2do CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES FRENTE A LOS NUEVOS ESCENARIOS GEOESTRATEGICOS

Vigilada Mineducación

Universidad Pontificia Bolivariana
SECCIONAL BUCARAMANGA

MEMORIAS

SEPTIEMBRE
27 al 29 de 2017

TEMÁTICAS:
RELACIONES INTERNACIONALES
MERCADEO Y GERENCIA ESTRATÉGICA INTERNACIONAL
LOGISTICA Y OPERACIONES INTERNACIONALES
ECONOMÍA INTERNACIONAL

ORGANIZA

Facultad de Administración de Negocios Internacionales
GRICANI – Grupo de Investigación en Contextos para la Administración de Negocios Internacionales

SUIZA - MÉXICO - COREA - ESTADOS UNIDOS - CHILE - PERÚ - CANADÁ - COLOMBIA

ASCOLFA
Asociación Colombiana de Facultades de Administración

UNCTAD VIRTUAL INSTITUTE

RCPI
Asociación Red Colombiana de Profesiones Internacionales

Naciones Unidas impacto académico
Por el compromiso social de las universidades

II CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES – CIANI 2017

Bucaramanga, Colombia 27, 28 y 29 de Septiembre de 2017

ISSN: 2463-0527

Publicado 12/10/2017

©2017

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, Colombia

Presidente del Congreso

Julio César Ramírez Montañez

Comité Organizador

Gladys Mireya Valero Córdoba- Decana Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana

Jaime Sarmiento Suárez – Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Francisco Solano Vargas– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Helio Armando Fernández Aranda– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

José Luis Garcés Bautista– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Silvia María Castellanos– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Julio Enrique González. julio– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Gladys Elena Rueda Barrios– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Paola Martínez Higuera– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Diego Andrés Arenas– Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Comité Científico

Gladys Mireya Valero Córdoba - Doctora en Administración y Dirección de empresas. Universidad Pontificia Bolivariana-Colombia

Julio Cesar Ramírez Montañez- Magíster en Relaciones Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Juan Pablo Pimiento Martínez- Magíster en Negocios Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Jaime Sarmiento Suárez - Magíster en Administración. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Helio Armando Fernández Aranda - Magíster en Ciencias Económicas. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Jose Luis Garcés Bautista - Magíster en Gerencia de Negocios - MBA. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Francisco Solano Vargas - Magíster en Estudios Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Silvia María Castellanos Reyes - Magíster en Comercio Internacional. Universidad Pontificia Bolivariana Colombia

Paola Martínez Higuera- Especialista en Gerencia en Negocios Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana Colombia

Diego Andrés Arenas Valdivieso- Magíster en Administración con énfasis en Mercadeo. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Jairo Alexander González Bueno- PhD en Dirección y Administración de Empresas. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

Alessandra de Linhares Jacobsen - Doutora em Engenheria de Produção e Sistemas. Universidade Federal de Santa Catarina. Brasil

Antonio José Boada - Maestría en Finanzas. Universidad Simón Bolívar -Venezuela

Armando Martín Jímenez Rodríguez- Economía Internacional. Universidad Simón Bolívar-Venezuela

Carlos José Peña Parra - Ciencias Sociales. Universidad Central de Venezuela -Venezuela

Dani José Villalobos Soto - Integración Regional. Universidad Simón Bolívar-Venezuela

Eduardo Andrés Soto Gajardo- Magister en Administración de Empresas - Universidad Central de Venezuela - Venezuela

Indira Enox Rodríguez de Real - MSc. en Gerencia de Recursos Humanos. Diplomado de Estudios Avanzados en la UPM. Universidad Nacional Experimental de Guayana- Venezuela

Katty Marisabel Díaz Morales- Doctoranda en Estudios del Desarrollo. Universidad de Los Andes-Venezuela

Leidy Claret Hernández Flores-Magister en Educación Superior mención Docencia Universitaria. Universidad Fermín Toro-Venezuela

María Virginia Camacaro Pérez-Magister en Administra Mención Gerencia Universidad de los Andes Venezuela-Venezuela

Olga Mayirit Morales Barrios-Magíster en Gerencia mención mercadeo y ventas. Diploma de Estudios Avanzados (DEA) Economía Agraria y Desarrollo Rural. Universidad Nacional Experimental de Guayana-Venezuela

Óscar Eduardo Fernández Guillén-Maestría en Economía, mención Políticas Económicas. Universidad de Los Andes-Venezuela

Rolando José Sumoza Matos-Magister Scientae en Administración, Mención: Finanzas. Universidad de Los Andes-Venezuela

Soraya Zuinaga de Mazzei-Magister Scientiarum en Seguridad y Defensa Nacional. Académica independiente-Venezuela

Enrique Roberto Azpeitia Torres-Maestro en Administración de Negocios. Universidad de Guadalajara-México

Jorge Quiroz Félix-Doctor en Ciencias Económicas. Universidad Estatal de Sonora-México

José Manuel Osorio Atondo. Doctor en Ciencias de lo Fiscal- Universidad Estatal de Sonora. México

Patricia Villasana Ramos-Mercadotecnia Internacional. Universidad De La Salle Bajío-México

Rosalinda Gámez Gastélum-Doctorado. Universidad Autónoma de Sinaloa-México

Fabrizio Noboa Sánchez-PhD en Management- Universidad San Francisco de Quito-Ecuador

Marek Michalski Michalska-Doctor en Ciencias Económicas y Empresa. Universidad San Francisco de Quito-Ecuador

Maria Elena Morales Navas. Master en Gerencia Educativa-Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil-Ecuador

Maria Gabriela Guevara Segarra-Magister en Administración de Empresas. Universidad Politécnica Salesiana-Ecuador

Pablo Alberto Pérez Gosende-Master en Administración de Empresas Gestión de la Producción y Los Servicios. Universidad Politécnica Salesiana-Ecuador

Joaquín Jose Carvalho Proenca-Master Cultura Científica y de la Innovación. Universidad Politécnica Valencia-España

Julio César De La Rocha Corzo-Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Lima-Perú

Max Guillermo Schwarz Díaz-Doctor en Ingeniería Industrial. Universidad de Lima-Perú

Norka Patricia Stuart Alvarado-Doctor en Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos-Perú

Roby Arbe Saldaña-MBA University of Illinois Urbana-Champaign. Universidad de Lima. Perú

Victor Wilfredo Bohorquez Lopez. Ph.D. in Business Administration. Universidad de Lima. Perú

TABLA DE CONTENIDO

BONOS DE CARBONO, CO_2NDENA AL SUBDESARROLLO.....10

LA EXPLOTACION DE LA VACA MUERTA (ARGENTINA) Y LA GOVERNANCE INTERNACIONAL 22

DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE MEJORA PARA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTOS AMAZONICOS 34

ESTUDIOS CUANTITATIVOS SOBRE CORRELACIÓN DE LA TRM Y PRECIO DEL PETRÓLEO REFERENCIA WTI CON BASE EN LA PRUEBA DE NORMALIDAD JARQUE - BERA Y EL MÉTODO DE COEFICIENTE DE HURST.....54

ANÁLISIS DE LOS RENDIMIENTOS DE PORTAFOLIOS DE INVERSIÓN EN EL MERCADO NORTEAMERICANO.....69

ANALISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL DE LA FIBRA DE ABACÁ, SU OFERTA EXPORTABLE HACIA REINO UNIDO Y SU APORTE EN EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA 80

LA INNOVACION INVERSA COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION PARA LAS EMPRESAS SANTANDEREANAS.....94

LA NECESIDAD DE UN MODELO ECONOMICO BASADO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE E INCLUYENTE.....103

COLTÁN: PROYECCIONES EN TIEMPO DE PAZ.....113

PERFIL DE PRODUCCIÓN REGIONAL EN COLOMBIA: ¿UNA APUESTA PRODUCTIVA PARA APROVECHAR EL MERCADO EXTERIOR?.....128

TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC) COLOMBIA-UNIÓN EUROPEA (2012-2016): CASO DE LA HULLA. 142

DEMOCRACIA COMO FACTOR DE DESARROLLO POLÍTICO EN AMÉRICA LATINA. ENFOQUE: PARTIDOS POLÍTICOS 154

EVOLUCIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE ESTADOS UNIDOS Y COLOMBIA (2012 – 2016).....161

RELACIÓN ENTRE INTERNACIONALIZACIÓN E INNOVACIÓN EN EMPRESAS EXPORTADORAS DE SANTANDER.....172

PRONÓSTICO DE LAS REMESAS FAMILIARES DE MÉXICO 2017. APLICACIÓN EMPÍRICA MEDIANTE MODELOS ARIMA Y ALISADO EXPONENCIAL 185

FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES COMPETITIVAS DE LA PRODUCCIÓN DE FOLLAJE EN EL MUNICIPIO DE CACHIPAY 197

MARKETING HOLÍSTICO EN LA INDUSTRIA HOTELERA EN PUNO-PERU 205

EL PAPEL DE LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LA RELACIÓN CONSUMIDOR – TENDERO EN LA CIUDAD FLORENCIA CAQUETÁ COLOMBIA.....206

ESTUDIO DEL PROCESO LOGÍSTICO Y PROMOCIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE BARRAS DE CHOCOLATE GOURMET AL MERCADO MEXICANO. 219

ESTUDIOS CUANTITATIVOS SOBRE CORRELACIÓN DE LA TRM Y PRECIO DEL PETRÓLEO REFERENCIA WTI CON BASE EN LA PRUEBA DE NORMALIDAD JARQUE - BERA Y EL MÉTODO DE COEFICIENTE DE HURST.....225

ANÁLISIS DE SUSTENTABILIDAD DE LAS PYMES DE CONFECCIONES CON POTENCIAL EXPORTADOR DE LA ZONA 8 DEL ECUADOR.....238

ESTUDIOS DE LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR DE BARRAS ENERGETICAS DE PRODUCCION ECUATORIANA, EN EL MERCADO DE LOS ANGELES (EEUU).....249

LA PRODUCTIVIDAD, SOPORTE PARCIAL EN LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL- ESTADO DE LA CUESTION.....258

PERÚ Y CHILE EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO: EL MODELO DE DESARROLLO E INSERCIÓN INTERNACIONAL COMO FACTOR DE COHESIÓN REGIONAL.....270

ESTADO DEL ARTE DEL TURISMO Y LA SALUD ESTÉTICA COMO ANTECEDENTE PARA EL ANÁLISIS DE UN MERCADO INTERNACIONAL.....281

ANÁLISIS MACROECONÓMICO DE LOS PAÍSES PERTENECIENTES A LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN.....293

ANALISIS DEL IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN EN LAS EXPORTACIONES DEL AGUACATE HASS.....309

EL PAPEL DE LAS UNIVERSIDADES COLOMBIANAS DENTRO DE LA ECONOMÍA DE LA INNOVACIÓN.....322

PERDURABILIDAD EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE CARTAGENA: UN ESTUDIO DE CASO.....335

DIVERSIFICACION INTERNACIONAL DE PORTAFOLIO EN LOS MERCADOS ACCIONARIOS DE ARGENTINA, BRASIL, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO Y PERÚ.....355

ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA Y SUS FACTORES EXPLICATIVOS: EL CASO DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS 2005 – 2010.....376

ESTUDIO DEL MERCADO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAMARÓN ECUATORIANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL.....378

AVANCES PARA LA CREACIÓN DE LA ASOCIACIÓN SANTANDEREANA DE TURISMO.....392

ANÁLISIS DE LAS FRANQUICIAS INTERNACIONALES DEL MERCADO DE COMIDAS RÁPIDAS EN BARRANQUILLA.....404

PRONÓSTICO FINANCIERO, DE EMPRESA EJEMPLO DE BIO-COMERCIO EN EL CAQUETÁ.....424

ECONOMIC PARTNERSHIP MEXICO-JAPAN.....436

LA INFLUENCIA EN CONTEXTO. LAS GESTACIONES IDEOLÓGICAS INTERNACIONALES EN EL ESCENARIO COLOMBIANO (1920-1930).....462

PELIGROSA CORRELACIÓN: ÍNDICES DE CORRUPCIÓN Y NIVELES DE COMPETITIVIDAD.....475

SECTOR METALMECÁNICO DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER EN EL PERIODO 2010 – 2015.....484

CADENA DE VALOR DEL AGUACATE EN NORTE DE SANTANDER AVOCADO VALUE CHAIN IN NORTE DE SANTANDER.....511

EXPANSION DE LAS PLATAFORMAS DE E-COMMERCE PARA EL BENEFICIO DE LAS PYMES 520

LA MANCHA BLANCA COMO FACTOR EXOGENO PARA EL INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE CAMARÓN ECUATORIANO HACIA BRASIL 525

EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO Y SU RELACIÓN CON LA MALDICIÓN DE LOS RECURSOS. EL CASO DE MÉXICO EN LA ACTUALIDAD.....532

ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES LOGÍSTICAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO AFECTADAS POR LA MANUFACTURA ADITIVA: UNA REVISIÓN Y ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO 543

LA MIGRACIÓN DE PERSONAS A TRAVÉS DE LA HISTORIA EN CENTRO Y SUDAMÉRICA 557

CONTRASTE ENTRE LAS TEORÍAS DE DERECHOS HUMANOS Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD.....578

OPORTUNIDADES DEL ACEITE DE PALMA SANTANDEREANO EN EL MERCADO BRASILEÑO 587

OPORTUNIDADES QUE LA ALIANZA DEL PACÍFICO CREA EN BENEFICIO DEL SECTOR METALMECÁNICO A LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS.....602

PROMOCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ECUATORIANOS AL MERCADO DE MILÁN-ITALIA 613

DISEÑO DE UN MODELO DE LOGÍSTICA INVERSA PARA LOS RAEE TIPO 3 627

MODELO CERCA DE MENTORING PARA LA INNOVACION EN INSUMMA BG S.A. 643

EL PAPEL DE LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LA RELACIÓN CONSUMIDOR TENDERO EN LA CIUDAD FLORENCIA CAQUETÁ COLOMBIA.....655

IDENTIDAD, ROL Y POSICIÓN DE COLOMBIA EN EL ESCENARIO LATINOAMERICANO: FORTALEZA Y DEBILIDADES DE LA POLÍTICA EXTERIOR PARA UNA PROYECCIÓN REGIONAL 668

MECANISMOS DE INSERCIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL CACAO PROVENIENTES DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER A CADENAS GLOBALES DE VALOR 681

OPORTUNIDADES Y RIESGOS DE LAS PLATAFORMAS DE FINANCIACIÓN EN INTERNET 692

CUSTOMER PERCEPTION OF DRY YACON AS POTENTIAL FUNTIONAL FOOD FOR INTERNATIONAL COMMERCIALIZATION.....704

SECTOR SERVICIOS DEL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA, MOTOR DE OPORTUNIDADES COMERCIALES MEDIANTE EL ESTABLECIMIENTO DE MODELOS DE INTERNACIONALIZACIÓN CON EMPRESARIOS DE LA INDIA 716

INCIDENCIA DE LA HIDROPOLÍTICA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER CASO: REPRESA HIDROSOGAMOSO.....733

RELACIONES POLÍTICO-DIPLOMÁTICAS COLOMBIA- CHINA: UN ESCENARIO INEXPLORADO 746

LA IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA VERDE PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL EMPRESARIAL 760

ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONOMICOPARA EL AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA (AMB) BASADOEN LAIMPLEMENTACION DE LA ECONOMIA NARANJA 773

ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE SACHA INCHI AL MERCADO SUECO Y LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS PARA EL ECUADOR.....782

BONOS DE CARBONO, CO_2NDENA AL SUBDESARROLLO

Adalberto González Flores[1]

Resumen

En el actual sistema económico, el desarrollo de los países está ceñido al crecimiento industrial, el cual es impulsado por la inversión que hacen en ciencia y tecnología. Para ello, existen indicadores por país de la inversión que hacen para ese fin, en proporción al Producto Interno Bruto (PIB). Por otro lado, en el actual sistema de industrialización, la incesante generación de bienes y servicios ha llevado al deterioro ambiental a través de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Esta situación, derivó en la generación de una estrategia a nivel global denominada MDL, emanada del Protocolo de Kioto, entre ellos está la comercialización de los bonos de carbono quienes son emitidos principalmente por países emergentes y son adquiridos por países e industrias que generan una alta contaminación. En el presente trabajo, se realizó un análisis sobre la situación que tienen los países que más invierten en ciencia y tecnología; así como, la relación que tienen con la comercialización de los bonos de carbono. De dicho análisis, se encontró que existe una relación importante de los países que más invierten en ciencia y tecnología son los principales contaminadores del globo; por otro lado, la mayoría de los países que emiten más bonos de carbono, son los que menos invierten en ciencia y tecnología. Ante este panorama, la iniciativa del sistema de bonos de carbono, condena a los países que pueden ser susceptibles de recibir financiamiento a permanecer en el subdesarrollo, al fomentar su status de "jardinero del planeta"; mientras que los principales contaminadores, continúan con el desarrollo de tecnología y justifican esa postura al pagar a los dueños de los bosques ubicados en economías emergentes, como una acción en pro de la reducción de gases de efecto invernadero a la luz de la estrategia de bonos de carbono.

Palabras Clave

[1] REFERENCIAS

Economía verde, deterioro ambiental, gases de efecto invernadero, mecanismo de desarrollo limpio, Protocolo de Kyoto.

Abstract

CARBON BONDS, CO2NDENA TO UNDERDEVELOPMENT

In the current economic system, the development of countries is closely linked to industrial growth, which is driven by investment in science and technology. For this purpose, there are country indicators of the investment they make for that purpose, in proportion to the Gross Domestic Product (GDP). On the other hand, in the current system of industrialization, the incessant generation of goods and services has led to environmental deterioration through greenhouse gas (GHG) emissions. This situation led to the generation of a global strategy called CDM, emanating from the Kyoto Protocol, among them the commercialization of carbon credits, which are emitted mainly by emerging countries and are acquired by countries and industries that generate a high contamination. In the present work, an analysis was made on the situation of the countries that invest most in science and technology; as well as the relationship they have with the commercialization of carbon credits. From this analysis, it was found that there is an important relationship of the countries that invest most in science and technology are the main polluters of the globe; On the other hand, the majority of countries that emit more carbon credits are the ones that invest least in science and technology. Against this background, the carbon-bond initiative, condemns countries that may be eligible for funding to remain underdeveloped, by promoting their status as "gardener of the planet"; While the main polluters continue to develop technology and justify that position by paying forest owners located in emerging economies as an action for the reduction of greenhouse gases in the light of the strategy of carbon bonds.

