltar 3. Implementar los sistemas de gestión y control 	¿Qué tan probables es que las empresas que compitan con diseño, calidad, cumplimiento y servicio, logren
4	COMPETENCIA NACIONAL	El alto grado de hacinamiento que presenta el sector debido principalmente a la poca diferenciación y falta de innovación en los productos entre las empresas redunda en niveles de	Diversificar productos según necesidades no atendidas por el sector, cubriendo más nicho de mercado a nivel nacional, especialmente mercados de regiones apartadas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Extender la cobertura de los canales a nivel nacional para 2. Crear nuevas unidades de negocio que les permita incursionar en 	¿Qué tan probables es que las empresas diversifiquen sus productos según necesidades no
5	COMPETENCIA INTERNACIONAL	La reciente llegada de competidores internacionales avezados en la incursión a nuevos mercados ofreciendo diferenciación e innovación permanente a los consumidores locales representa una	Mantener monitoreo constante de las situaciones que se presenten en mercados internacionales y las posibles entradas o nuevas jugadas de los competidores internacionales en el país.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reaccionar de manera efectiva en tiempo y técnica para 2. Analizar aquellos problemas que se presentan en el momento de 	¿Qué tan probables es que las empresas del sector efectúen y mantengan un monitoreo
6	CALIDAD	Una cada vez mayor sofisticación y exigencia de los consumidores de éste sector en factores tales como la calidad hacen de éste un activo importante e infaltable que deben ofrecer los competidores en su promesa de valor. Ello continuamente deriva	Aprovechando la reconversión tecnológica, las empresas pueden generar productos de alta calidad además de ser innovadores. Además, intensificar controles de producción e invertir en centros de control de calidad de materias primas, insumos, productos en proceso y productos terminados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar y gestionar centros de calidad que permitan tener un 2. Ejecutar programas de seguimientos a los proveedores 	¿Qué tan probables es que éstas empresas aprovechen la reconversión tecnológica y, con ello, generen productos de alta

Diseño de Escenarios

Escenario Tendencial

Hipotesis	Probabilites	Configuracion
1 - Moda y Te	0.553	1
2 - Tecnologi	0.407	0
3 - China	0.391	0
4 - Com Naci	0.462	0
5 - Com Inter	0.518	1
6 - Calidad	0.563	1

Escenarios

Configuracion	Probabilidad	Nombre
100011		Colombia
000000		Venezuela
111111		Brasil
111011		Canada
100111		Egipto

NOMBRE DEL ESCENARIO	Colombia
CONFIGURACION	100011

HIPOTESIS/SOLUCION	CONFIGURACION	ACCIONES EFECTUADAS	RELACIONES ENTRDA/SALIDA
1 - Moda y Tendecias	1	Las empresas realizaron monitoreos y examinaron continuamente las nuevas tendencias que presentaba el mercado internacional, así mismo adquirieron y adecuaron la maquinaria necesaria para la fabricación de prendas acordes a las nuevas tendencias.	Entrada: Producto, Tecnología, Precio, Publicidad Salida: Estrategia de Ventas, Producto, Publicidad, Tecnología, Precio
2 - Tecnología	0	las empresas no capacitaron al personal en la utilización de las tecnologías existentes y aquellas que se iban adquiriendo, además no gestionaron de manera correcta el conocimiento que se genera a partir de las tecnologías blandas para mejorar la eficiencia, el sector no logro aprovechar los beneficios de la reconversión tecnológica que ofrecía el gobierno para incentivar la producción	Entrada Salida:estrategias de ventas
3 - China	0	El gobierno no implemento medidas preventivas y correctivas al contrabando y tampoco realizo proyectos y programas que concientizaran al personal aduanero de no efectuar actos de corrupción, estas empresas no enfocaron su estrategia a fabricar productos de alta calidad y a su vez a ofrecer un excelente servicio y atención al cliente.	Entrada: Producto, Moda y Tendencia, Precio salida: producto, barreras de salida, moda y tendencia y precio.
4 - Com Nacional	0	La rigurosa normatividad fiscal, tributaria y laboral expedida por el gobierno y ejecutada por órganos de control como la DIAN, el Ministerio de hacienda y el Ministerio de protección Social, impidió la ampliación de la red de canales a nivel nacional, así como también la desarrollo de nuevas unidades de negocio relacionadas con el objeto social de estas empresas, esto genero un desnivel en las estrategias de crecimiento formuladas por le sector para este año.	Entrada: politica tributaria, ferias y eventos Salidas: ferias y eventos
5 - Com Internacional	1	Los estudios realizados con la Cámara de comercio y Proexport permitieron que el sector se anticipara a la incursión de nuevas empresas en el país y reaccionara de manera efectiva en tiempo y técnica para contrarrestar el impacto que estas empresas generaron en el mercado local, así mismo formularon políticas de mejoramiento en el producto, ampliación de los canales e inversión en los locales propios, esto les permitió dar soluciones a aquellos problemas que surgieron al momento de competir con nuevas empresas internacionales.	Entrada: salida: estrategias de ventas, calidad y publicidad. Salidas
6 - Calidad	1	La incursión en nuevos mercados internacionales y la ampliación de las unidades de negocio genero conciencia en los empresarios para fundar y gestionar de manera efectiva los centros de calidad, esto no solo les permitió competir con productos de alto nivel, si no que además permitió ejercer un mayor control las materias primas, insumos y productos terminados, en estos últimos años el sector dio mas importancia y asignaron una parte de su presupuesto a efectuar programas de seguimientos a los proveedores para verificar la calidad de las materias primas	Entrada: Competencia Internacional, Política Comercial Salidas