Keywords

Clean development mechanism, environmental deterioration, green economy, greenhouse gases, Kyoto Protocol

Introducción

Uno de los principales factores del desarrollo económico en el mundo globalizado es la generación y aplicación de la ciencia y la tecnología; de esta manera el reflejo del desarrollo económico de un país, de una región o de una organización está representado por su nivel de industrialización. Este esquema, ha llevado al mundo a un desenfrenado crecimiento de las industrias que buscan inundar los grandes mercados de productos y servicios sin detenerse ante los efectos que afectan al ambiente. Ante esto, en los últimos años los países y las organizaciones han implementado acciones en favor del cuidado ambiental, entre los que destaca el Protocolo de Kyoto de 1997. Del cual derivan una serie de estrategias entre ellas: el mecanismo de desarrollo limpio (MDL), mecanismo de acción conjunta (AC) y el comercio

internacional de emisiones, para que los países puedan alcanzar sus objetivos comprometidos bajo este acuerdo (López-Toache, Romero-Amado, Toache-Berttolini, & García- Sánchez, 2016). Una de ellas, el MDL involucra el apoyo de las grandes economías o de las grandes industrias hacia las propuestas de desarrollo tecnológico basado en la generación de energías provenientes de fuentes limpias (solar, eólica, geotérmica); asimismo, en esta estrategia también se encuentran el apoyo a prácticas de forestación y reforestación, todas ellas en países emergentes. Ante este panorama, se puede percibir como buenas intenciones en el cuidado ambiental, en beneficio de la humanidad; sin embargo, qué hay detrás de esta serie de estrategias: la primera, es el de agudizar la dependencia tecnológica de las economías emergentes respecto a las desarrolladas y; la segunda está en la de impulsar a esas economías emergentes a convertirse en los "jardineros y cuidadores de la biodiversidad del planeta". En este trabajo, se presenta primero los aspectos de inversión en ciencia y tecnología, posteriormente los aspectos de reducción de daños ambiental a través de una estrategia de compra y venta de bonos de carbono y finalmente se analizan estadísticamente los datos sobre la inversión en ciencia y tecnología y su relación con la compra y venta de los bonos de carbono.

Marco Teórico

Inversión en ciencia y tecnología factor determinante de la industrialización

La teoría del desarrollo ha experimentado cambios fundamentales de estatuto, metodología y orientación prescriptiva. Hasta hace poco en la subdisciplina prevaleció una metodología lineal, de causalidad simple, limitada por el enfoque "economicista" (lo político como exógeno). La teoría tradicional del desarrollo siguió el enfoque practicado por los teóricos del crecimiento, consistente en desestimar las causas remotas o de fondo del crecimiento, para centrarse en las directas e inmediatas, como en la acumulación de capital o el cambio tecnológico (Rivera, 2014).

Para Kuznets (op. cit.), citado por Rivera (2014): el concepto de crecimiento económico moderno, propone establecer la especificidad organizacional y la dinámica de los países industrializados o desarrollados. Ese puñado de países ha logrado sostener sus avances por casi dos siglos, sin experimentar regresiones, gracias a una transformación histórica cuyo pináculo es la integración entre ciencia, tecnología e industria. Los alemanes fueron, por así decir, los primeros en llegar (Mowery y Rosenberg, 1998). En Estados Unidos se reconoció la superioridad de este sistema y se adoptaron sus fundamentos a partir de comienzos del siglo xx (ibid.).

Esta postura se fortalece como apunta Moreno, Speich Chassé & Fuhr (2016): La contabilidad de las cuentas nacionales y la recopilación de la suma total de todas las interacciones sociales en un abstracto Producto Interno Bruto (PIB) ha sido uno de los mayores éxitos en la historia de la comunicación política. Así, todo se reduce a medir el desempeño de un país a través de un indicador que a lo largo del siglo XX se ha venido posicionando como una medida del crecimiento y desarrollo económico, como es el PIB.

De esta manera el desarrollo económico se debe a la aplicación de la ciencia y tecnología, que se ve reflejado por el crecimiento de la producción y productividad industrial, medido a través de un indicador denominado PIB. De esto sugiere Freitas (2007) que se dan dos vías: una primera es que la tecnología surge y se desarrolla en las empresas y se divulga entre firmas. Una segunda vía, ocurre cuando la ciencia

y la tecnología emana de los centros de investigación y las universidades, con recursos provenientes del estado y que esta oferta de conocimiento no es como resultado de una demanda de conocimientos por el sector industrial, lo cual es una falla del mercado y trae implicaciones graves al desarrollo, ya que no se persigue el lucro, pero sobre todo los resultados de la investigación se usan con fines de divulgación.

México reflejo de la situación de los países latinoamericanos subdesarrollados

En el siglo XX, México mostró importantes trasformaciones económicas al pasar de una sociedad predominantemente agrícola y rural, a una industrial y de servicios, mayoritariamente urbana. La economía experimentó en los años cincuenta, el periodo de crecimiento más alto y prolongado en la vida del país recientemente enfocado al desarrollo, que permitieron lograr avances importantes en materia de industrialización y crecimiento (Trejo, 2017).

Sin embargo, las raíces que dieron como resultado este proceso, dejan entrever que el camino a la industrialización no era el correcto, contrario a lo que ocurre con otras economías emergentes; después de la Revolución Mexicana, la solución del conflicto provocado por el agotamiento de la etapa "fácil" de industrialización sustitutiva del "Porfiriato" dependía, de un cambio de estrategia (comienzo de la racionalización de la protección, junto con el fin de la sobrevaluación cambiaria). Ese acuerdo no se logró, al contrario, el grado de protección aumentó (Wallace y Ten Kate, 1979; Fajnzylber, 1983), y también la dependencia de los bienes de capital importados (Balassa, 1988: 36-38; Hirschman, 1996a: 195 y ss.). Esta es la pieza central de la explicación de por qué la economía mexicana perdió paulatinamente el fuerte impulso que tomó con las reformas cardenistas, hasta llevar a una etapa de fuertes desequilibrios (Rivera, 2014, pág. 26).

A partir de 1946 surge un modelo de crecimiento industrial basado en la sustitución de importaciones, convirtiendo al estado en un ente que impulsaba la industrialización en el país, acciones como: "La reforma agraria cardenista, la expropiación petrolera, la nacionalización de los ferrocarriles, la creación de Nacional Financiera, del Instituto Politécnico Nacional, y de otras instituciones fueron las bases que se necesitaban para dar ese impulso al proceso de industrialización" (González, 2002, pág. 18), así lo denotan. Sin embargo, este modelo de crecimiento industrial termina por sucumbir a mediados de los años 80s.

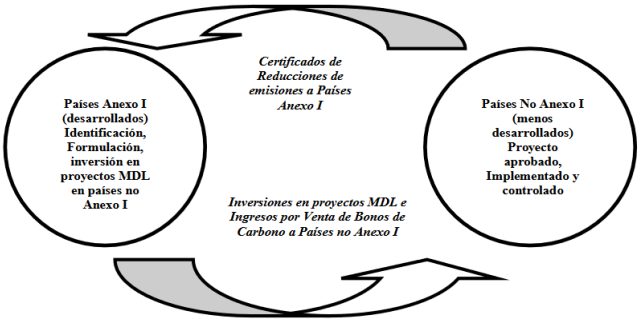
A partir de estos años, la industria se abre a la competencia y de tener una vocación de sustitución de importaciones, se convierte ahora en una industria diseñada para la exportación de bienes manufacturados, por lo que se retoma el camino del fomento de la inversión extranjera directa (IED); pero para que esto pudiera suceder, tendrían que establecerse las condiciones políticas que hicieron posible estos cambios, según menciona González (2002) los cuales fueron la derrota obrera frente al neoliberalismo, la caída del socialismo real, la crisis de los sindicatos y la desaparición de los partidos proletarios.

Bonos de Carbono

El Protocolo de Kyoto (PK), negociado desde 1997, es el acuerdo internacional en el cual un total de 37 países y la Comunidad Europea se comprometieron a disminuir sus emisiones GEI para el periodo 2008-2012 en un 5% respecto a 1990. Este protocolo ofrece las siguientes flexibilidades: mecanismo de desarrollo limpio (MDL), mecanismo de acción conjunta (AC) y el comercio internacional de

emisiones, para que los países puedan alcanzar sus objetivos comprometidos bajo este acuerdo (Toche, 2016). México, forma parte de dicho protocolo, firmándolo el 9 de junio de 1998 y ratificado el 7 de septiembre del 2000 (UNFCCC, 2009). Dicha estrategia está basada en la colaboración y cooperación entre los países involucrados: En este punto es necesario mencionar que un elemento clave en los objetivos del abatimiento al cambio climático contemplados tanto por la CMNUCC como por el PK, es la conformación de redes que incentiven la innovación a favor del medio ambiente, la acumulación del conocimiento y experiencias exitosas, como podría ser el caso de la conformación de redes socio-culturales de innovación como las describe Olivé (2010: 75) las cuales son redes que "incluyen entre sus nodos a los sistemas donde se genera el conocimiento.

Figura 1 Funcionamiento de MDL



Fuente: (Alvarado, 2016)

De esta manera, cada bono de carbono equivale a una tonelada de bióxido de carbono equivalente (ton. CO_2 equ.) que ha sido dejada de emitir a la atmósfera. Conformados por: Certificados de reducción de emisiones (CER), los Montos Asignados Anualmente (AAU) y las Unidades de Reducción de Emisiones (ERU) (Rivas, 2010, pág. 11).

Metodología

Durante la presente investigación se analizaron datos sobre lo que invierten en ciencia y tecnología las 20 economías más grandes del planeta, revisando indicadores que involucran lo relacionado a esa variable; asimismo, se realizó este análisis con las 15 economías más importantes de Latinoamérica. Posteriormente se analizó información sobre el mercado de los bonos de carbono, para lo que se consideraron estimaciones al 2050, sobre la compra y la venta de dichos bonos. Finalmente se realizó un análisis estadístico mediante una correlación de las variables: inversión en ciencia y tecnología y con la variable compra y venta de bonos de carbono. Finalmente, se obtuvo a través de la regresión lineal la ecuación en donde se determina la propensión a ser comprador o vendedor de bonos de carbono, dicho análisis estadístico se realizó a través de la herramienta estadística Minitab.

Resultados

Durante el proceso de la presente investigación se analizó información estadística del Banco Mundial, del Fondo Monetario Internacional y del Grupo de Cambio Climático del Banco Mundial de la cual se presenta a continuación:

La inversión en ciencia y tecnología de los 20 países más grandes se muestra en la tabla 1:

Tabla 1. Inversión en ciencia y tecnología en relación al PIB y en millones de dólares de las 20 economías más grandes del planeta.

		PIB por país [1] (millones de dólares)	**% del PIB en I&D [2]**	**Inversión en I&D [3] (millones de dólares)**
	PAIS	$	PORCENTAJE	$
1	Estados Unidos (EU)	18’561,934	2.73	506,740.80
2	China	11’391,619	2.07	235,806.51
3	Japón	4’730,300	3.47	164,141.41
4	Alemania	3’494,898	2.83	98,905.61
5	Reino Unido	2’649,893	1.66	43,988.22
6	Francia	2’488,284	2.24	55,737.56
7	India	2’250,987	0.82*	18,458.09
8	Italia	1’852,499	1.31	24,267.74
9	Brasil	1’769,601	1.24	21,943.05
10	Canadá	1’532,343	1.69	25,896.60
11	Corea del Sur	1’404,383	4.15	58,281.89
12	Rusia	1’267,754	1.13	14,325.62
13	Australia	1’256,640	2.2	27,646.08
14	España	1’252,163	1.26	15,777.25
15	México	1’063,606	0.5	5,318.03
16	Indonesia	940,953	0.08	7,527.62
17	Países Bajos	769,930	1.96	15,090.63
18	Turquía	735,716	0.94	6,915.73
19	Suiza	662,483	2.9**	19,212.01
20	Arabia Saudita	637,785	0.07	4,464.50

Fuente: Elaboración propia con datos del [1]FMI (abril 2016), [2]BM (2013), *Datos del 2011; **Datos del 2012; *** Datos del 2004 y **** Datos el 2009.

Es necesario señalar que dicha inversión se mide siempre en relación con el PIB de cada una de las economías, por lo que para la percepción de las personas, no es concebida en dólares invertidos. Baste ver que Estados Unidos de América invierte el 2.5% del PIB en investigación en ciencia y tecnología, lo cual representa algo más de 506 mil millones de dólares; mientras que Suiza, que invierte el 2.9% de su PIB, en dólares representa solo algo más de 19 mil millones. Lo cual es significativamente mucho menos que lo que invierte EU. En este sentido, el medir la inversión en ciencia y tecnología con relación al PIB, resulta poco representativo.

Para continuar con el análisis, se presenta la situación en la que se encuentran las 15 primeras economías de América Latina en referencia a la ciencia y tecnología en la tabla 2:

Tabla 2. Inversión en ciencia y tecnología en relación al PIB y en millones de dólares de las 15 economías más grandes de Latinoamérica.

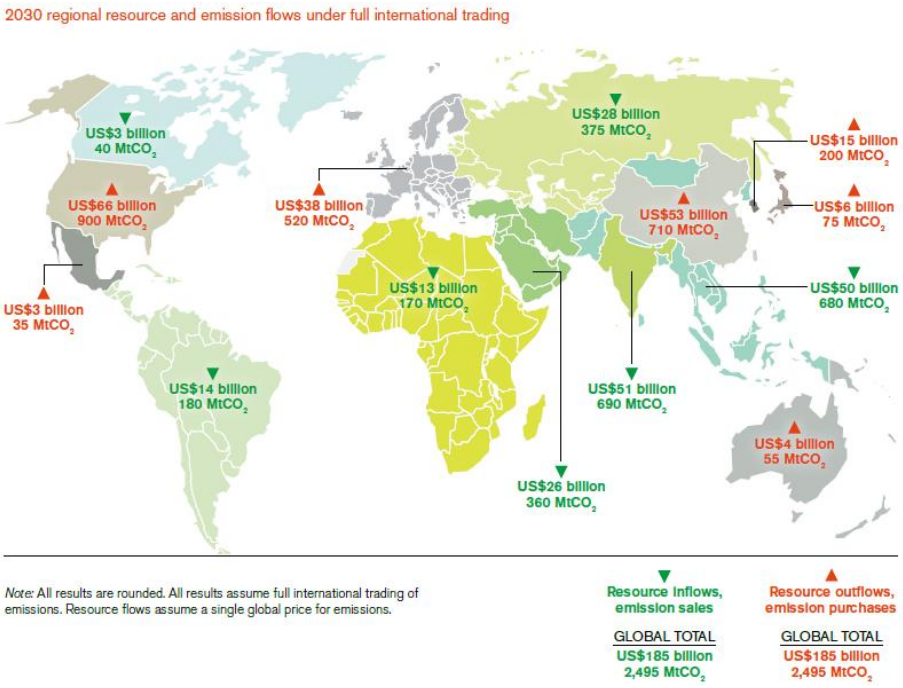
		PIB por país [1] (millones de dólares)	**% del PIB en I&D [2]**	**Inversión en I&D [3]**
	PAIS	$	PORCENTAJE	
1	Brasil	1’769,601	1.24	21,943.05
2	México	1’063,606	0.5	5,318.03
3	Argentina	541,748	0.61	3,304.6628
4	Colombia	381,822	0.26	992.7372
5	Venezuela	373,978	Sin datos	Sin datos
6	Chile	276,975	0.39	1,080.2025
7	Perú	206,542	0.16***	330.4672
8	Ecuador	94,144	0.34*	320.0896
9	Uruguay	56,345	0.32	180.304
10	Guatemala	54,383	0.04**	21.7532
11	Costa Rica	49,621	0.56	277.8776
12	Panamá	40,329	0.07	28.2303
13	Bolivia	29,802	0.16****	47.6832
14	Paraguay	28,333	0.09**	25.4997
15	El Salvador	24,512	0.06	14.7072

Fuente: Elaboración propia con datos del [1]FMI (abril 2016), [2]BM (2013), *Datos del 2011; **Datos del 2012; *** Datos del 2004 y **** Datos el 2009.

Lo interesante a notar aquí, es que lo que invierten el grueso de las economías de Latinoamérica en ciencia y tecnología no es significativo; pero es todavía peor, si se considera que la inversión que hacen algunos de los países de las primeras 20 economías del planeta, es mucho mayor que la riqueza que generan las economías latinoamericanas durante un año. Ante esta situación, el desarrollo de América Latina, está fuertemente comprometido ante este panorama.

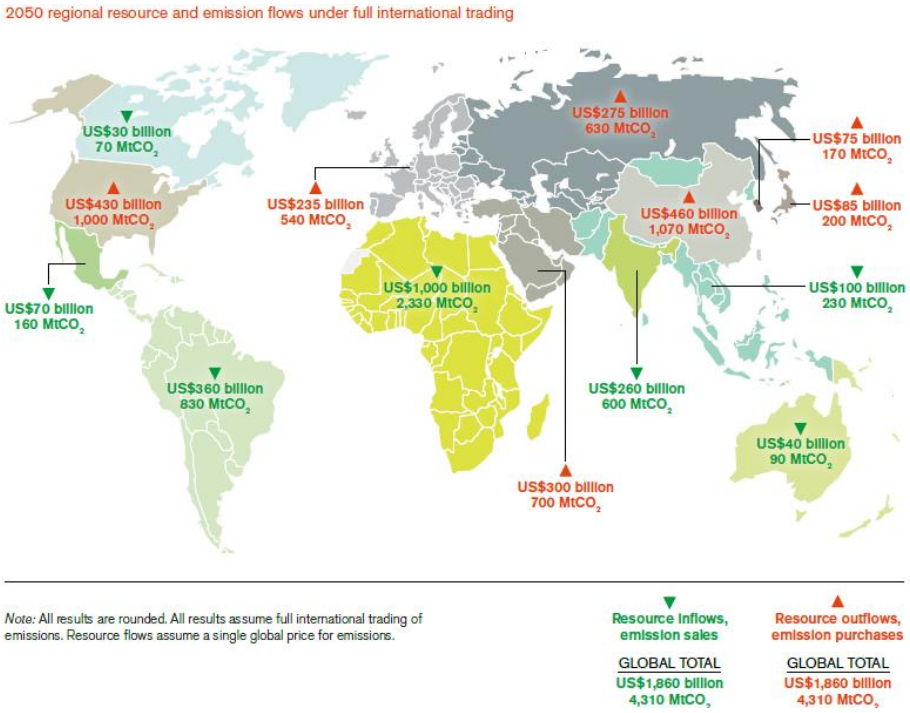
Siendo esta la primera parte del análisis de la presente investigación lo referido a ciencia y tecnología; es momento ahora de hacer un análisis sobre la situación del mercado de los bonos de carbono. Existen estimaciones para el 2030 y 2050, de cómo estará el mercado internacional sobre la comercialización de dichos bonos verdes, en seguida se presenta la situación en las gráficas 2 y 3 para ambos periodos:

Gráfica 2. Flujo de recursos y emisiones a través del comercio internacional al 2030.



Fuente: (World Bank Group, Climate Change, 2016).

Gráfica 3. Flujo de recursos y emisiones a través del comercio internacional al 2030.



Fuente: (World Bank Group, Climate Change, 2016).

Siguiendo con el análisis de las 20 más grandes economías del mundo y de las 15 de América Latina se estiman la comercialización en megatoneladas de dióxido de carbono ($MtCO_2$). Para el 2030; los países en desarrollo venderán una gran cantidad de bonos de carbono, pero para el 2050, es bastante más grande el volumen que ellos venderán a los países más industrializados. Es importante notar para el caso de México, que en el 2030 se estima que será comprador, mientras que para el 2050 será un vendedor importante de bonos de carbono. En general, para la región latinoamericana, se estima que vayan en aumento, ya que para el 2030 venderán un volumen de 182 $MtCO_2$ de emisiones y que compren 35 $MtCO_2$, el caso de México. Mientras que para el 2050, venderán un volumen de 990 $MtCO_2$, lo cual refleja un incremento cercano al 500 % en el periodo, por lo que habrá un flujo de recursos económicos importantes por este concepto.

Teniendo como antecedente este análisis, se procedió a realizar una correlación de variables en la cual se consideró a la inversión en ciencia y tecnología; por un lado, y por el otro la compra o venta de bonos de carbono. Siendo la variable independiente (x) la primera y la compra o venta de bonos la variable dependiente (y), obteniendo los siguientes resultados:

Gráfica 4. Regresión entre Inversión en ciencia y tecnología y compra de bonos de carbono.

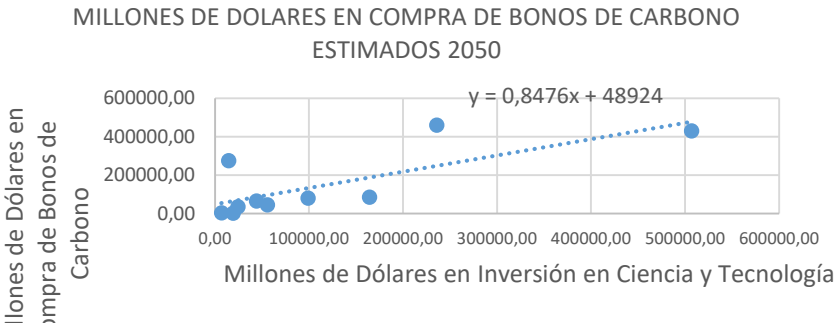
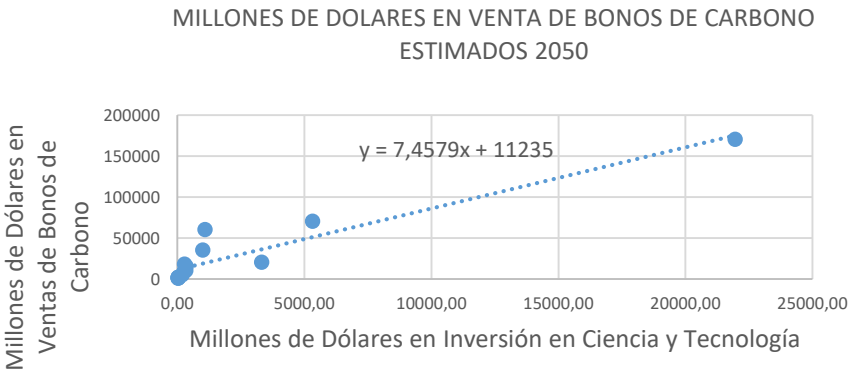


Gráfico 5. Regresión entre Inversión en ciencia y tecnología y venta de bonos de carbono.



En cuanto al análisis de correlación realizado entre las variables de inversión en ciencia y tecnología (x) y compra de bonos de carbono (y), se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.757; mientras que para las variables de inversión en ciencia y tecnología (x) y venta de bonos de carbono (y) se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.941. Por lo que se puede concluir que hay una alta correlación positiva entre las variables inversión en ciencia y tecnología y venta de bonos de carbono; asimismo, también mostró una correlación positiva entre las variables inversión en ciencia y tecnología y compra de bonos de carbono. Por lo que deduce que si los países, invierten más en ciencia y tecnología, la tendencia será a comprar más bonos de carbono y viceversa, si menos invierten en inversión en ciencia y tecnología, se incrementa la posibilidad de vender más bonos de carbono. Finalmente se tiene una ecuación que puede pronosticar la compra y la venta de los bonos de carbono con las siguientes ecuaciones obtenidas de la regresión lineal: Para la compra y = 0.8476x + 48924 y para la venta y = 7.4579x +11235.

Conclusiones

La dependencia económica de los países de América Latina no es nueva, desde la llegada de los españoles a tierras americanas se vive una total dependencia de los países líderes de la economía mundial. El tan anhelado ingreso al grupo elite de economías desarrolladas se ha vuelto una obsesión para los países latinoamericanos, que en esa dinámica de "perseguir a la zanahoria", se adhieren a estrategias globales que benefician a las grandes economías y empresas. Por ello, la estrategia de emisión de bonos de carbono, es otra zanahoria que pretende que los países al sur del planeta intenten allegarse de recursos financieros que ayuden a mejorar sus condiciones de desarrollo. Sin embargo, a la luz de la presente investigación, los resultados auguran la continuación de un modelo de dependencia tecnológica y económica, que vuelve a las economías latinoamericanas más dependientes que nunca de los países más poderosos. Los resultados encontrados, respecto a la alta correlación positiva entre la emisión de bonos de carbono con la baja inversión en ciencia y tecnología, permite deducir que dicha estrategia no hace más que sumir en el subdesarrollo a los países de la región latinoamericana, a pesar de tener una gran riqueza cultural, natural y de biodiversidad.

Recomendaciones y o agradecimientos

La presente investigación, no pretende ser una descripción dramatica de lo que deviene para los países latinoamericanos, sino que la intención es despertar las conciencias, que permitan la búsqueda de oportunidades a pesar del ambiente adverso en el que se encuentran.

Referencias

Alvarado, L. R. (18 de Noviembre de 2016). *Transferencia Tecnológica y Creación de Capacidades Tecnológicas, en el Enfrentamiento al Cambio Climático: El caso de Proyectos MDL en Energía Eólica en México.* Obtenido de http://fich.unl.edu.ar/CISDAV/upload/Ponencias%20y%20Posters/Eje%209.%20Impactos%20Ambientales%20Globales/Ra%C3%BAl%20Arturo%20Alvarado%20L%C3%B3pez/Alvarado_Transferencia%20tecnol%C3%B3gica%20y%20creaci%C3%B3n%20de%20capacidades%20tecnol%C3%B3gicas.pdf

Freitas, d. F. (Septiembre de 2007). Economía E Tecnologia: A inovação nas ciências da vida: entre o conceito de hibridação e o conceito de redes. *Economia y Tecnología, 3*(10), 99_108.

González, M. M. (2002). *La Industrialización en México.* Mexico: Textos Breves de Economía, UNAM.

Grupo Intergubernamental de Expertos Sobre Cambio Climático. (2014). *Cambio Climático 2014, Impactos, adaptación y vulnerabilidad.* Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. Obtenido de http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/wg2/WGIIAR5-IntegrationBrochure_es.pdf

Grupo Intergubernamental de Expertos Sobre Cambio Climático. (2014). *Cambio Climático 2014, Informe de síntesis.* Grupo Intergubernamental de Expertos Sobre Cambio Climático. Obtenido de http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/syr/SYR_AR5_FINAL_full_es.pdf

Lomeli, V. l., & Vázquez, M. M. (Septiembre de 2016). Cambio estructural y migración. El caso de México. *ECONOMI unam, 13*(39). Obtenido de http://ac.els-cdn.com/S1665952X16300147/1-s2.0-

S1665952X16300147-main.pdf?_tid=b90d275c-ee34-11e6-9f9c-00000aab0f26&acdnat=1486582269_3cf16628e507ab6d6ffa71704e882e5b

López-Toache, V., Romero-Amado, J., Toache-Berttolini, G., & García- Sánchez, S. (2016). Bonos de carbono: financiarización del medioambiente en México. *Estudios Sociales, Volumen 25* (Número 47), 191-215. Recuperado el 19 de septiembre de 2016

Moreno, C., Speich Chassé, D., & Fuhr, L. (2016). *La métrica del carbono: ¿el CO2 como medida de todas las cosas?* México: Fundación Heinrich Böll, México, Centroamérica y El Caribe.

Rivas, V. L. (2010). *Inversión en el Mercado de Bonos de Carbono en México.* México: IPN.

Rivera, R. M. (Octubre de 2014). Desarrollo económico y trayectorias históricas, una aproximación al caso de Brasil y México. *Revista Problemas del Desarrollo, 45*(179), 9-33. Obtenido de http://ac.els-cdn.com/S0301703614701397/1-s2.0-S0301703614701397-main.pdf?_tid=77f7761a-ee2e-11e6-8ec8-00000aacb35f&acdnat=1486579583_63d5857191632337ecdbf049b723ba24

Seoane. (2013). La cuestión ambiental bajo el neoliberalismo: racionalidades y estrategias de gobierno. *Acta Académica*. Obtenido de http://www.aacademica.org/000-038/36

Toche, N. (16 de Agosto de 2016). ¿CO2 como moneda de cambio? *EL Economista*. Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2016/08/16/co2-como-moneda-cambio

Trejo, N. A. (Octubre de 2017). Crecimiento económico e industrialización en la Agenda 2030 para México. *revista Problemas del Desarrollo, 48*(188), 83-111. Obtenido de http://ac.els-cdn.com/S0301703617300056/1-s2.0-S0301703617300056-main.pdf?_tid=bb1baeb4-ee30-11e6-8b88-00000aab0f02&acdnat=1486580554_fe39a46301ba067e9b79c23249f14619

UNFCCC. (2009). *Kyoto Protocol, Status of Ratification.*

World Bank Group, Climate Change. (2016). *State and Trends of Carbon Pricing.* Washington, DC: International Bank for Reconstruction and Development.

LA EXPLOTACION DE LA VACA MUERTA (ARGENTINA) Y LA GOVERNANCE INTERNACIONAL

Adriana Giuliani [2]

Resumen

El propósito del trabajo es analizar el alcance de las políticas impulsadas en Argentina para promover la explotación de los denominados hidrocarburos no convencionales y su incidencia en el territorio. Se hace foco en la experiencia de Vaca Muerta, localizada en la Cuenca Neuquina, a partir de investigaciones propias realizadas en la Universidad Nacional del Comahue, Argentina.

La metodología incluye la revisión en profundidad de la normativa, el análisis de indicadores y la observación en terreno, entre otras técnicas. Se parte del concepto de restricción externa, que en general afecta a la Balanza de Pagos de países de industrialización tardía y se recurre al concepto de *governance* en tanto contribuye a reflexionar sobre el rol del Estado en el período actual.

Palabras clave: Argentina – Estado – Governance - Hidrocarburos – Vaca Muerta

Abstract

The purpose of this work is to analyze policies driven to promote unconventional hydrocarbon exploitation in Argentina, as well as its territorial incidence. Based on an ongoing research developed in Comahue University, Argentina, the study is concentrated on the experience of Vaca Muerta, in Neuquina Basin. The methodology includes regulations reviewing, analysis of indicators and site observation, among other techniques.

Relationship between energy supply and argentine Balance of International Payments is evaluated within the context of external constraint, a late industrializing countries general feature. Concept of governance is examined, considering that it helps to reflect on the current State role.

Keywords: Argentina - State - Governance - hydrocarbons - Vaca Muerta

[2] La empresa de bandera argentina Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) fue convertida en Sociedad Anónima en 1990, en el marco de un programa de privatizaciones instrumentado durante el gobierno de Carlos Menem (1989-1999). En 1999, el 98.23% de la empresa quedó en manos de Repsol. Al momento de la expropiación en 2012, el grupo español era poseedor del 57.43% y el resto de las acciones estaban en poder de otros accionistas privados, entre ellos el grupo argentino Petersen, que poseía el 25.46% (Giuliani A. , 2013).

Introducción

En Argentina, la fuerte devaluación del peso que sucedió a la profunda crisis de finales de 2001 inauguró un período de crecimiento del Producto Bruto Interno y del comercio exterior, este último impulsado además por una mejora en los términos de intercambio, que favoreció a los productos agrarios, principales rubros que exporta el país. Sin embargo, la cuenta corriente del Balance de Pagos hacia 2010 se tornó negativa, circunstancia que guarda relación con la situación del sector hidrocarburífero. La declinación de la oferta de petróleo y gas que encuentra su origen en las políticas de desregulación instrumentadas desde la década de 1990, combinada con los mayores requerimientos para satisfacer la economía con índices de crecimiento positivos, generó la necesidad de importar energía, comprometiendo las cuentas externas y acentuando la tradicional escasez de divisas que históricamente afecta a Argentina y a países de industrialización tardía en general. Precisamente, el continuo incremento de las compras de combustible en el exterior constituyó un argumento central en la decisión de expropiar el 51% del capital accionario de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) al grupo español Repsol en mayo de 2012, mediante la sanción de la Ley 26.741.[3] La norma declaró además la búsqueda del autoabastecimiento energético y expresó la reafirmación de la soberanía hidrocarburífera.

El propósito de la ponencia es reflexionar sobre distintas dimensiones relacionadas con la explotación de hidrocarburos en la formación geológica Vaca Muerta, localizada en la Cuenca Neuquina. Por un lado, se analiza la normativa sancionada en función de alentar la extracción no convencional y su impacto en el territorio. Por el otro, se recurre al concepto de *governance* para caracterizar el rol del Estado en este contexto.

En América Latina los economistas de la CEPAL, encabezados por Raúl Prebisch, analizaron desde mediados del Siglo XX el crecimiento de la región y su relación con el comercio internacional, la balanza de pagos y los términos del intercambio. Por su parte Diamand (1973) caracterizó a los países con un sector primario exportador de mayor productividad como "de estructura productiva desequilibrada", en los que la escasez de divisas o restricción externa es una constante. También se han elaborado modelos que describen el funcionamiento de estas economías a través de sucesivos periodos de crecimiento y posterior estancamiento conocidos como *stop and go*, siendo el primero de ellos el de Braun y Joy (1981) (Riavitz & otros, 2015, pág. 134). Estos aportes proporcionan el marco teórico que sustenta la investigación desde el punto de vista de la restricción externa, mientras que se aplica el análisis de Laval & Dardot (2013) al estudio de la noción de *governance*.

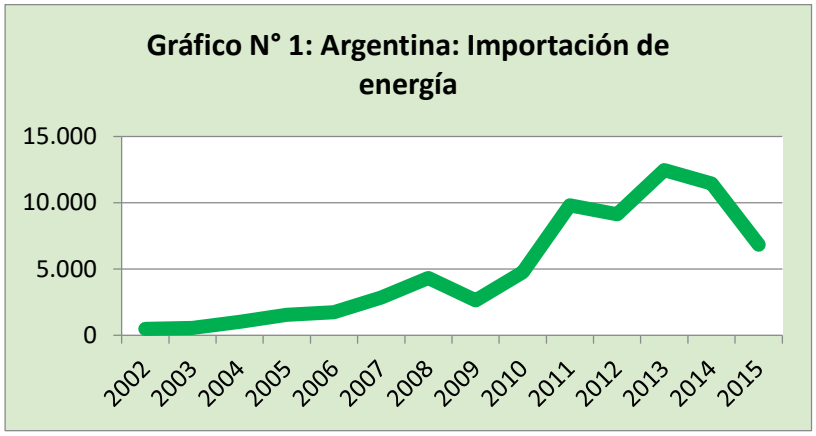
La metodología incluye la revisión de la legislación referida a la política energética del país a través de fuentes primarias y secundarias, el análisis de indicadores y la observación en terreno, entre otras técnicas. Se partirá de trabajos propios, realizados en investigaciones llevadas a cabo en la Universidad Nacional del Comahue, a lo largo de varios años de labor.

La Explotación de Vaca Muerta en el marco de la restricción externa

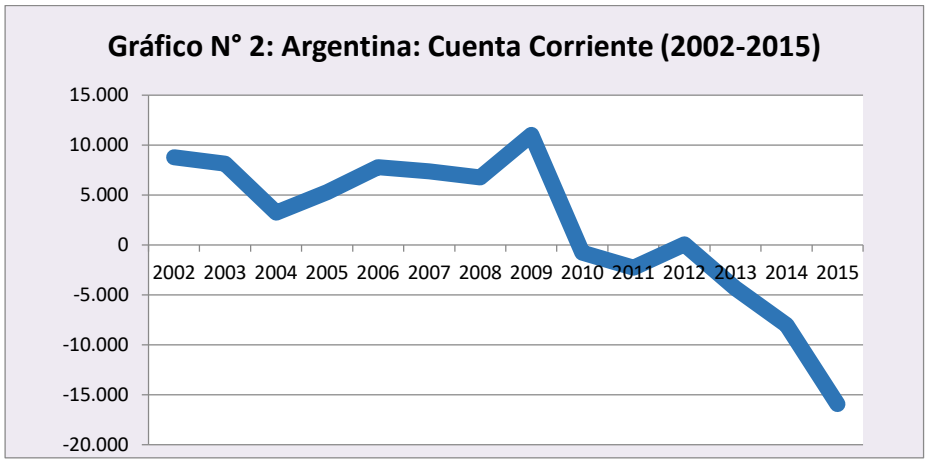
[3] La empresa de bandera argentina Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) fue convertida en Sociedad Anónima en 1990, en el marco de un programa de privatizaciones instrumentado durante el gobierno de Carlos Menem (1989-1999). En 1999, el 98.23% de la empresa quedó en manos de Repsol. Al momento de la expropiación en 2012, el grupo español era poseedor del 57.43% y el resto de las acciones estaban en poder de otros accionistas privados, entre ellos el grupo argentino Petersen, que poseía el 25.46% (Giuliani A. , 2013).

La reactivación económica que siguió a la devaluación de 2002, la declinación de la oferta interna de hidrocarburos y la dependencia de la matriz energética argentina respecto del petróleo y el gas cercana al 90%, agudizaron la necesidad de recurrir a la importación de hidrocarburos, comprometiendo severamente las cuentas externas del país.

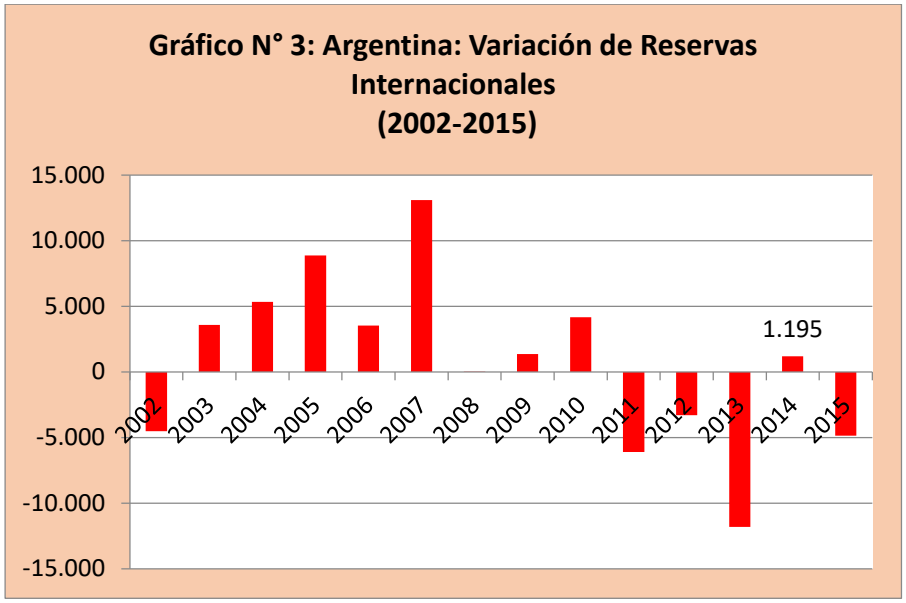
En los siguientes gráficos (Gráfico N° 1, Gráfico N° 2 y Gráfico N° 3), se representa la evolución de las variables mencionadas: Importación de energía, Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos y Variación de Reservas Internacionales, para el período 2002 – 2015.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

Frente al agotamiento de los yacimientos tradicionales, las expectativas se centraron en la explotación no convencional de petróleo y gas, básicamente de la formación geológica Vaca Muerta, localizada en la Cuenca Neuquina, que se extiende principalmente en la patagónica Provincia del Neuquén (Argentina).