NOMBRE DEL ESCENARIO	Venezuela
CONFIGURACION	000000

HIPOTESIS/SOLUCION	CONFIGURACION	ACCIONES EFECTUADAS	RELACIONES ENTRDA/SALIDA
Moda y Tendencias	O	Las empresas concentraron sus esfuerzos y recursos en realizar actividades para el monitoreo del mercado nacional, relegando a un segundo plano el mercado internacional, como consecuencia se perdió competitividad en la calidad y en el diseño del producto, además se destinaron grandes cantidades de dinero a las estrategias de publicidad lo que frenó la adquisición de nuevas	Entrada: Producto, Tecnología, Precio, Publicidad
			Salida: Estrategia de Ventas, Producto, Publicidad, Tecnología, Precio
Tecnología	O	Las empresas no capacitaron al personal en la utilización de las tecnologías existentes y aquellas que se iban adquiriendo, además no gestionaron de manera correcta el conocimiento que se genera a partir de las tecnologías blandas para mejorar la eficiencia, el sector no logro aprovechar los beneficios de la reconversión tecnológica que ofrecía el gobierno para incentivar la producción	Entrada
			Salida:estrategias de ventas
China	O	El gobierno no implemento medidas preventivas y correctivas al contrabando y tampoco realizo proyectos y programas que concientizaran al personal aduanero de no efectuar actos de corrupción, estas empresas no enfocaron su estrategia a fabricar productos de alta calidad y a su vez a ofrecer un excelente servicio y atención al cliente.	Entrada: Producto, Moda y Tendencia, Precio salida: producto, barreras de salida, moda y tendencia y precio.
Com Nacional	O	La rigurosa normatividad fiscal, tributaria y laboral expedida por el gobierno y ejecutada por órganos de control como la DIAN, el Ministerio de hacienda y el Ministerio de protección Social, impidió la ampliación de la red de canales a nivel nacional, así como también la desarrollo de nuevas unidades de negocio relacionadas con el objeto social de estas empresas, esto genero un desnivel en las estrategias de crecimiento formuladas por le sector para este año.	Entrada: politica tributaria, ferias y eventos Salidas: ferias y eventos
Com Internacional	O	El sector efectuó acciones tardías contra la entrada de nuevas empresas al mercado nacional, esto le ocasiono perder gran parte del mercado local y perder posicionamiento entre los clientes, además durante el periodo de incursión de estas empresas no se formularon políticas que permitieran solucionar los problemas que surgen al momento de la entrada de nuevos competidores	Entrada: salida: estrategias de ventas, calidad y publicidad. Salidas
Calidad	O	la falta de estímulos del mercado para proveer productos de alta calidad, así como el limitado acceso a recurso financieros no permitieron que las empresas desarrollaran y gestionaran los centros de calidad que se tenían presupuestados por el sector para desarrollar productos que compitieran en el mercado internacional, esto genero una falta de control a los proveedores la cual se vio reflejada en la calidad del producto final, además el desconocimiento de la normativa de control de calidad tanto en el mercado nacional como internacional frustró los	Entrada: Competencia Internacional, Política Comercial Salidas