La expresión "no convencional" alude a una clasificación de hidrocarburos que agrupa a aquellas acumulaciones presentes en el subsuelo, tanto de petróleo como de gas natural, cuya extracción no puede realizarse con técnicas habituales, sino que requiere procedimientos más complejos y por lo tanto más costosos, entre los que sobresale la fractura hidráulica o *fracking*.[4]

El conocimiento acerca de la existencia de este tipo de recursos no es nuevo; YPF ya había perforado Vaca Muerta y Los Molles en las décadas de 1960-1970, en oportunidad de los descubrimientos de Puesto Hernández y Loma La Lata, aunque entonces no existía tecnología ni precios que hicieran viable su extracción. Recién en 2005 comenzó la explotación del *shale* en Estados Unidos, con la entrada en producción comercial del primer yacimiento no convencional en Texas. (Di Sbroiavacca, 2015, pág. 145).

Los primeros anuncios en torno a hidrocarburos no convencionales en Vaca Muerta fueron realizados por YPF (aún en poder de Repsol) en 2009; de todas maneras, la actividad se intensificó luego de la difusión de los datos de la Agencia de Información Energética de Estados Unidos, asegurando que Argentina es el tercer país con recursos técnicamente recuperables de *shale gas*. La actualización dada a conocer en junio de 2013 ubica a la Argentina como el segundo país del mundo con recursos potenciales de *shale gas*, detrás de China, y cuarto país del mundo con recursos potenciales de *shale oil*, liderados por Rusia.

En la madrugada del 29 de agosto de 2013 la Legislatura Neuquina aprobó la Ley Provincial 2867 que ratificó el acuerdo que el Poder Ejecutivo Provincial firmó un mes antes con YPF, para desarrollar un

[4] Los hidrocarburos no convencionales más comunes son el *shale oil* y el *shale gas*, aunque la tipología incluye también a los denominados *tight gas*, *tight oil* o *coaldbed metano* (gas de lecho de carbón).

proyecto piloto en Vaca Muerta, por 1.500 millones de dólares, en asociación con la empresa multinacional Chevron (260 millones y 1.240, respectivamente). Los principales puntos fueron:

Acuerdo entre la Provincia de Neuquén e YPF:

Escindir de la concesión Loma La Lata – Sierra Barrosa, de titularidad de YPF y prorrogada en el año 2000 hasta noviembre de 2027, una superficie de 2.327,5 km^2, denominada en adelante Loma la Lata Norte.

Incorporar la superficie escindida a la superficie de la concesión Loma Campana, también de titularidad de YPF y con vencimiento en noviembre de 2026, conformando una superficie total de 395 km^2.

Prorrogar la concesión de Loma Campana por el término de 22 años a partir de su vencimiento, es decir hasta noviembre de 2048.

Compromisos de YPF:

Pago de 20 millones de dólares dentro de los 15 días de la ratificación legislativa del acuerdo.

Aporte de 45 millones de dólares en tres cuotas, en concepto de Responsabilidad Social Empresaria.

Pago de una suma equivalente al 5% sobre las utilidades después de impuestos resultantes del proyecto de inversión, a partir de diciembre de 2027.

Reducción al 50% el subsidio aplicable al precio del gas para la planta de Metanol, según los términos del Acta Compromiso suscripta por YPF y la Provincia en 1998.

Inversión mínima de 1.000 millones de dólares en el término de 18 meses a partir de julio de 2013, so pena de revocación del acuerdo.

Priorizar la contratación de mano de obra, proveedores y servicios radicados en la Provincia.

Utilización racional y eficiente de agua y áridos de acuerdo a normativa vigente.

Fiscalización a cargo de la Autoridad de Aplicación.

Las condiciones para la Provincia:

No aplicación de Renta Extraordinaria, Canon extraordinario de producción ni nuevos tributos. Mantenimiento de las Regalías en el 12%.

Mantenimiento de un porcentaje no superior al 3% en el Impuesto a los Ingresos Brutos en el área de concesión.

Exención del impuesto de sellos a todos los instrumentos que se firmen con posterioridad al Acta Acuerdo.

Acuerdo entre YPF y Chevron:

Los detalles del acuerdo entre YPF y Chevron no fueron puestos a disposición pública, aunque se desprende que responden a los lineamientos del Decreto 929/13 sancionado por el Poder Ejecutivo Nacional en julio de 2013, con el objeto de atraer inversiones para el sector. Se trata de estímulos para proyectos no inferiores a los 1.000 millones de dólares:

Luego del quinto año de iniciado el proyecto, derecho a comercializar en el mercado externo el 20% del volumen extraído con una alícuota del 0% de retenciones, o de comercializarlo al mismo precio en el mercado interno si no se hubiese alcanzado el autoabastecimiento en el país.

Libre disponibilidad del 100% de las divisas provenientes de la exportación.

Horas antes de la votación en la Legislatura, afuera del recinto la Policía reprimió a un grupo de manifestantes anti *fracking* que se proponía impedir que se llevara a cabo la sesión. La movilización involucró a más de 5.000 personas, con un saldo de 20 heridos de bala de goma y un docente que recibió un perdigón de plomo en la zona cercana al pulmón.

El proyecto se localiza en territorio de la comunidad mapuche Campo Maripe, quienes denunciaron ante funcionarios judiciales el incumplimiento de los tratados internacionales, que establecen la obligatoriedad de obtener el consentimiento de los afectados antes de celebrar el convenio.

El principal argumento de quienes votaron afirmativamente -25 diputados de un total de 35- fue la urgencia por sustituir las importaciones de energía por gas y petróleo extraídos en el país; 2 legisladores se opusieron y hubo 8 ausentes, 7 de los cuales se retiraron luego de que la mayoría se negara a suspender las deliberaciones a raíz de la represión policial.

El Decreto 929/13 que sirvió de marco para el acuerdo con Chevron, ampliado a proyectos que involucran más de 250 millones de dólares, quedó incorporado a la Ley 27.007, modificatoria de la Ley 17.319/67. Esta norma fue aprobada en octubre de 2014, luego de intensas negociaciones entre los funcionarios del gobierno nacional y los directivos de YPF, por un lado, y los gobernadores de las provincias "petroleras", por el otro (Giuliani & otros/as, 2016, pág. 11). También el Decreto 927/13 obtuvo rango legal, ya que en la nueva normativa quedaron contempladas sus disposiciones, tendientes a quitar o reducir aranceles a la importación de tecnología e insumos, directa o indirectamente vinculados al desarrollo de yacimientos no convencionales.

Otros puntos de la modificación fueron los siguientes:

Plazos: se amplían y se diferencian los plazos de concesión: 25 años para convencionales, 35 años para no convencionales y 30 años para offshore. Además, se acortan los plazos de los permisos de exploración con la finalidad de incentivar las inversiones en esta etapa.

Prórrogas: si cumplen con los compromisos, las empresas podrán extender sus contratos indefinidamente.

Bono inicial: las provincias podrán cobrar un monto único en cada prórroga o concesión *shale* que será del 2% de las reservas convencionales remanentes.

Reserva y *carry*: se prohíbe reservar en el futuro áreas a firmas estatales. Los contratos de acarreo (*carry*) no se prohíben, pero en adelante se limitan a la etapa de exploración y piloto. Se respetan los vigentes.

Sin límites a las concesiones: la antigua ley prohibía a una empresa tener más de cinco concesiones, aunque no se cumplía. La nueva no pone topes.

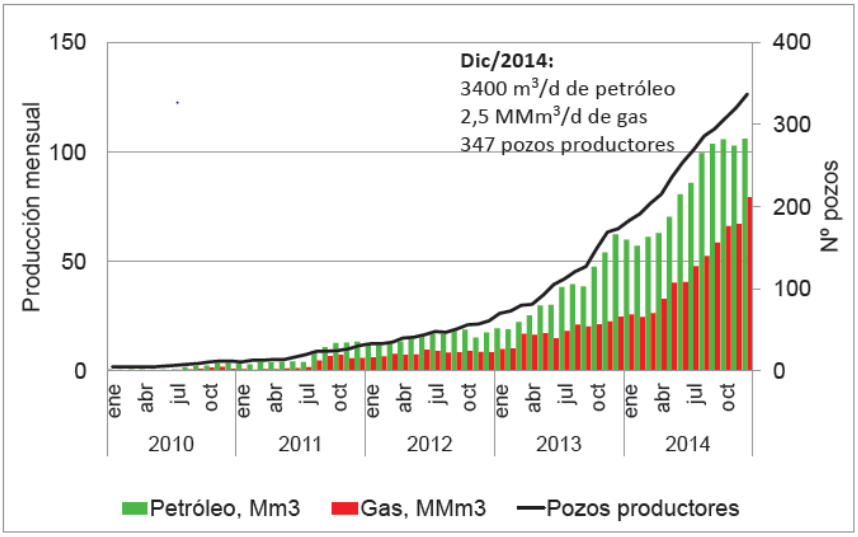
Regalías se mantienen en la alícuota del 12%, con la posibilidad de aumentar un 3% en la primera prórroga, hasta un tope del 18% para las siguientes extensiones. Inclusive, contempla la posibilidad de reducir en un 25% el monto que deban ingresar en concepto de regalías, dentro de los 3 primeros años de la entrada en vigencia de la nueva legislación. La reducción puede llegar al 50% en el caso de proyectos de recuperación terciaria, petróleos ultra pesados y off shore.

Las empresas aportarán en concepto de Responsabilidad Social Empresaria a las provincias productoras el 2,5% del monto inicial de inversión y el Estado Nacional aportará financiamiento para obras de infraestructura.

Las provincias y los municipios se comprometen a no introducir nuevos tributos ni aumentar los existentes.

En el siguiente gráfico (Gráfico N° 4) se puede observar el crecimiento de la extracción en el período 2010-2014.

Gráfico N° 4: Evolución de la extracción de petróleo y gas 2010 - 2014



Fuente: Subsecretaría de Energía, Minería e Hidrocarburos de la Provincia de Neuquén

Los deprimidos valores que el mercado internacional del petróleo registra desde finales del año 2014 desaceleró el ritmo en Vaca Muerta, a pesar de la vigencia de un precio interno, denominado "barril criollo", que intenta separar la actividad doméstica de las variaciones externas. Sin embargo, las tratativas entre los distintos participantes se mantuvieron, a la espera de una recuperación de las condiciones. Por un lado, se definió fomentar la extracción de gas no convencional con programas destinados a sostener el precio en boca de pozo a través de subsidios, con fuertes impactos en las tarifas que pagan los usuarios. Por el otro, en enero de 2017, a partir de un acuerdo entre el Poder Ejecutivo Nacional, el Gobierno de la Provincia del Neuquén, dirigentes sindicales y empresarios, se incorporó una adenda al convenio colectivo de trabajo de los trabajadores petroleros, con el argumento de aportar competitividad a la explotación no convencional y de esta manera reactivar las inversiones. Entre las modificaciones más relevantes, se incluye como modalidad general los contratos a término, se redimensionan las plantillas de personal, se cambian los esquemas de trabajo, se amplían las condiciones de operación nocturna y con viento, entre otras. Una de las correcciones más sensibles es la eliminación de las denominadas "horas taxi", que refiere al pago como tiempo trabajado al lapso en los que los trabajadores se trasladan a los pozos. A la vez, se acordó la eximición del 10% del salario bruto del impuesto a las Ganancias y un ordenamiento general que tiende a evitar que cada empresa imponga sus propias condiciones.

Si bien los referentes de los Sindicatos negaron una eventual flexibilización de las condiciones laborales, el pacto se percibe como un instrumento diseñado para reducir costos, ejecutado en el eslabón más delgado de la cadena.

En los tramos más potentes del negocio participan integrantes de gran envergadura. De acuerdo a un informe oficial emitido en 2017, el 57,6% de la superficie de la formación Vaca Muerta está controlada por tres operadoras, teniendo en cuenta la participación de cada una de ellas en las concesiones. YPF, individualmente, por intermedio de su subsidiaria Y-Sur y a través de asociaciones con otras compañías, posee un 32,61% del territorio; la empresa de origen francés Total cuenta con un 13,1%, mientras que en tercer lugar se ubica Pampa Energía, petrolera del Grupo Mindlin que, tras adquirir los activos de Petrobras, accedió a un 12,2% de la superficie de Vaca Muerta. En cuarto y quinto lugar se posicionan Pluspetrol, con un 8,22%, y Oilstone, con un 5,1%, respectivamente. El 28,8% restante se distribuye entre otras 12 compañías, tales como Exxon, Shell, Chevron, Pan American o Tecpetrol, del Grupo Techint (Subsecretaría de Energía, Minería, & Hidrocarburos de la Provincia del Neuquén,

2017). Precisamente, Tecpetrol anunció recientemente un millonario plan de inversiones hasta 2019 para desarrollar pozos de gas no convencional en Vaca Muerta, así como instalaciones de tratamiento y transporte del fluido.

Entre las empresas que prestan servicios a las operadoras en la zona se encuentran gigantes de la talla de Schlumberger, Halliburton o Skanska.

Consecuencias territoriales

El correlato de la intensificación de la actividad ha sido un mayor impacto en el territorio. Sintéticamente, resaltan los siguientes aspectos (Giuliani, 2016, pág. 615):

Concentración de la economía en torno a las actividades extractivas: a pesar de las oscilaciones del denominado "oro negro", la rentabilidad del negocio petrolero atrae el grueso de las inversiones, restando dinamismo al resto de los sectores productivos. Una de las características de la actividad hidrocarburífera es la baja demanda de mano de obra, por lo que en la Provincia del Neuquén, es el Estado el que cubre los requerimientos laborales a través del empleo público, que excede a la media nacional al rondar el 30%. La declinación de la extracción repercutió en las finanzas públicas neuquinas y convirtió al endeudamiento en una de las variables inherentes al modelo.

Desequilibrios salariales: las remuneraciones de los petroleros son superiores al promedio que perciben otros trabajadores. Esta circunstancia distorsiona los valores del mercado inmobiliario, así como los precios de los bienes y servicios en general, profundizando situaciones de desigualdad y desequilibrios en la sociedad. De acuerdo a un estudio generado en la Universidad Nacional del Comahue, el 47% de la población neuquina es de clase baja y la brecha entre el ingreso de una familia de clase baja y el de una perteneciente a los estratos superiores es de 40 veces (Micheli, E., 2015).

En Añelo, la localidad que se encuentra en el núcleo de la explotación no convencional, el déficit habitacional es una de las características más visibles. Esta es la causa por la que muchos de los docentes que trabajan en los establecimientos escolares locales no viven allí (se calcula que es el 90%), sino que se trasladan desde ciudades aledañas y en algunos casos deben recorrer más de 100 kilómetros para llegar a dar sus clases: viajan en colectivo, en autos particulares o frecuentemente a dedo, por la carga que representa el transporte público o el combustible en sus salarios.

Deserción escolar: Las diferencias salariales indudablemente se relacionan con la problemática de deserción escolar. Añelo presenta altos índices en cuanto a desgranamiento educativo en nivel medio, problemática en gran parte atribuible a las expectativas que genera en los jóvenes la posibilidad de ingresar en el mundo del petróleo. El único establecimiento secundario de la ciudad no prepara a los jóvenes para trabajar en la explotación de hidrocarburos por lo que muchos abandonan e intentan conseguir empleo en alguna de las compañías del sector. No todos consiguen ser contratados, no solamente debido a la disminución de la demanda por las oscilaciones del mercado, sino también porque las empresas suelen trasladar personal desde otras jurisdicciones o inclusive desde el exterior.

Desborde urbanístico: el crecimiento poblacional de Añelo y de las cercanías ha colapsado las instalaciones educativas, sanitarias e inclusive la infraestructura más básica, como las redes de agua, provisión de gas y cloacas, entre otras necesidades.

Riesgos de accidentes y vulnerabilidad laboral: como contrapartida de las mejores remuneraciones, los empleados petroleros enfrentan el desarraigo y la contingencia de accidentes, tanto en el desarrollo de las operaciones como en las saturadas rutas por las que circulan. Por otra parte, a menudo se exponen a delicadas situaciones como el

consumo de drogas, alcohol en exceso o juego. Escasean las propuestas artísticas o deportivas pero abundan los casinos y, aunque estén prohibidos los *cabarets*, suelen allanarse locales nocturnos a raíz de denuncias sobre la existencia de personas sometidas a explotación sexual, entre ellas menores. Las concentraciones de hombres solos con altos ingresos constituyen un blanco atractivo para las redes de trata.

Impacto ambiental: en torno a la fractura hidráulica, o *fracking*, existen múltiples interrogantes, que en determinados países han llevado a prohibirlo. Se trata de una técnica mixta: en primer lugar, se perfora en vertical y después en horizontal; se inyecta agua con arena y una serie de aditivos químicos a gran presión. Este procedimiento fractura la roca y hace que el hidrocarburo se libere y ascienda a la superficie a través del pozo; el proceso se repite a lo largo de la veta de la roca. Las críticas apuntan principalmente al uso intensivo de grandes volúmenes de agua y al peligro de contaminación de acuíferos o napas que atraviesan los pozos o al riesgo de que se produzcan sismos. Los organismos oficiales minimizan las consecuencias de su aplicación argumentando básicamente que no se trata de una práctica nueva, sino que ya ha sido utilizada en la extracción convencional. Se trata de un tema que merece un estudio más profundo, especializado, que tienda a resguardar el territorio.

Por otra parte, hay zonas especialmente vulnerables que no son debidamente resguardadas. Por ejemplo, dos de las concesiones de la empresa anglo – holandesa Shell, Águila Mora y Rincón de las Cenizas, se superponen con áreas protegidas y otra, denominada Sierras Blancas, se extiende sobre tierras de uso agrícola, interfiriendo con la actividad de los productores de la zona (Di Risio & Cabrera , 2014, pág. 38).

El rol del Estado

En el área energética de Argentina, al igual que en el resto de los rubros económicos en general, las operadoras actúan de acuerdo a la lógica de maximizar la rentabilidad del capital, sin que las consecuencias ocasionadas en el territorio proveedor de los recursos constituya un obstáculo en su desenvolvimiento.

El interrogante que surge es con relación al desempeño del Estado, que en este caso abarca a gestiones de diversas fuerzas políticas, tanto a nivel nacional como provincial.

Laval & Dardot (2013, pág. 286) aportan elementos para reflexionar sobre este tema. Señalan que en la sociedad neoliberal, el Estado desarrolla un rol de proveedor de infraestructura y apoyo logístico a los oligopolios y asume la responsabilidad "en lo que se refiere a atraer la implantación de dichos grandes oligopolios en el territorio nacional por él administrado." El neoliberalismo no promueve el retroceso del Estado, sino que busca la transformación de la acción pública en un ámbito regido por las reglas de la competencia y sometido a exigencias de eficacia propias de las empresas privadas. Se trata de un proceso desencadenado como efecto de la globalización, de la lógica de la competencia mundial.

En la lógica de transmitir a la acción del Estado los valores, prácticas y el propio funcionamiento de las empresas privadas, el concepto de *governance* es clave, en tanto permite reunir tres dimensiones del poder cada vez más entrelazadas: la conducción de las empresas, la de los Estados e inclusive, la del mundo. Como se puede observar en el ejemplo referido a la política energética argentina, los imperativos, las urgencias y aún las lógicas de las empresas privadas son las que definen "la agenda del Estado".

La idea de *governance* nos lleva a deducir que esto no significa que las firmas multinacionales pretendan el deterioro del Estado ni que el Estado sea su instrumento, sino que las políticas son producto de decisiones compartidas entre actores públicos y privados, mientras que el Estado conserva cierta autonomía en otros dominios, autonomía sujeta sin embargo a "la existencia de poderes supranacionales". Por esta razón, desde el punto de vista teórico, la categoría de *governance* es pertinente para pensar y analizar las prácticas del Estado en

el período actual, sustituyendo otras categorías, en primer lugar, la de "soberanía", en tanto la legitimidad del Estado no descansa ya en la soberanía popular, sino en su efectividad (pág. 280) .

El concepto de *governance* es central y constituye la característica distintiva del neoliberalismo: induce a alejarse de la concepción generalizada de presentar al neoliberalismo como un retorno al liberalismo clásico, aquel que se consolida en el Siglo XVIII. No solamente porque la paulatina y constante concentración de las economías industrializadas dificulta sostener los principios fundacionales de libre competencia, de atomización de agentes individuales guiados por la mano invisible del mercado, sino también -y especialmente- porque el neoliberalismo introduce una distancia e inclusive una ruptura epistemológica con la versión del liberalismo original, al emprender una revisión profunda de la doctrina del *laissez faire* y con ella, la de la propia acción estatal (pág. 24). En los postulados del neoliberalismo, ya no se trata de impugnar la intervención del Estado, sino de sustituir la dicotomía intervención / no intervención por el planteo acerca de la naturaleza de la intervención. El propio von Hayek, en su texto pionero de 1944, *Camino de servidumbre*, afirma que cuestionar si el Estado debe o no actuar es desplazar el eje sustancial. Para el ideólogo del neoliberalismo el principio del *laissez faire* es demasiado ambiguo y lo que importa es el carácter de la actividad del gobierno, no su volumen (pág. 158).

El neoliberalismo más que una ideología o una política económica es una "racionalidad" que tiende a configurar no solamente la acción de los gobernantes sino también la conducta de los sujetos. Y un rasgo central de la racionalidad neoliberal es la generalización de la competencia como norma de conducta y de la empresa como modelo de subjetivación.

Conclusiones

Con el propósito de avanzar en la sustitución de las costosas importaciones de combustibles que profundizan la clásica restricción de la Balanza de Pagos de Argentina, se apostó al avance sobre los recursos no convencionales y en especial sobre la formación Vaca Muerta en la Cuenca Neuquina, con un alto impacto en el territorio. Ante la dificultad de obtener el financiamiento necesario y en un marco de declinación proveniente de la desregulación neoliberal de los 90, se instrumentaron incentivos para estimular la oferta por parte de las operadoras, que incluyen la posibilidad de exportar hidrocarburos sin retenciones al cabo del quinto año de los proyectos o de disponer libremente de la totalidad de las divisas obtenidas en la exportación.

La Ley 26.741 del año 2012, que expropió a Repsol el 51% de las acciones de YPF, otorgó al Estado la facultad de orientar la política energética hacia la soberanía hidrocarburífera. El contrato con Chevron celebrado al año siguiente, la reforma de la Ley Nacional de Hidrocarburos, así como las medidas tomadas por la gestión que gobierna el país desde 2015 se apartan de la dirección enunciada, en tanto garantizan ventajas tendientes a la maximización de beneficios de los operadores del mercado, sin contemplar resguardo territorial alguno.

De esta manera, elementos constitutivos del orden político superior en los Estados Nacionales se han convertido en meros dispositivos de la *governance.* En el caso planteado, son las leyes, decretos o modificaciones a la normativa, sancionados en nombre del autoabastecimiento y de la soberanía energética, los que ratifican y habilitan los objetivos de las corporaciones multinacionales.

Es importante que el diseño de una política en materia de hidrocarburos se lleve a cabo teniendo en cuenta que se trata del manejo de recursos estratégicos para el desarrollo nacional.

Bibliografía

Braun , O., & Joy, L. (1981). Un modelo de estancamiento económico, estudio de caso sobre la economía argentina. *Desarrollo Económico*, 585-604.

Di Risio , D., & Cabrera , F. (mayo de 2014). *Fracturando Límites*. Obtenido de Observatorio Petrolero Sur: http://www.opsur.org.ar/blog/wp-content/uploads/2014/11/23-foee-shale-gas-argentina-spanish-lr.pdf

Di Sbroiavacca, N. (2015). Shale Oil y Shale Gas en Argentina. Estado de situación y prospectiva. *Cuadernos de Investigación. Serie Economía*, 142-168.

Diamand, M. (1973). *Doctrinas económicas, desarrollo e independencia.* Buenos Aires: Paidós.

Giuliani, A. (2013). *Gas y Petróleo en la Provincia del Neuquén.* Neuquén: Educo.

Giuliani, A. (2016). La Planificación como herramienta orientadora del desarrollo. El caso de la Provincia de Neuquén y la explotación de Vaca Muerta. En C. La Serna, *Estado, Política Püblica y Acción Colectiva* (págs. 611-622). Córdoba: Libros del IIFAP. Universidad Nacional de Córdoba.

Giuliani, A., Fernández, N., Hollmann, A., & Ricotta Nicolás. (2016). La explotación de Vaca Muerta y su impacto socioeconómico en la Provincia del Neuquén. El caso de Añelo. *Ciencias Administrativas - Año 4 - N° 7*, 3-19.

Laval, C., & Dardot, P. (2013). *La Nueva Razón del Mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.

Micheli, E. (2015). *Los estratos sociales en Neuquén según los niveles de ingreso de las familias.* Neuquén: UNCo.

Riavitz, L., Zambon, H., & Giuliani, A. (2015). La matriz energética argentina y la restricción externa. *Cuadernos de Investigación*, 110-141.

Subsecretaría de Energía, Minería, & Hidrocarburos de la Provincia del Neuquén. (2017). *Superficie por operador en áreas concesionadas en la Provincia del Neuquén.* Neuquén: inédito.

Sitios web

Instituto Nacional de Estadística y Censos - http://www.indec.gob.ar/

Subsecretaría de Minería e Hidrocarburos de la Provincia de Neuquén - www.energianeuquen.gov.ar

DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE MEJORA PARA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTOS AMAZONICOS

Alexandra Forero Mendoza, Leidy Johanna Ortiz Agudelo

1. INTRODUCCIÓN

El análisis estratégico empresarial busca controlar los ambientes, medios y recursos con los cuales cuenta una empresa en su entorno, con la intensión de hacer eficiente la gestión y optimizar aquellos procesos que estabilizan su capacidad financiera; siendo esta el resultado de la ejecución de diferentes planes establecidos de manera estratégica en busca del fin cronológicamente orientado al éxito empresarial, sectorial y nacional. De ahí que el presente estudio se enfoque en realizar un diagnóstico a la empresa caqueteña MUKATRI dedicada a la industrialización y comercialización de frutos amazónicos procesados, el cual sirve de base para proyectar un plan estratégico en busca de las mejores opciones de negocio, tomando como referencia los aportes de autores como Serna (2003), Adles (2014), Bahamón (2007), Hijar (2015), entre otros, por sus aportes al tema de la planeación estratégica organizacional.

En el capítulo de marco teórico y metodología se describe el uso de recursos económicos que provee la región del Caquetá, con el objetivo de determinar la gestión financiera de la empresa MUKATRI frente a permanencia en el mercado, la generación de empleo, la producción, así como el uso de información contable, determinación de fuentes de financiamiento y políticas de inversión. Complementariamente se presenta la metodología de la investigación, que es de tipo descriptivo, de corte cualitativo y cuantitativo a raíz del análisis de información financiera y de los resultados de la encuesta estructurada aplicada a los directivos de la empresa MUKATRI.

Así mismo se exponen los resultados integrando los hallazgos de la información endógena y exógena como base para la formulación de estrategias. Finalmente, en las conclusiones se da cuenta del cumplimiento del objetivo principal formulando estrategias contextualizadas para garantizar la viabilidad de la empresa MUKATRI en su target objetivo.

Es así, que la pregunta de investigación planteada fue: ¿Cuál es la situación actual de la empresa MUKATRI, medida desde los factores críticos de desempeño y que elementos estratégicos de propuesta han de mejorar su condición?

2. MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

2.1 Marco teórico

2.1.1 La planeación estratégica empresarial

A través de la historia, el hombre ha tenido la inquietud de conocer el futuro con la intención de minimizar los riesgos que puedan generar las decisiones a tomar a nivel personal y empresarial; creciendo cada día la preocupación a nivel administrativo y económico. Al respecto plantea Echeverría (2000) que a pesar de que "l*a confianza será un elemento clave en la construcción de la empresa del futuro*", con frecuencia las empresas no utilizan sus informes contables y financieros como base para la toma de decisiones apoyadas en proyecciones e indicadores financieros.

En tal sentido la administración financiera aporta información para la toma de decisiones tendiente a controlar los ambientes, medios y recursos de la empresa, en procura de optimizar su gestión y los procesos para mejorar su capacidad financiera; siendo esta el resultado de la ejecución de diferentes planes estratégicos, en busca del fin establecido de manera cronológica rumbo al éxito (Purcell, 1983).

Para ello, la humanidad ha buscado diferentes métodos, y uno de los más novedosos es el planteado por Porter (1979), con última publicación en el año 2002, donde expuso el Modelo de las Cinco Fuerzas que lleva su nombre y que se ha convertido en una herramienta básica para cualquier estudiante de administración.

Según este esquema, el éxito gerencial depende no sólo de los competidores directos, sino también de la existencia de sustitutos, de los competidores potenciales, de la fuerza de clientes y proveedores, y del juego de las barreras de entrada y de salida; y se potencializa por la correcta toma de decisiones basada en información financiera (Rosenberg, 1999; O'Higgins, R., 2009). Más recientemente Porter (2002) desarrolló una nueva teoría que ha guiado la política económica en muchas partes del mundo sobre cómo compiten las naciones, y demás entidades territoriales de carácter público.

También se debe tener en cuenta a Kaplan & Norton (2004), a Bahamón (2007) y a Hijar (2015) quienes plantean que a la hora de tomar decisiones en el mundo de los negocios, es fundamental determinar correctamente las consecuencias de las acciones adoptadas, considerando el posicionamiento de la empresa respecto a su entorno.

Dicho planeamiento se refrenda con la importancia del análisis DOFA del entorno endógeno y exógeno de las empresas como criterio de planificación estratégica (Serna, 2003; Bahamón, 2007).

Bajo dicha orientación gerencial la planificación para el éxito empresarial representa una base sólida integrada por los mejores elementos de que dispone la organización para alcanzar los objetivos estratégicos integrando las características intrínsecas (o variables endógenas) y extrínsecas (o variables exógenas) de la empresa, comenzando por las personas que van a conformar el emprendimiento (Arteaga, 2014). Su articulación es fundamental para el ejercicio gerencial y la toma de decisiones financieras (Adles, 2014; Hijar, 2015).

2.2 Metodología

El estudio planteado es de carácter descriptivo, por cuanto "*pretende es identificar y describir los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado"* (Martínez, 2006), permitiendo especificar las condiciones para el manejo financiero y uso de los sistemas de información al interior de la empresa objeto de estudio.

Para realizar la investigación se abordaron dos fases principales: la primera es la recolección de información, para ello se aplicó una encuesta estructurada con ocho preguntas a los directivos de la empresa a partir de cuatro variables: características principales, generación y uso de información, fuentes de financiamiento, políticas para el control y la toma de decisiones. Ésta se validó mediante una prueba piloto, recurriendo a un grupo focal de personas (Martínez, 2006). Complementario a la recolección de información interna de la empresa que permitió determinar los factores endógenos que consolidan fortalezas y debilidades organizaciones; se indagó sobre los factores exógenos sectoriales que determinan oportunidades y amenazas para el direccionamiento y operacionalización de decisiones estratégicas en la empresa MUKATRI.

En una segunda fase la información fue sistematizada, compilada y avaluada a través de diferentes matrices de análisis, las cuales llevaron a definir estrategias y lineamientos indispensables para optimizar la gestión administrativa(Rodríguez & Cardona, 2013).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

3.1.1 Aspectos generales de la organización.

MUKATRI, es una empresa asociativa de trabajo, donde el material humano es la principal razón de ser, así generando una alternativa de trabajo lícito a los cultivadores de la región amazónica caqueteña, y desde su creación en el año 2006, se ha orientado en ser la más importante organización de

transformación y comercialización de frutos amazónicos como el arazá, copoazú y cocona de Colombia (Arellanos, 2015).

MUKATRI, busca prolongar su existencia en el mercado, mediante la transformación de frutos amazónicos, en productos tales como mermeladas, salsas picantes y agridulces, al igual que galletas de Arazá, así como confetis de Copoazú y Cocona entre otros, buscando el aprovechamiento de los productos que brinda la región amazónica, con esto generando empleo legal, en pro de mejorar la calidad de vida de los cultivadores (campesinos), mediante la comercialización de los productos ya antes mencionados (Arellanos, 2015).

3.1.2 Análisis externo

Formulación y análisis de la matriz de evaluación de factores externos o perfil de oportunidades y amenazas (MEFE o POAM).

MUKATRI, es una empresa con proyección internacional, por ello es visible y atractiva a nivel mundial, ya que de su actividad comercial, utiliza como bandera institucional, el hecho de ser una empresa asociativa de trabajo (EAT) (Reboyedo, 1999), en pro del mejoramiento de nivel de vida de los habitantes de la región amazónica, mediante el aumento del ingreso per cápita de la población menos favorecida de la región.

Para lograr los objetivos organizacionales, en MUKATRI se han formulado y puesto en marcha continuos planes de mejoramiento, para los cuales ha sido fundamental el diagnóstico del ambiente interno y externo de la empresa, con la utilización de herramientas de planeación estratégica de pequeñas empresas, las cuales, según Rodríguez (2001) facilitan la identificación de debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, para proyectar estrategias encaminadas a maximizar las oportunidades y minimizar el impacto de los riesgos en el cumplimiento de su planeación misional y visional.

De ahí la importancia de conocer los factores del ambiente externo e interno, básicos para el direccionamiento estratégico, los cuales se desarrollan en las tablas 1 y 2 (respectivamente), tomando en cuenta el impacto de los factores del ambiente externo en el caso del ambiente externo (Tabla 1), y el peso ponderado de las fortalezas y debilidades que a nivel endógeno (Tabla 2) determinan la formulación de estrategias.

Tabla 1. Matriz perfil oportunidades y amenazas

FACTORES	**GRADO**		**IMPACTO**
	AMENAZA	**OPORTUNIDAD**	

	Alto	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**
TECNOLOGICO									
Automatización de los procesos favorece producción y nivel de vida de los habitantes de la región	X				X		X		
Nueva Maquinaria, estimula producción				X				X	
Correo Electrónico, Dinamización del mercado	X			X			X		
Avances tecnológicos en refrigeración Disminuye costos				X			X		
Nuevo sistema de comunicación, mejor comunicación empresarial			X	X			X		
Comercio electrónico Disminuye costo de venta	X			X			X		
ECONOMICO									
Tasa de cambio , influiría en las ganancias	X			X			X		
Inflación afecta ventas	X						X		
Ingreso per cápita, determina el volumen de ventas	X			X			X		
Índice de desempleo determina el consumo	X						X		
Costo transporte, determina el precio producto	X						X		
POLITICO									
Aumento se salario mínimo mejora rentabilidad				X			X		
Preferencia arancelaria favorecen en el futuro				X			X		
Tratados de libre comercio incentiva las exportaciones	x			X			X		
Inseguridad afecta producción y distribución	X			X			X		
Apoyo gubernamental puede apoyar la producción y exportación				X				X	
Regulación del gobierno para mejorar calidad		X					X		

SOCIAL										
Conflicto Social afecta a Mukatri	X						X			
Seguridad ciudadana incentiva el turismo	-			X			X			
Educación estimula el consumo				X				X		
Cultura de protección ambiental, extiende vida empresarial de Mukatri	X			X			X			
Socio-cultural, condiciona el consumo de producto				X			X			
GEOGRAFICO										
Ubicación Estratégica para Mukatri	X			X				X		
El clima condiciona la producción		X			X		X			
Vías de acceso, dificultad para la producción	X						X			
Topografía favorece cultivos				X			X			
Recursos naturales de la región favorecen a Mukatri				X			X			

Fuente: (Ortiz, 2014)

Los factores tecnológico, económico, político, social y geográfico de la matriz perfil de oportunidades y amenazas presentan en su mayoría un impacto alto en la empresa MUKATRI, de ahí que hayan sido considerados en la formulación de estrategias y del plan estratégico presentados más adelante en las Tablas 5 y 6 respectivamente.

Formulación y análisis de la matriz del perfil competitivo.

Tabla 2. Matriz perfil competitivo

	MUKATRI es Caquetá…	**AMAZONIA FRUITS**

FORTALEZAS	**Peso**	**Calificación**	**Peso Ponderado**	**Calificación**	**Peso Ponderado**
Imagen corporativa, responsabilidad social	0,2	4	0,8	3	0,6
Apoyo de inversionistas	0,20	4	0,8	1	0,2
Sistema toma de Decisiones	0,1	3	0,3	2	0,2
Adecuado Control de Calidad	0,30	4	1,2	3	0,9
TOTAL	**1,00**		**3,9**		**2,7**
DEBILIDADES					
Gestión de la cartera	0,25	1	0,25	2	0,5
Habilidad de competir con precios	0,20	2	0,4	2	0,4
Capacidad de innovación	0,20	2	0,4	1	0,2
Acceso a capital cuando lo requiera	0,15	2	0,3	2	0,3
Flexibilidad de la producción	0,2	2	0,4	2	0,4
TOTAL	**1,00**		**1,75**		**1,8**
OPORTUNIDADES					
Crecimiento de demanda	0,30	4	1,20	2	0,60
Valor agregado del producto	0,20	4	0,80	2	0,40
participación en el mercado	0,30	4	1,20	2	0,60
uso de los planes y análisis estratégicos	0,20	4	0,80	2	0,40
TOTAL	**1,00**		**4,00**		**2,00**
AMENAZAS					
Aumento de competencia en la ciudad	0,10	3	0,3	3	0,3
Liquidez, disponibilidad de fondos internos	0,35	0,7	1,05	3	1,05
Orden publico	0,35	2	0,7	2	0,7
vías de acceso	0,20	2	0,4	2	0,4
TOTAL	**1,00**		**2,45**		**2,45**

Fuente: (Ortiz, 2014)

Mediante el análisis de las cuatro fuerzas de Porter (2002), los resultados evidencian una ventaja positiva para MUKATRI en cuanto a las fortalezas, pues el total de esas variables suma 3,9 para la empresa y 2,7 para AMAZONIAN FRUIT´S, también el resultado arrojado de la calificación, suma un puntaje menor en cuanto las debilidades para MUKATRI, lo cual aventaja a la empresa, pues el resultado de MUKATRI es 1,75 y el de la competencia directa local es de 1,8, presentando así una menor debilidad que la competencia, de acuerdo a las variables tenidas en cuenta.

Es importante tener claro que las oportunidades presentadas, aventajan a MUKATRI con 4,0, mientras que AMAZONIAN FRUIT´S obtiene 2,0 puntos, de la misma forma en cuanto a las amenazas, se puede detallar como la calificación obtenida por las dos empresa tiene como resultado la misma calificación, lo que como resultado del ejercicio de realización del análisis de las cuatro fuerzas de Porter, la empresa MUKATRI, tiene ventaja sobre la competencia directa local.