NOMBRE DEL ESCENARIO	Brasil
CONFIGURACION	111111

HIPOTESIS/SOLUCION	CONFIGURACION	ACCIONES EFECTUADAS	RELACIONES ENTRDA/SALIDA
Moda y Tendencias	1	Las empresas realizaron monitoreos y examinaron continuamente las nuevas tendencias que presentaba el mercado internacional, así mismo adquirieron y adecuaron la maquinaria necesaria para la fabricación de prendas acordes a las nuevas tendencias.	Entrada: Producto, Tecnología, Precio, Publicidad Salida: Estrategia de Ventas, Producto, Publicidad, Tecnología, Precio
Tecnología	1	En el marco de las estrategias planteadas en asociaciones como ANALDEX Y ASCOLTEX las empresas aprovecharon la reconversión tecnológica ofrecida por el Gobierno Nacional a través de diversas entidades para mejorar la competitividad del sector en el mercado nacional e internacional, así mismo efectuó talleres con el SENA y la Cámara de Comercio para capacitar a todo el	Entrada Salida: estrategias de ventas
China	1	El Gobierno en asociación con las empresas crearon y ejecutaron medidas preventivas y correctivas contra el contrabando que tuvo como consecuencia el incremento de las ventas nacionales, así mismo la DIAN efectuó programa para concientizar a los consumidores y al personal aduanero del daño de actos de corrupción, las empresas del sector desarrollaron estrategias que les permitió competir en el mercado con calidad y precio y a su	Entrada: Producto, Moda y Tendencia, Precio salida: producto, barreras de salida, moda y tendencia y precio.
Com Nacional	1	Las empresas desarrollaron estudios junto con entidades como ASCOLTEX que mostraron la necesidad de ampliar su red de canales nacionales y que les permito lograr satisfacer las necesidades a un gran numero de segmentos no atendidos que se encontraban en el mercado nacional, además estos estudios revelaron la necesidad de incrementar nuevas unidades de negocio como requisito fundamental para el crecimiento sostenible del sector en conjunto y de cada una de las empresas	Entrada: politica tributaria, ferias y eventos Salidas: ferias y eventos
Com Internacional	1	Los estudios realizados con la Cámara de comercio y Proexport permitieron que el sector se anticipara a la incursión de nuevas empresas en el país y reaccionara de manera efectiva en tiempo y técnica para contrarrestar el impacto que estas empresas generaron en el mercado local, así mismo formularon políticas de mejoramiento en el producto, ampliación de los canales e inversión en los locales propios, esto les permitió dar soluciones a aquellos problemas que surgieron al momento de competir con nuevas empresas internacionales.	Entrada: salida: estrategias de ventas, calidad y publicidad. Salidas
Calidad	1	La incursión en nuevos mercados internacionales y la ampliación de las unidades de negocio genero conciencia en los empresarios para fundar y gestionar de manera efectiva los centros de calidad, esto no solo les permitió competir con productos de alto nivel, si no que además permitió ejercer un mayor control las materias primas, insumos y productos terminados, en estos últimos años el sector dio mas importancia y asignaron una parte de su presupuesto a efectuar programas de seguimientos a los proveedores para verificar la calidad de las materias primas	Entrada: Competencia Internacional, Politica Comercial Salidas

NOMBRE DEL ESCENARIO	Canada
CONFIGURACION	111O11

HIPOTESIS/SOLUCION	CONFIGURACION	ACCIONES EFECTUADAS	RELACIONES ENTRDA/SALIDA
Moda y Tendencias	1	Las empresas realizaron monitoreos y examinaron continuamente las nuevas tendencias que presentaba el mercado internacional, así mismo adquirieron y adecuaron la maquinaria necesaria para la fabricación de prendas acordes a las nuevas tendencias.	Entrada: Producto, Tecnología, Precio, Publicidad Salida: Estrategia de Ventas, Producto, Publicidad, Tecnología, Precio
Tecnología	1	En el marco de las estrategias planteadas en asociaciones como ANALDEX Y ASCOLTEX las empresas aprovecharon la reconversión tecnológica ofrecida por el Gobierno Nacional a través de diversas entidades para mejorar la competitividad del sector en el mercado nacional e internacional, así mismo efectuó talleres con el SENA y la Cámara de Comercio para capacitar a todo el	Entrada Salida:estrategias de ventas
China	1	El Gobierno en asociación con las empresas crearon y ejecutaron medidas preventivas y correctivas contra el contrabando que tuvo como consecuencia el incremento de las ventas nacionales, así mismo la DIAN efectuó programa para concientizar a los consumidores y al personal aduanero del daño de actos de corrupción, las empresas del sector desarrollaron estrategias que les permitió competir en el mercado con calidad y precio y a su	Entrada: Producto, Moda y Tendencia, Precio salida: producto, barreras de salida, moda y tendencia y precio.
Com Nacional	0	La rigurosa normatividad fiscal, tributaria y laboral expedida por el gobierno y ejecutada por órganos de control como la DIAN, el Ministerio de hacienda y el Ministerio de protección Social, impidió la ampliación de la red de canales a nivel nacional, así como también la desarrollo de nuevas unidades de negocio relacionadas con el objeto social de estas empresas, esto genero un desnivel en las estrategias de crecimiento formuladas por le sector para este año.	Entrada: politica tributaria, ferias y eventos Salidas: ferias y eventos
Com Internacional	1	Los estudios realizados con la Cámara de comercio y Proexport permitieron que el sector se anticipara a la incursión de nuevas empresas en el país y reaccionara de manera efectiva en tiempo y técnica para contrarrestar el impacto que estas empresas generaron en el mercado local, así mismo formularon políticas de mejoramiento en el producto, ampliación de los canales e inversión en los locales propios, esto les permitió dar soluciones a aquellos problemas que surgieron al momento de competir con nuevas empresas internacionales.	Entrada: salida: estrategias de ventas, calidad y publicidad. Salidas
Calidad	1	La incursión en nuevos mercados internacionales y la ampliación de las unidades de negocio genero conciencia en los empresarios para fundar y gestionar de manera efectiva los centros de calidad, esto no solo les permitió competir con productos de alto nivel, si no que además permitió ejercer un mayor control las materias primas, insumos y productos terminados, en estos últimos años el sector dio mas importancia y asignaron una parte de su presupuesto a efectuar programas de seguimientos a los proveedores para verificar la calidad de las materias primas	Entrada: Competencia Internacional, Politica Comercial Salidas