3.1.3 Análisis interno

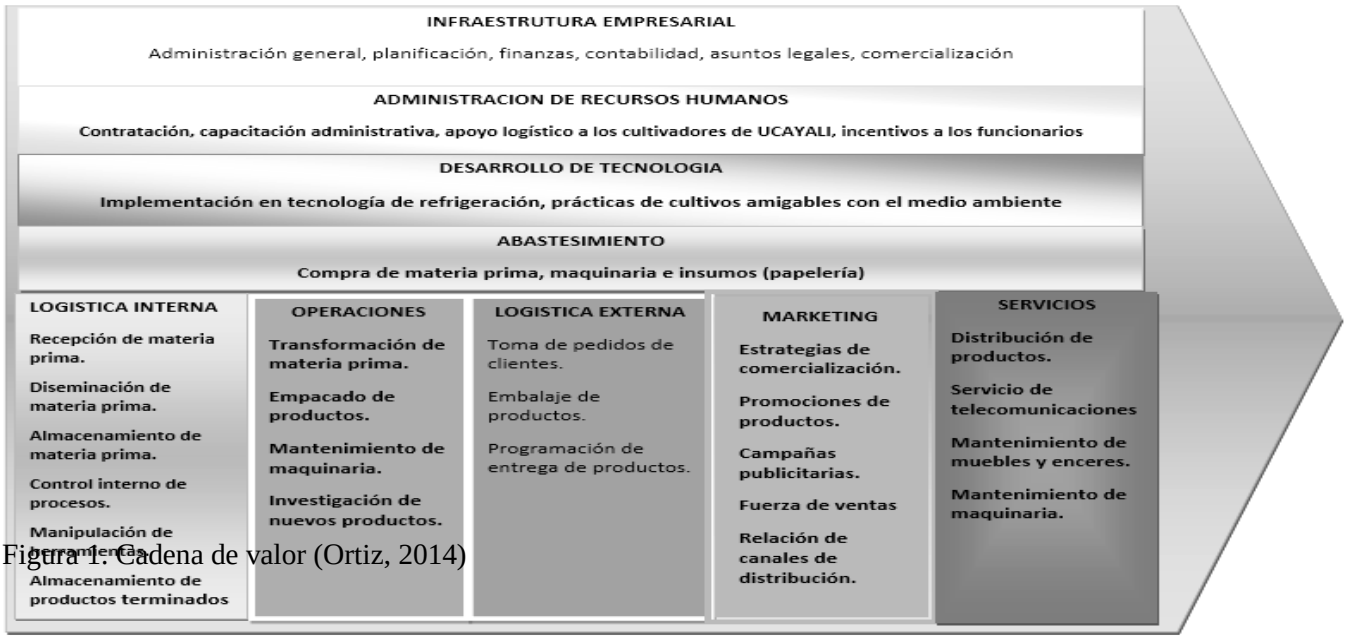


Figura 1. Cadena de valor (Ortiz, 2014)

MUKATRI, ha tenido un proceso de producción artesanal, por ende la estandarización de sus productos ha sido lento, pero a partir de la inversión recibida, esta ha entrado en un sin número de ajustes los cuales van desde la capacitación del personal de producción, hasta el personal administrativo. También se evidencian cambios organizacionales encaminados a satisfacer las necesidades de los clientes, utilizando un sistema de estandarización de los productos con el cual se da cumplimiento a los requerimientos legales que estipula cada uno de los países focalizados como objetivo para la exportación, como lo muestra el Figura 1 (Cadena de valor).

Formulación y análisis de la Matriz PCI o MEFI.

Esta grafica siguiente permite conocer la importancia de las actividades y procesos que se realizan dentro de MUKATRI, con la intensión de identificar las debilidades y fortalezas, para poder mejorar las debilidades y fortalecerse en los aciertos, como aparece en la tabla 3.

Tabla 3. Análisis de la matriz del perfil competitivo.

DIAGNOSTICO INTERNO P.C.I									
	FORTALEZA			**DEBILIDAD**			**IMPACTO**		
CAPACIDAD DIRECTIVA	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**	**Alto**	**Medio**	**Bajo**
Imagen corporativa, responsabilidad social	X						X		
Uso de los planes estratégicos. Análisis estratégico	X						X		
Comunicación y control gerencial	X						X		
Habilidad para atraer y retener gente altamente creativa	X						X		
Agresividad para mejorar la competencia		X						X	
sistema de toma de decisiones	X						X		
CAPACIDAD TECNOLOGICA									
Habilidad técnica y de manufactura	X						X		
capacidad de innovación						X		X	
efectividad de la producción y programas de entrega	X						X		
valor agregado del producto	X						X		
flexibilidad de la producción			X				X		
CAPACIDAD COMPETITIVA									
Fuerza de producto, calidad y exclusividad	x						X		
Participación del mercado		x						X	
Bajos costos de distribución y ventas	X						X		

Inversión del L&D para el desarrollo de nuevos productos		X			X
Ventaja sacada del potencial del crecimiento del mercado	X			X	
CAPACIDAD FINANCIERA					
Acceso a capital cuando lo sugiera			X	X	
Grado de utilización de su capacidad de endeudamiento	X			X	
Liquidez, disponibilidad de fondos internos	X			X	
Habilidad para competir con precios			X		X
Estabilidad de costos	X				X

Fuente: (Ortiz, Forero, & Álvarez, 2016)

A continuación se presenta un análisis detallado de la matriz PCI (Tabla 3), el cual lleva al administrador a realizar un juicio objetivo de las capacidades que componen el ambiente externo, reflejado en el grado de importancia señalado para cada capacidad (directiva, tecnológica, competitiva, financiera), el cual es valorado como fortaleza o debilidad para determinar el nivel de impacto que representa.

Factor de capacidad directiva.

En MUKATRI, la capacidad directiva es una de sus fortaleza, pues la empresa organiza y ejecuta planes de manera estratégica, para de esta manera obtener dividendos importantes de diferentes maneras.

Factor de capacidad competitividad.

En MUKATRI, en la actualidad la competencia es poca, pero de alto impacto, dado su ejercicio empresarial y tamaño del mercado a nivel local, pues este es reducido, lo cual requiere atención especial por parte de la empresa, para dirigir de manera estratégica la intensión de conquistar diferentes sectores del mercado regional y nacional, convirtiendo esto en una excelente oportunidad para promocionar sus productos, con el fin de establecerse en todos los segmentos que se propongan conquistar.

Factor de capacidad financiera.

La historia de MUKATRI, ha presentado el factor financiero como una de las mayores falencias en el pasado, pero en la actualidad se ha corregido esta falencia, convirtiéndola en una de sus grandes fortalezas. Esto se ha logrado a través de maniobras de negociación que han permitido conseguir inversionistas extranjeros para solventar financieramente la empresa. La nueva posición ha permitido

desarrollar estrategias de penetración a nuevos mercados nacionales e internacionales, así como la especialización del producto para la satisfacción de necesidades específicas de su mercado objetivo.

Factor de capacidad tecnológico.

MUKATRI a través de la historia, siempre ha contado con una mayor capacidad de producción que la demanda, esto le ha permitido cumplir a cabalidad con sus compromisos de distribución, hoy la empresa, al recibir apoyo de diferentes inversionistas, decide invertir nuevamente en tecnología de mayor capacidad, con la intención de suplir lo demandado por los nuevos mercados a los cuales apunta sus objetivos, reconociendo una fortaleza, en la capacidad tecnológica de producción.

Análisis estratégico. (Matriz DOFA)

Tabla 4. Matriz DOFA

OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
Imagen Corporativa, Responsabilidad social, sus productos son parte de la imagen representativa de la región	Competencia frente a productos similares ofertados existentes en el mercado.
Posición de liderazgo en el mercado	Disminución del turismo en la región, por la violencia generadora de estigmatización al departamento del Caquetá.
La materia prima utilizada es un recurso autóctono de la región	Cambios en las necesidades y gustos de los clientes
Uso planes y análisis estratégicos, para alcanzar el crecimiento proyectado a nivel regional, nacional e internacional.	
Exclusividad del producto a nivel nacional.	
Crecimiento por medio de la inyección de capital dada por inversionistas	
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
Habilidad de atraer y retener gente altamente creativa.	Competencia de precio.
Agresividad para manejar la competencia.	La Infraestructura del punto de venta, carece de comodidades y condiciones ambientales agradables para la comercialización de sus productos.
Efectividad de la producción y programas de entrega.	Los objetivos estratégicos no están lineados en la misión ni la misión.
El valor agregado al producto, es la finalidad social de la empresa, con lo cual se ha fortalecido económicamente.	Escaso hábito de consumo a nivel regional.
Utilización de materia prima autóctona de la región.	
La empresa tiene una estructura organizativa flexible	
Personal altamente calificado y comprometido con la empresa.	

Capacidad de promoción, distribución y publicidad de los productos.	

Fuente: (Ortiz, Forero, & Álvarez, 2016)

DOFA es el acrónimo de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. La integración de factores de la matriz provee un marco de referencia para proyectar

	O: OPORTUNIDADES	A: AMENAZAS
ANALISIS DOFA	Imagen Corporativa, Responsabilidad social, productos parte de la imagen representativa de la región. Posición de liderazgo en el mercado. La materia prima utilizada es un recurso autóctono de la región. Uso planes y análisis estratégicos para alcanzar el crecimiento proyectado a nivel regional, nacional e internacional. Renovación de la imagen de los productos Crecimiento, inyección de capital por inversionistas.	Competencia con productos similares que ofrece la competencia. Disminución del turismo en la región, por la violencia generadora de estigmatización al departamento del Caquetá. Cambios en las necesidades y gustos de los clientes.
F: FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS FA**
Habilidad de atraer y retener gente altamente creativa. Agresividad para manejar la competencia. Efectividad de producción y entrega. Valor agregado al producto, finalidad social Materia prima autóctona de la región. Estructura organizativa flexible. Personal calificado y comprometido Capacidad de promoción, distribución y publicidad de los productos.	Asociación de inversionistas para ampliar la capacidad de producción (O6-F4) Creación de nuevos productos, buscando el consumo masivo de estos, aprovechando la exclusividad de la materia prima. (O5-F5) Aumentar los ingresos por ventas, buscando la satisfacción del cliente mediante la estandarización de los productos. (O4-F7) Marcar diferencia en el mercado, mediante la utilización de la finalidad social como valor agregado a la empresa y a cada uno de sus productos. (O2-F2)	Establecer la necesidad y generar la modificación de los gustos de los clientes mediante la utilización de paquetes publicitarios. (A3- F8). Presentar diferentes productos, más atractivos y a menor precio. (A1-F5) Crear alianzas estratégicas con entidades gubernamentales para fomentar la imagen positiva de la empresa y del departamento, desde el aprovechamiento del turismo ecológico como generador de ingresos per cápita de la población y para la empresa. (A2-F4)
D: DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS DO**	**ESTRATEGIAS DA**
Competencia de precio. La Infraestructura del punto de venta, carece de comodidades y condiciones ambientales agradables para la	Renovación de los objetivos planificados en la misión y la visión empresarial estratégicamente, mediante el uso de planes y análisis estratégicos, para alcanzar el crecimiento proyectado a nivel	Buscar nuevos mercados que aumenten los ingresos, mediante la economía de escala que favorece el aumento de producción y la disminución de costos de fabricación. (A1-D1).

comercialización de sus productos. Los objetivos estratégicos no están lineados en la misión ni la visión. Escaso hábito de consumo a nivel regional.	regional, nacional e internacional. (O4-D3). Promocionar las bondades nutricionales de la materia prima en los productos, con la intensión de potenciar el consumo a nivel local. (O3-D4). Aumentar producción a escala aprovechando la tecnología de punta disponible. (O6-D1).	Generar la necesidad en el mercado, mediante promociones y fortalecimiento de la imagen regional, con la disminución de costos de producción, para disminuir precio público. (A3-D1).

diferentes tipos de estrategias (Chapman, 2004). En el caso particular de MUKATRI, estas estrategias están dirigidas a la penetración en nuevos mercados nacionales y extranjeros, así como la especialización del producto para focalizar las necesidades específicas y exigencias normativas de los mercados a los cuales se pretende llegar, tal como se presenta en las Tablas 4 y 5.

Tabla 5. Formulación de estrategias.

Fuente: (Ortiz, Forero, & Álvarez, 2016)

Formulación del plan estratégico

Tabla 6. Matriz objetivos estratégicos

PROBLEMA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	TIEMPO
Baja cobertura en mercados locales, nacionales e internacionales que limita poner en total funcionamiento la capacidad instalada de la empresa. (E2-E3-E6)	Comercializar los productos ofertados por la empresa para lograr llegar a mercados nuevos de manera competitiva.	Promocionando el producto en diferentes lugares y realizando alianzas estratégicas, para tener puntos de venta a bajo costo.	Lograr que los aliados sean tenderos de barrio en las principales ciudades a nivel nacional.	Las áreas de mercadeo y marketing de la empresa.	Meta trazada para llevar a cabo como tiempo limite el segundo semestre del año 2017.
		Poner en marcha la totalidad de la maquinaria adquirida con la inversión recibida de	Escalonar los tiempos laborales de los funcionarios, para dar mayor tiempo de trabajo a la maquinaria.	Jefe del área de producción.	Meta trazada para finales del segundo semestre del 2018.

		parte de los inversionistas.			
		Optimización de procesos de producción.	Elaborar planes de trabajo, esquematizando tiempos en base a los resultados a obtener.	Jefe de área de producción.	Meta trazada para finales del segundo semestre del 2018.
Bajo ingreso per cápita de parte de la población cultivadora menos favorecida de la región amazónica caqueteña. (E4-E9)	Promocionar la finalidad social, buscando elevar el ingreso per cápita de los cultivadores menos favorecidos de la región amazónica caqueteña.	Utilizando diferentes medios de comunicación y participando en eventos donde se llegue a diversos públicos, tales como inversionistas, ONG y fondos de inversión internacional.	Presentar las necesidades existentes en la región al público interesado y que tenga la capacidad de apoyar estos fines.	Alta gerencia de la empresa	Meta trazada a partir del segundo semestre del 2018.
			Elaborar un diagnóstico de conocimientos de la población objetivo.	Ingeniero agrónomo para acompañamiento técnico por parte de la empresa a UCAYALI.	Meta trazada a partir del segundo semestre del 2018.
			Capacitando a la población de cultivadores menos favorecidos de la región, para que el impacto recibido tras su mejoramiento de vida produzca estabilidad social.	Profesionales externos tales como psicólogos, y catalizadores de impacto social (ICAT´)	Meta trazada a partir del segundo semestre del 2018.
Normatividad existente en los nuevos clientes a nivel internacional. (E2-E11)	Cumplir con las exigencias presentadas por los nuevos clientes a nivel internacional, ya que cada uno tiene normatividad diferente, lo	Desarrollar o ajustar las diferentes recetas a las exigencias legales del estado de cada cliente.	Realizar estudios para no modificar el producto en su esencia básica.	Ingeniero de alimentos del área de producción.	Meta trazada a partir del segundo semestre del 2018.
		Rediseñar los empaques de	Ajustarse a las normas de	Ingeniero químico del	Meta trazada para llevar a cabo

	cual parametriza e ingreso del producto a su región.	los productos para hacerlos más resistentes al proceso de transporte.	conservación de la calidad del producto de cada cliente.	área de producción de la empresa y el área de mercadeo y marketing.	como tiempo limite el primer semestre del año 2018.

Fuente: (Ortiz, Forero, & Álvarez, 2016)

3.2 Discusión de resultados

El ejercicio de la vida empresarial de MUKATRI, es una muestra de cómo se convierten las debilidades en fortalezas, que incluso aplica para entidades públicas según lo afirma Bahamón (2007). Este direccionamiento permitió que la empresa se fortaleciera económicamente, con ello mejorando su producción que durante el proceso se convirtió en su sustento diario.

El fortalecimiento institucional ha permitido que MUKATRI logre aumentar el consumo de frutos amazónicos, los cuales son la materia prima de sus productos y de esta forma se ha aumentado paulatinamente el ingreso per cápita de los cultivadores, el cual es el fin social con la región, con la intensión de erradicar los cultivos ilícitos, aportando su grano de arena a la paz tan deseada en la región. Sin embargo, se debe mejorar la penetración en nuevos mercados para lograr incrementar la utilización de la capacidad instalada de la empresa, teniendo en cuenta la producción a escala y la estandarización de productos para incrementar los clientes actuales y potenciales, aprovechando la disponibilidad tecnológica que existe y el posicionamiento financiero alcanzado por la empresa con el apalancamiento de inversionistas extranjeros.

Para el desarrollo empresarial adecuado, MUKATRI se vio en la necesidad de capacitar al campesino cultivador de materia prima con el fin de lograr un producto final ecológico, consecuente con los estándares de calidad y normatividad técnica que la empresa maneja y que le caracterizan como productora y comercializadora de frutos amazónicos. La capacitación ha incluido todas las personas involucradas en la cadena productiva para poder mantener los estándares de calidad de los productos.

Por parte de los proveedores, la adquisición de materia prima esta estratégicamente acordada con una ONG llamada UCAYALI, la cual aglomera buena cantidad de cultivadores de la región amazónica caqueteña, los cuales están debidamente capacitados e instruidos para proveer frutos de tiempo ideal de cosecha y recolección, lo que fortalece a la empresa pues la materia prima desde su recolección está garantizando un estándar de calidad de los productos terminados, no solo por su recolección en el momento indicado y requerido, sino también desde la utilización de prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente, donde no son utilizados químicos o vermífugos que hagan daño colateral al medio en

el cual se realiza la actividad comercial. Esta alianza estratégica consolida una verdadera ventaja competitiva estratégica en términos de Bateman & Scott (2001) y Martos (2013).

Por parte de los funcionarios de producción a nivel operario, se capacita al personal para el manejo de las temperaturas de las marmitas, tiempos y demás acciones inherentes a su función en la fase de producción, a los mandos medios administrativos, se les capacito en el tipo de contabilidad y control que la naturaleza de la empresa necesita para optimizar sus ganancias.

Por último el personal de áreas administrativas de alto nivel como gerencias de departamentos y gerencia general, realiza de manera continua el ejercicio de capacitación, pues las nuevas tendencias y requerimientos de los mercados en los cuales realizan exploración constantemente así lo exigen, ya que MUKATRI, es una empresa con crecimiento acelerado, con vinculación de distintos entes inversionistas, que requieren de una alta rentabilidad a corto plazo, con ello exigiendo a los funcionarios desbordar sus capacidades en pro de las metas establecidas.

En otro sentido, por ser MUKATRI una empresa dedicada a la industrialización y comercialización de frutos exóticos de la Amazonia, requiere estar realizando investigación continua sobre la implementación de nuevas tecnologías disponibles para aplicar en la producción, e incluso en los productos mismos; para este fin MUKATRI desarrolla pruebas piloto, con las cuales ensaya diferentes cambios que pueden aportar mejoras a los productos y aceleración de procesos de producción.

Retomando lo indicado sobre la planificación estratégica y la tecnología de López & Correa (2007) se encontró que en cuanto a la implementación de tecnología, MUKATRI se encuentra en continuo desarrollo, por ende aunque su nivel es óptimo, siempre es posible decir que mejoraran, ejercicio que la hace muy dinámica.

Esta empresa, ha dedicado sus principales esfuerzos al fortalecimiento industrial y financiero, a la consecución de recursos financieros mediante los ingresos no operacionales, y ello la ha llevado a una aceleración empresarial no vista en la región, pues aunque su competencia es importante, esta se ha dedicado solamente al mercado regional el cual carece de expansión.

La presencia de nueva ciudadanía a nuestro departamento, pertenece a las variables que permite a empresas como MUKATRI, disfruten del dinamismo poblacional otorgado por el turismo, condición que permite que clientes potenciales se desplacen hasta la ciudad de Florencia y facilita el desplazamiento de los habitantes de la región a distintos lugares de la geografía nacional e internacional. Los viajeros que llegan o salen del departamento se han convertido en los mejores embajadores de la imagen dulce, agradable y representativa de la región, gastronómicamente hablando.

Para MUKATRI, la automatización de los procesos tiene diferentes puntos de vista, por un lado representa aumento en la producción, significando mayor capacidad de comercialización, cubrimiento y también disminución en los costos de producción, sirviendo esto como blindaje ante la aparición de nuevos competidores en el mercado en correspondencia con los planteamientos de Hijar (2015) y Serna (2003).

Es así como esta misma industrialización genera un impacto medio al consumidor final, pues el producto no presenta la misma apariencia física con el proceso artesanal actual, lo que entonces puede ser una oportunidad y a la vez una amenaza.

Los productos de MUKATRI, tienen excelente comercialización más por ser la imagen representativa de la región, con lo cual adquiere grandes ingresos no operacionales, pues sus aliados estratégicos apoyan diferentes factores, no tan solo lo lucrativo que pueda llegar a ser su actividad comercial, siendo entonces esto una gran fortaleza adicional de gran impacto, la cual a su vez lleva inmersa una gran responsabilidad social y filantrópica.

4. CONCLUSIONES

La presente investigación de la empresa productora y comercializadora de frutos amazónicos MUKATRI permitió evaluar su entorno externo evaluando los factores tecnológico, económico, político, social y geográfico; así como el ambiente interno valorado desde los descriptores de fortalezas y debilidades que le han permitido alcanzar el posicionamiento nacional e internacional actual, así como la obtención de reconocimientos y premios por la gestión administrativa, social y económica destacada como empresa emprendedora exitosa y embajadora de la identidad caqueteña.

Bajo este marco de factores favorables se ha proyectado la decisión de expansión e industrialización de la empresa, proyectada para el 2018, tiempo en el cual entraría a funcionar la nueva maquinaria, con la intensión de aumentar producción y lograr exportar sus productos. Esta decisión no ha sido improvisada por parte de la administración de MUKATRI, y según los hallazgos de la investigación se ajusta al diagnóstico efectuado, correspondiendo a las estrategias de penetración y especialización del producto formuladas a lo largo de esta investigación.

En tal sentido se investigó la competencia o sector industrial de la empresa objeto de estudio, encontrando que la organización está sumergida en un ambiente de competencia tipo oligopolio, pues la competencia directa de la empresa es solo una, la cual se encuentra en desventaja frente a MUKATRI en cuanto a los precios y valor agregado a los productos. Este último es fruto de la proyección social de MUKATRI incluyendo la totalidad de las personas que participan de la cadena productiva, buscando obtener productos de calidad, con materias primas ecológicas, sin degradación del ambiente y dando cumplimiento a la normatividad y necesidades de los clientes actuales y potenciales localizados en el mercado local, nacional e internacional.

En este escenario se formularon estrategias consecuentes con el diagnóstico establecido, buscando solución a tres problemas específicos que se condensaron en la matriz de objetivos estratégicos direccionados en un horizonte temporal para los años 2017 y 2018.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adles, H. (24 de enero de 2014). Análisis / Jeremy Grantham y los pronósticos financieros. *Periódico El Tiempo*, pág. 8.

Arellanos, J. (10 de noviembre de 2015). Mukatri del Caquetá recibe premio como la mejor empresa de negocios verdes en BIOEXPO Colombia 2015. *Periódico Mi Putumayo*, pág. 6.

Arteaga, M. (20 de junio de 2014). *Uniandes.* Recuperado el 6 de julio de 2016, de http://www.uniandes.edu.co/noticias/administracion/naturalmente

Bahamón, A. (2007). *Planeación estrégica, control interno y gestión de calidad para entidades públicas.* Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.

Bateman, T., & Scott, A. (2001). *Administración: Una ventaja competitiva.* México D.F.: McGraw-Hill.

Chapman, A. (24 de agosto de 2004). Recuperado el 3 de julio de 2016, de http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544

Echevarría, R. (2000). *La Empresa Emergente, la confianza y los desafíos de la transformación.* Buenos Aires, Argentina: Editorial Granica.

Hijar, G. (2015). *Planeación estratégica. La visión prospectiva.* Madrid, España: Limusa Editorial, Sa de Cv.

Kaplan, R., & Norton, D. (2004). *Mapas estrategicos.* Madrid, España: Ediciones Gestión 2000.

López, M., & Correa, J. (2007). *Planeación estratégica de tecnologías informáticas y sistemas de información.* Manizales, Colombia: Editorail Universidad de Caldas.

Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Revista científica Pensamiento y Gestión*(20), 1-29.

Martos, A. (2013). *La Due Diligence financiera. El paso previo a la adquisición de una empresa.* Bogotá, Colombia: Profit Editorial I.S.L.

O'Higgins, R. (2009). *Crear un plan de negocios.* Santiago de Chile: Editorial Impact Media Comercial S.A.

Ortiz, L. (2014). *Análisis NEC Ideal Financiero.* Florencia, Colombia: TIF quinto semestre Administración Financiera Universidad de la Amazonia.

Ortiz, L., Forero, A., & Álvarez, G. (2016). *Análisis empresarial de MUKATRI.* Florencia, Colombia: Universidad de la Amazonia, Programa de Administración Financiera.

Porter, M. (2002). *La ventaja competitiva de las naciones.* México, D.F.: Editorial CECSA.

Purcell, W. (1983). *Cómo comprender las finanzas de una compañía.* Cali, Colombia: Editorial Norma.

Reboyedo, R. (1999). Las empresas asociativas de trabajo. *Revista Palmas, 20*(3), 55-59.

Rodríguez, J. (2001). *Cómo aplicar la planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa.* México D.F.: Thompson Editorial.

Rodríguez, J., & Cardona, L. (2013). *Herramientas contables para el análisis del entorno.* Florencia, Caquetá, Colombia: Universidad de la Amazonia, Programa de Administración Financiera.

Rosenberg, J. (1999). *Diccionario de administración y finanzas.* Madrid, España: Editorial Océano.

Serna, G. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos índices de gestión.* Bogotá, Colombia: 3R Editores.

ESTUDIOS CUANTITATIVOS SOBRE CORRELACIÓN DE LA TRM Y PRECIO DEL PETRÓLEO REFERENCIA WTI CON BASE EN LA PRUEBA DE NORMALIDAD JARQUE - BERA Y EL MÉTODO DE COEFICIENTE DE HURST.

Alejandro Acevedo Amorocho[5], Vilma Gutiérrez[6], Duwamg Prada Marín[7]

Helio Fernández Aranda[8]

Resumen—Uno de los factores relevantes en los Ingresos de la Balanza de pagos de la nación, es el precio del petróleo WTI y su variación en el tiempo, unido a la fluctuación de la TRM, variables que a su vez afectan otros índices como Inflación, tasas de interés, crecimiento económico, devaluación, entre otros, generando expectativa por el futuro del Gasto y las Inversiones públicas. Un modelo econométrico de correlación entre estas dos variables bajo el Método de Coeficiente de

[5] *Docente, Escuela de ciencias Estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana. Seccional Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta. Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: Alejandro.acevedoa@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0003-0603-7261*

[6] *Docente, Escuela de Arquitectura, Universidad Santo Tomás de Aquino. Bucaramanga. Docente, Escuela de Ciencias Estrategicas. Universidad Pontificia. Bolivariana Seccional Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta, Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: vilma.gutierrez@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0002 9979-2663*

[7] *Docente planta Departamento de Ciencias Básicas, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta,. Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: duwamg.prada@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0002-7856-379X*

[8] *Docente, Escuela de ciencias Estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana. Seccional. Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta, Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: helio.fernandez@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0002-5045-4866*

Hurst y la prueba de Normalidad Jarque-Bera, puede explicar dicho fenómeno. ¿Por qué baja el precio del petróleo cuando sube el dólar?, ¿Es el precio del petróleo inversamente proporcional a la fluctuación de la TRM? De acuerdo con Behar (2015), esta "regla de oro" parece confirmarse sobre todo en el 2008, parcialmente del 2011 al 2013 y a finales de 2014. Sin embargo, el comportamiento de ambas variables en el 2007 y a finales del 2013, no confirma la fuerza de esta regla, lo cual apunta a otros factores que influyen sobre los precios del dólar y del petróleo. En el corto plazo también hay fluctuaciones que no confirman la regla. Mientras el dólar ha mantenido su curso ascendente en los últimos dos meses, el precio del petróleo subió desde finales de enero hasta mediados de febrero. En las últimas semanas, el petróleo WTI también ha subido levemente.

Es posible generar una serie de tiempo para observar y analizar la incidencia de la tasa representativa del mercado (TRM) y el valor del precio del petróleo WTI, para obtener información relevante en términos de la persistencia o incertidumbre en el tiempo; esto se evidencia bajo el método del coeficiente de Hurst, que genera ruido negro (serie persistente) o ruido rosa (serie antipersistente) o si la serie presenta un movimiento Browniano conocido como ruido blanco.

Palabras clave—TRM, Petróleo WTI, Fractales, Dimensión, Coeficiente de Hurst, prueba de Normalidad Jarque-Bera

Abstract— Contribute to the study of the Economy in Colombia, where one of the relevant factors in terms of Income in the balance of payments of the nation is the reference oil price (WTI) and its variation In time, coupled with the fluctuation of the TRM, variables that in turn affect other economic indices such as inflation, interest rates, economic growth, devaluation, revaluation, exports, imports, CPI; Generating expectations for the future of Spending and Public Investments. An econometric correlation analysis between these two variables is presented under the Hurst Coefficient Method and the Jarque-Bera Normality test. ¿Why does the price of oil fall when the dollar goes up? ¿Is the price of oil inversely proportional to the fluctuation of the TRM? According to Behar (2015) , This "golden rule" seems to be confirmed especially in 2008, partially from 2011 to 2013 and at the end of 2014. However, the behavior of both variables in 2007 and at the end of 2013 does not confirm the force of this rule, which In the short term there are also fluctuations that do not confirm the rule. While the dollar has maintained its upward course in In the last two months,

the price of oil rose from the end of January to the middle of February. In recent weeks, WTI oil has also risen slightly. So, what mechanisms are behind this situation?

Keywords— *TRM, Oil WTI, Fractals, Dimension, Hurst coefficient, Harque-Bera normality test.*

Introducción

Acorde al Informe No. 200 del FMI (2014), A partir de la segunda mitad de 2014 la economía Colombiana comenzó a ser afectada por una significativa reducción de sus términos de intercambio como resultado,en especial, de la fuerte caída del precio del petróleo, la cual se caracterizó por ser sorpresiva, acelerada y de magnitud considerable, y según los analistas, podría ser persistente y extenderse por varios años. El descenso del precio del petróleo afecta la economía de diferentes maneras. Entre las más importantes se ha observado una caída en los términos de intercambio, reducción del ingreso nacional, menor inversión, desmejora del balance externo y de las cuentas fiscales, así como menor dinámica de las entradas de capital extranjero por inversiones directas.

Debido a que el petróleo es un commodity que reúne dos características: riesgoso y volátil; situaciones que se dan a menudo en la inversiones financieras y que desencadenan pánico y escándalo cuando la fluctuación es extrema, existen instrumentos de pronóstico y de análisis que permiten entender mejor la situación de este tipo de variables cuantitativas que no dejan de ser afectadas por variables cualitativas. Es decir que la correlación de estas dos variables también se ve afectada por otros factores más complejos que son motivo de análisis del presente estudio.

Según el profesor Behar (2017), el dólar como divisa y el petróleo como materia prima son opciones de inversión que pueden afectarse mutuamente, pero esto dependerá de otros factores como la coyuntura general, las tasas de interés, expectativas sobre la inflación, la estructura de la IED (Inversión extranjera directa) de un país, y la geopolítica, entre otros.

1. Aproximación teórica

Para realizar un análisis, en una serie de tiempo objeto de estudio, que presenta estructuras caóticas y fractales, es importante observar, que dicha serie no presente linealidad ni normalidad. La importancia de utilizar esta técnica de los fractales se basa en la idea de la autosimilaridad (Mandelbrot, 1997) (Mandelbrot, 2009), la cual es una característica de los objetos que es independiente de la escala a la cual se observe, para este caso podríamos interpretarlo según el tiempo en la serie, es decir, que podemos

analizar la serie pensando en el comportamiento pasados segundos, minutos, horas, días, semanas, años, etc.

Según (Díaz, 2007),

> "Las series de tiempo que se generan con los precios de valores bursátiles, deben presentar las características de los objetos fractales: autosimilaridad, comportamiento caótico y tener dimensión fractal. Con estas características es posible contradecir los supuestos de independencia y de comportamiento normal de los rendimientos bursátiles contenidos en la teoría del paseo aleatorio y en la hipótesis de los mercados eficientes."

Existe una técnica que permite relacionar la dimensión fractal y el grado de correlación entre precios bursátiles, esta técnica se basa en el cálculo de un exponente llamado "Exponente de Hurst." El hidrólogo Harold Hurst realizó estudios sobre el movimiento fluctuante del río Nilo con el fin de predecir el comportamiento de este en las épocas de sequía (Hurst, 1951) (Mandelbrot, 2010) (Mandelbrot 1997) (Mandelbrot, 2009). Con base en las observaciones y estudios genera una metodología estadística con la cual se puede observar las tendencias de una serie de tiempo en términos de su persistencia para medir la duración de los ciclos (Rodríguez, 2012). El coeficiente de Hurst es una técnica que permite analizar datos de diferentes series de tiempo para clasificarlas según la persistencia y volatilidad (en términos de ruido negro, ruido rosa o movimiento aleatorio).

Según Pitareque (2014) el exponente de Hurst (H), muestra el grado de persistencia o anti persistencia que tienen las series que presentan dependencia a largo plazo. Este método ha sido utilizado en diferentes series económicas tales como el índice de la bolsa de valores de Colombia (IGBC), la tasa representativa del mercado (TRM) el índice representativo del mercado de deuda pública interna (IDXTES) Pirateque, 2014) y en el comportamiento de las acciones del banco Davivienda en (Rodríguez, 2012).

Existen diversos métodos para realizar análisis sobre las variables más incidentes en el desarrollo económico de un sector o de un país. Uno de estos métodos involucra un área de las matemáticas conocida como la geometría fractal y sus aplicaciones.

El método de Hurst se presenta bajo unos pasos básicos para calcular un exponente denominado (coeficiente H), con este es posible medir la volatilidad para el análisis de riesgo de una serie de tiempo (Mandelbrot, 2010), los pasos para calcular dicho coeficiente son (Rodríguez, 2012):

1. Fraccionar la serie de datos en particiones (grupos de datos más pequeños).
2. Calcular la media, las desviaciones con respecto a la media, la suma acumulada de las desviaciones y la desviación estándar (S), para cada partición.

3. Calcular el rango de cada partición (R).
4. Elaborar gráfico de logaritmo natural (N) contra logaritmo de Rango sobre Desviación estándar (R/S), donde N es el número de datos de la partición.
5. Elaborar ecuación de ajuste del gráfico y establecer su pendiente, que en este caso se denomina exponente de Hurst (H) y que también sirve para calcular la dimensión fractal D.

Este valor de H satisface la ecuación $log\left(\left(\frac{R}{S}\right)N\right) = Hlog(N) + \log(c)$, donde c es una constrante. Años más tarde Benoit Maldelbrot dedujo que la dimensión fractal está directamente relacionada con el exponente de Hurst para un conjunto de datos estadísticamente auto-similares, si 0 < H < 0,5 el exponente de Hurst tiene una dimensión fractal alta es decir existirá para una serie de tiempo con comportamiento antipersistente. Un mayor exponente de Hurst 0,5 < H < 1 tiene una dimensión fractal más baja y un comportamiento persistente (Mandelbrot, 2010) (Peters, 1991) (Mandelbrot 1997).

Según la mecánica estadística, si H es igual a 0.5, la serie presenta un recorrido aleatorio (Peters, 1991). La siguiente definición nos garantiza el cálculo de la dimensión fractal utilizando un método conocido como Box Counting, la cual revela una correspondencia entre el número de cajas necesarias para cubrir un objeto y la longitud del lado de las cajas. Seguidamente enunciamos un teorema que permite comparar la dimensión fractal con el coeficiente de Hurst (H).

Definición 1. Sea F un subconjunto de R^n acotado no vacío y sea N_δ (F) el menor número de conjuntos de diámetro a lo más δ los cuales cubren a F. La dimensión superior e inferior box counting de F respectivamente se definen como en (Barnsley, 2012), (Falconer, 2006), (Mandelbrot, 2010), (Rubiano, 2009).

$$\overline{dim_{\mathrm{B}}}\mathrm{F} = \overline{lim_{\delta\to 0}}\frac{Ln(N_\delta(\mathrm{F}))}{-Ln(\delta)} \quad \text{y} \quad \underline{dim_{\mathrm{B}}}\mathrm{F} = \underline{lim_{\delta\to 0}}\frac{Ln(N_\delta(\mathrm{F}))}{-Ln(\delta)} \quad (1)$$

Si estas dimensiones son iguales entonces nos referiremos al valor común como el valor de dimensión box counting o dimensión por caja de F como:

$$dim_{\mathrm{B}}\mathrm{F} = lim_{\delta\to 0}\frac{Ln(N_\delta(\mathrm{F}))}{-Ln(\delta)} \quad (2)$$

Teorema 1 (Falconer, 2006). Con probabilidad igual a uno, la gráfica de un índice alfa de función Browniana simple X: [0,1] → R tiene dimensión box counting dos menos alfa.

El teorema anterior nos evidencia que existe una relación entre la dimensión fractal box counting (D) junto con el coeficiente de Hurst (H) y que dicha relación es D=2-H. Según (Díaz, 2008) Peters menciona que Mandelbrot demostró que el inverso de H es la dimensión fractal, por lo que una serie verdaderamente aleatoria sería bidimensional y llenaría un plano, o si H es mayor a 0.5 las dimensiones fractales oscilarán entre 1 y 2.

2. Metodología

Respecto al análisis cuantitativo de la serie de tiempo, con datos mensuales desde el día 21 del mes de Abril de 2014 hasta el día 19 del mes de Abril de 2017, del índice TRM (gráfico 1) y del Petróleo WTI (gráfico 2) obtenido del Banco de La República, es necesario realizar los test de normalidad y de no linealidad.