NOMBRE DEL ESCENARIO	Egipto
CONFIGURACION	100111

HIPOTESIS/SOLUCION	CONFIGURACION	ACCIONES EFECTUADAS	RELACIONES ENTRDA/SALIDA
Moda y Tendencias	1	Las empresas realizaron monitoreos y examinaron continuamente las nuevas tendencias que presentaba el mercado internacional, así mismo adquirieron y adecuaron la maquinaria necesaria para la fabricación de prendas acordes a las nuevas tendencias.	Entrada: Producto, Tecnología, Precio, Publicidad Salida: Estrategia de Ventas, Producto, Publicidad, Tecnología, Precio
Tecnología	0	las empresas no capacitaron al personal en la utilización de las tecnologías existentes y aquellas que se iban adquiriendo, además no gestionaron de manera correcta el conocimiento que se genera a partir de las tecnologías blandas para mejorar la eficiencia, el sector no logro aprovechar los beneficios de la reconversión tecnológica que ofrecía el gobierno para incentivar la producción	Entrada Salida:estrategias de ventas
China	0	El gobierno no implemento medidas preventivas y correctivas al contrabando y tampoco realizo proyectos y programas que concientizaran al personal aduanero de no efectuar actos de corrupción, estas empresas no enfocaron su estrategia a fabricar productos de alta calidad y a su vez a ofrecer un excelente servicio y atención al cliente.	Entrada: Producto, Moda y Tendencia, Precio salida: producto, barreras de salida, moda y tendencia y precio.
Com Nacional	1	Las empresas desarrollaron estudios junto con entidades como ASCOLTEX que mostraron la necesidad de ampliar su red de canales nacionales y que les permito lograr satisfacer las necesidades a un gran numero de segmentos no atendidos que se encontraban en el mercado nacional, además estos estudios revelaron la necesidad de incrementar nuevas unidades de negocio como requisito fundamental para el crecimiento sostenible del sector en conjunto y de cada una de las empresas	Entrada: politica tributaria, ferias y eventos Salidas: ferias y eventos
Com Internacional	1	Los estudios realizados con la Cámara de comercio y Proexport permitieron que el sector se anticipara a la incursión de nuevas empresas en el país y reaccionara de manera efectiva en tiempo y técnica para contrarrestar el impacto que estas empresas generaron en el mercado local, así mismo formularon políticas de mejoramiento en el producto, ampliación de los canales e inversión en los locales propios, esto les permitió dar soluciones a aquellos problemas que surgieron al momento de competir con nuevas empresas internacionales.	Entrada: salida: estrategias de ventas, calidad y publicidad. Salidas
Calidad	1	La incursión en nuevos mercados internacionales y la ampliación de las unidades de negocio genero conciencia en los empresarios para fundar y gestionar de manera efectiva los centros de calidad, esto no solo les permitió competir con productos de alto nivel, si no que además permitió ejercer un mayor control las materias primas, insumos y productos terminados, en estos últimos años el sector dio mas importancia y asignaron una parte de su presupuesto a efectuar programas de seguimientos a los proveedores para verificar la calidad de las materias primas	Entrada: Competencia Internacional, Política Comercial Salidas