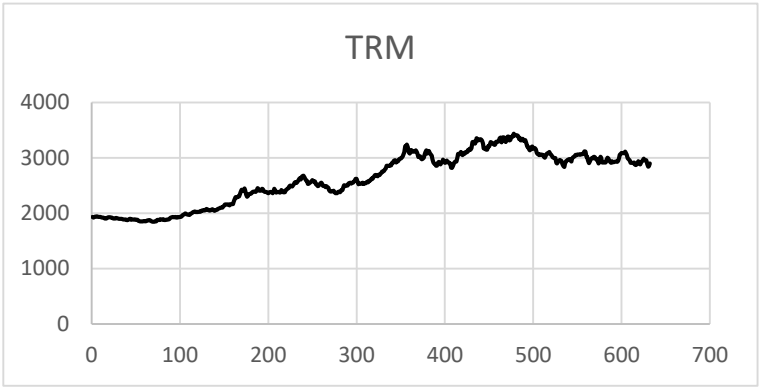


Figura 1. Gráfico del índice TRM de abril de 2014 a abril de 2017
Elaboración propia

Durante el periodo observado, se observa una marcada tendencia al alza en los precios de la TRM, alcanzado su mínimo precio el 25 de Julio de 2014 y el máximo precio, el 12 de febrero de 2016.

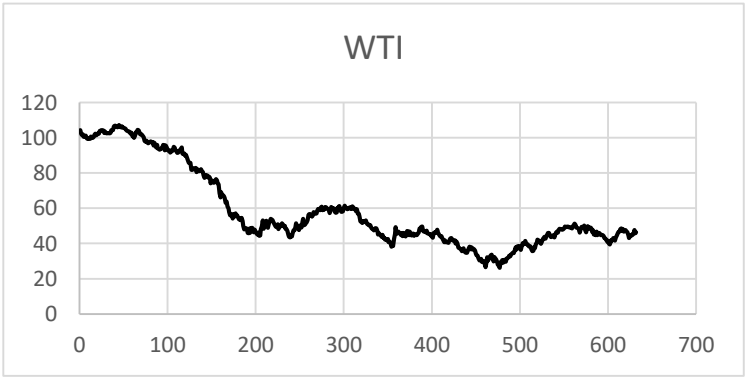


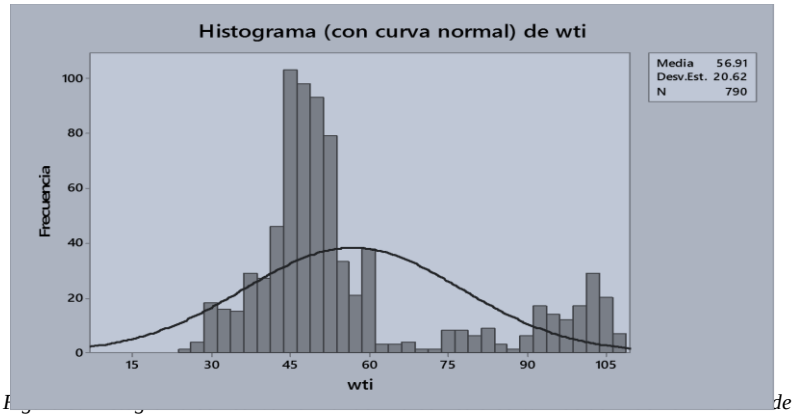
Figura 2. Gráfico del índice Petróleo WTI de abril de 2014 a abril de 2017
Elaboración propia

En cuanto al precio WTI del petróleo, el precio mínimo se dio un día antes que la TRM experimentara su máximo, es decir, 11 de febrero de 2014, a su vez, el precio máximo del petróleo WTI, se dio el 21 de abril del 2014

La prueba de normalidad de Jarque-Bera (JB) (Gujarati y Porter, 2010) es una prueba asintótica, o de muestras grandes. También se basa en los residuos de MCO. Esta prueba calcula primero la asimetría y la curtósis de los residuos de MCO, con el siguiente estadístico de prueba:

$$JB = n * \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24}\right]$$

Donde n representa el tamaño de la muestra, S es el coeficiente de asimetría y K es el coeficiente de curtósis.



de 2017
Elaboración propia

El histograma de normalidad, nos muestra que los datos tienen una media diferente a 0 y una desviación estándar diferente a 1.

En los datos presentados en la Tabla 1, se observa una asimetría positiva en el precio WTI del petróleo en el periodo observado, es decir, la mayoría de día, dicho precio, superó el promedio, mientras tanto, el precio de la TRM, presenta una asimetría negativa, indicando que el precio de dicha variable en la mayoría de días, estuvo por debajo del promedio del periodo observado. El valor de la prueba JARQUE – BERA, que nos indica que los residuos del modelo, tienen media diferente de 0 y desviación estándar diferente de 1.

TABLA 1. Prueba de Normalidad Jarque-Bera

ITEMS	WTI	TRM
Q DATOS	790	790
ASIMETRIA	1.25	-0.59
CURTOSIS	0.35	-0.91
JARQUE-BERA	436.886458	549.066458

Fuente: *Elaboración propia de autores.*

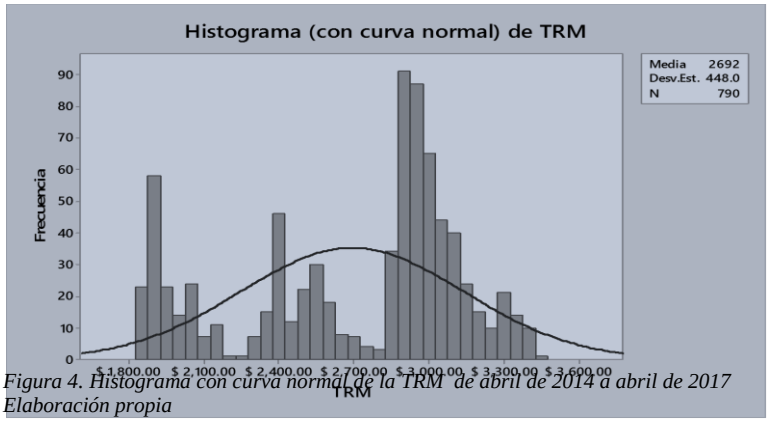


Figura 4. Histograma con curva normal de la TRM de abril de 2014 a abril de 2017
Elaboración propia

Para una variable normalmente distribuida, S = 0 y K = 3. Por tanto, la prueba de normalidad JB constituye una prueba de la hipótesis conjunta de que S y K son 0 y 3, respectivamente. En este caso, se espera que el valor del estadístico JB sea igual a cero. Si estadístico de prueba JB > 6, se rechaza, es decir, se rechaza que la Media es cero y la Varianza es uno, lo que quiere decir que la serie de tiempo no presenta normalidad alguna.

A continuación, se muestran los resultados de la aplicación de la prueba JARQUE – BERA, a las variables WTI y TRM.

Se plantean las siguientes hipótesis:

Ho: Media = 0; Varianza = 1, es decir la distribución es normal.

H1: Media ≠ 0; Varianza ≠ 1, es decir la distribución es no normal.

Estadística de Prueba JB = 436.88 WTI y 549.06 TRM. Quiere decir que la serie de tiempo de los índices analizados, no es una distribución normal.

La cantidad de datos suministrados fue de 798 y cómo se mencionó anteriormente, el índice TRM presentó valor mínimo de 1846,12 registrado el día 25 del mes de julio de 2014 y presentó valor máximo de 3434,89 el día 12 del mes de febrero de 2016, de igual manera con esta misma cantidad de datos el

Petróleo WTI presentó valor mínimo de 26,21 registrado el 11 de febrero de 2016 y presentó un valor máximo de 107,26 registrado el día 20 de junio de 2014.

Dados los 790 datos, se realiza una partición de cinco grupos. El primer grupo con los 158 datos iniciales (de 21 de abril de 2014 a 26 de noviembre de 2014). El valor promedio para el índice TRM para esta serie fue de 1952,63981 con desviación estándar de 86,7211906 y rango reescalonado de 5789,70063 para estos datos.

Los resultados obtenidos con esta subserie son:

Tabla 2. Datos primer grupo (abril 2014 a noviembre 2014)

Desv stand	Número datos	Rango reesc	Máx	Mín	promedio
86,7211906	158	5789,70063	7,8216E-11	-5789,7006	1952,63981

Datos de la desviación estándar, número de datos y rango reescalonado.

El valor promedio para el índice Petróleo WTI para esta serie fue de 94,9364557 con desviación estándar de 9,58847763 y rango reescalonado de 622,751899 para estos datos.

Los resultados obtenidos con esta subserie son:

Tabla 2. Datos primer grupo (abril 2014 a noviembre 2014)

Desv stand	Número datos	Rango reesc	Máx	Mín	promedio
9,58847763	158	622,751899	622,751899	-2,006E-12	94,9364557

Datos de la desviación estándar, número de datos y rango reescalonado.

De igual manera, se realizó el análisis a los otros cuatro grupos de datos de la serie de tiempo. El segundo grupo está conformado por 316 datos tomados del día 21 de abril de 2014 al día 1 de julio de 2015.

El grupo 3, está conformado por 474 datos tomados del 21 de abril de 2014 al 8 de febrero de 2016.

El grupo 4, está conformado por 632 datos comprendidos entre el día 21 de abril de 2014 y el día 12 de septiembre de 2016.

El último grupo, grupo 5, está conformado por los 790 datos comprendidos entre el día 21 de abril de 2014 y el día 19 de abril de 2017.

Después de realizar este primer análisis para cada uno de los cinco grupos, se realiza una nueva tabla que relacione la cantidad de datos, junto con la desviación estándar y el rango reescalonado.

Tabla 3. Datos relacionados según el rango y desviación estándar para índice TRM.

Número N	Rango R	Desv Stand
158	622,751899	9,58847763
316	3204,70165	21,803501
474	4940,95924	23,7970097
632	5818,75122	22,7014678
790	6100,94291	20,6208233

Datos de la serie de tiempo de cada uno de los cinco grupos.

De igual manera se calculó los datos de la Tabla 3, para la serie de tiempo de los incrementos del índice Petróleo WTI.

Tabla 4. Datos relacionados según el rango y desviación estándar.

Número N	Rango R	Desv Stand
158	5789,70063	86,7211906
316	40142,2758	270,865662
474	92168,6079	469,876429
632	132579,985	476,84852
790	153793,966	447,987257

Datos de la serie de tiempo de incrementos de los cinco grupos.

3. Resultados

Con los datos obtenidos del rango reescalonado y la desviación estándar (ver tabla 3 y tabla 4), se realiza el proceso de encontrar las tendencias de los datos de la serie de índice TRM y el índice Petróleo WTI desde el día 21 de abril de 2014 al día 19 de abril de 2017. En la siguiente tabla se relacionan las tendencias de fluctuación.

Tabla 5. Relación de tendencias del índice de TRM.

Ln(N)	Ln(R/S)
5,06259503	4,2011376
5,75574221	4,99856233
6,16120732	5,27890513
6,44888939	5,62774253
6,67203295	5,83860431

Cálculo del logaritmo natural del número de datos y del logaritmo Natural del cociente entre el rango reescalonado y la desviación estándar.

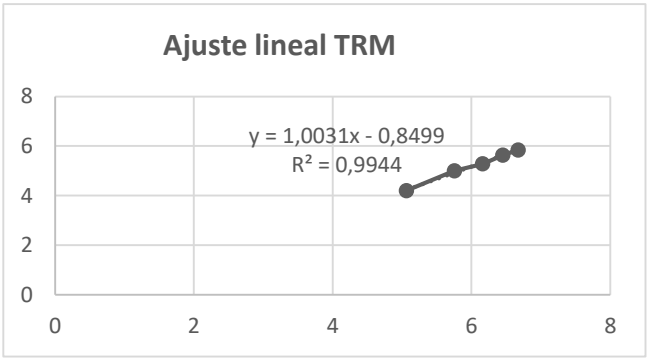


Figura 5. Gráfico de ajuste lineal. Línea de tendencia.

Elaboración propia

Se observa que la pendiente del ajuste lineal del modelo es = 1,0031, es decir > 0.5, lo que indica que la serie asociada (TRM) a este fenómeno, presenta un comportamiento persistente, es decir, la serie de tiempo tiene memoria a largo plazo,

Tabla 6. Relación de tendencias del índice de Petróleo WTI.

Ln(N)	Ln(R/S)
5,06259503	4,17358607
5,75574221	4,99030372
6,16120732	5,33575484

6,44888939	5,54641137
6,67203295	5,68989721

Cálculo del logaritmo natural del número de datos y del logaritmo Natural del cociente entre el rango reescalonado y la desviación estándar.

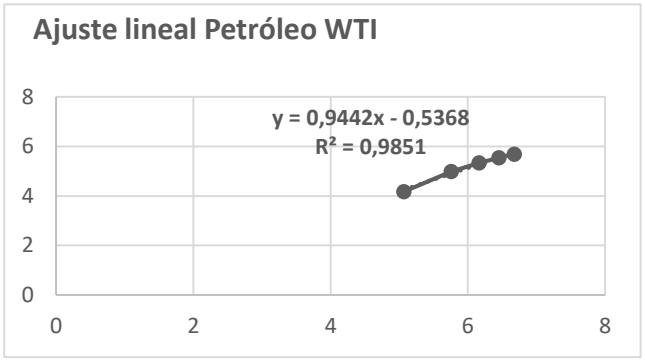


Figura 6. Gráfico de ajuste lineal. Línea de tendencia.
Elaboración propia

Se observa que la pendiente del ajuste lineal del modelo, es = 0,9442, al igual que la serie anterior, el coeficiente > 0.5, lo que indica que la serie asociada (WTI) a este fenómeno, presenta un comportamiento persistente, la serie de tiempo tiene memoria a largo plazo,

Según los datos analizados con el método de Hurst, se halló el coeficiente H tanto para el índice TRM como para el índice de Petróleo WTI.

Tabla 7. Resultados TRM

TRM		
Hurst	Df	vol
1,0031	0,9969	49,85%

Tabla 8. Resultados Petróleo WTI

Petróleo WTI		
Hurst	Df	vol
0,9442	1,0558	52,79%

4. Conclusiones

Con los datos analizados en las series de tiempo del índice TRM y el índice Petróleo WTI, se observó que dichas series no presentaban homogeneidad ni linealidad, utilizando la prueba de normalidad de Jarque-Bera (JB) (Gujarati y Porter, 2010).

Mediante el método de reescalamiento se calculó el coeficiente de Hurst (H), la volatilidad, persistencia y riesgo en la serie de tiempo financiera de los índices TRM y Petróleo WTI. Para la serie de tiempo del índice TRM con el método de reescalamiento se encontró que H=1.0031 y por tanto el valor teórico de la dimensión fractal es D=0.9969 cuya volatilidad es del 49,85%, y para el índice Petróleo WTI con el método de reescalamiento se encontró que H=0.9442 y por tanto el valor teórico de la dimensión fractal es D=1.0558 cuya volatilidad es del 52,79%

Respecto al análisis de la serie respecto a su fluctuación, esta serie es persistente debido a que H>0.5, de lo cual podremos concluir que la serie tiene memoria y comportamientos similares en el futuro que se representa con un ruido negro, y que esta serie podría tener la misma tendencia en el futuro.

Tabla 9. Relaciones entre el coeficiente H, la dimensión fractal D, la volatilidad, el ruido el riesgo en las series de tiempo analizadas.

índice	H	D	Volatilidad	Ruido	Riesgo
TRM	1.0031	0.9969	49,85%	Negro	Medio
WTI	0.9442	1.0558	52,79%	Negro	Medio

Elaboración propia

Habiendo analizado las probabilidades de un descenso en los precios del petróleo que son de gran importancia unido a la variabilidad de la TRM y sus momentos de correlación, unido al impacto de otras variables macroeconómicas, políticas y sociales que generan niveles altos de vulnerabilidad de nuestro país ante este fenómeno, este artículo evalúa los efectos y presenta algunas recomendaciones a tener en cuenta.

En el resumen Ejecutivo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo “Colombia frente a una destorcida en los precios del petróleo” (2014), Cada vez son más los analistas que plantean que para el año 2020, salvo una fuerte agitación geopolítica en los países productores, los niveles por encima de

los 100 dólares por barril de petróleo son virtualmente inalcanzables, sugiriendo un fuerte sesgo a la baja. Esta expectativa de menores precios del crudo se explica por tres fenómenos: i) la perspectiva de crecimiento de la producción de hidrocarburos no convencionales y fuentes alternativas de energía, ii) el mayor potencial de obtención de petróleo en pozos ya existentes gracias a nuevas tecnologías de extracción, y iii) la debilidad de los fundamentales para explicar los altos precios actuales del crudo.

Al finalizar este documento, no es más que un signo de alerta en el manejo de nuestra economía en Colombia sabiendo de la vulnerabilidad externa del país; insistir para que se adopten medidas que prevengan el impacto de este escenario sobre el crecimiento social, económico y político en general, visto desde la academia y permitiendo a los estudiantes aplicar de una manera práctica los métodos cuantitativos y cualitativos en al análisis de variables micro y macroeconómicas que les permita aportar desde el conocimiento generando cambios favorables y siendo partícipes del desarrollo de nuestro país

Referencias Bibliográficas

- Barnsley, Michael, *Fractals everywhere*. Dover publication. New York. 2012.

- Díaz Mata, Alfredo., "Algunas consideraciones sobre el uso de técnicas fractales en el análisis del mercado accionario burstátil mexicano". *Contaduría y Administración,* Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, núm. 224, enero-abril, México, 2008.

- Falconer, Kenneth, *Fractal Geometry, Mathematical foundation and applications*. 2nd ed.Willey Publication. England. 2006.

- Falconer, Kenneth, *Fractal Geometry, Mathematical foundation and applications*. 2nd ed.Willey Publication. England. 2006.

- Gujarati, D y Porter D. *Econometría 5ta* Edición. México DF, México: McGraw Hill.

- Hurst, Harlod., *Long-terms Storage of Reservoirs, Transactions of the American Society of Civil Engineers 116*. 1951.

- Mandelbrot, Benoit., *Los objetos fractales, forma, azar y dimensión*. 6th ed. Metatemas. España. 2006.

- Mandelbrot, Benoit, *La geometría fractal de la naturaleza*. Metatemas. 2nd ed. España. 2009.

- Mandelbrot, Benoit, *Fractals and Scalind in Finance*, Springer, EUA, 1997.

- Mandelbrot, B y Hudson, R., *Fractales y finanzas, una aproximación matemática a los mercados: arriesgar, perder y ganar*. Metatemas. España. 2010.

- Peters, Edgar. *Chaos and Order in the Capital Markets*, John Wiley & Sons, Inc. EUA, 1991.

- Peters, Edgar, *Fractal Market Analysis*, John Wiley & Sons, Inc. EUA, 1994.
- Pitareque, Javier., *Cálculo Del Exponente De Hurst Mediante La Metodología Wavelets Para La Validación De La Regla De La Raíz Del Tiempo Y Su Aplicación Al Riesgo De Mercado*. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. 2013

- Rodríguez, Edgar., "Hidrología de Hurst y Box counting para el análisis de persistencia, volatilidad y riesgo en dos series de tiempo colombianas". Cuadernos latinoamericanos de administración (3): 41-50. 2012.

- Rubiano, Gustavo., *Iteración y fractales, con mathematica*. Universidad Nacional, Colombia. 2009.

ANÁLISIS DE LOS RENDIMIENTOS DE PORTAFOLIOS DE INVERSIÓN EN EL MERCADO NORTEAMERICANO.

Ingrid Quintero[9] ,Briany Angarita[10] ,Juliana Orostegui[11],Fredy Robles[12] , Juan Isidro[13] ,Alfredo Sanabria [14]

Resumen

El índice Dow jones es el indicador referente mundial para medir la estabilidad económica tanto de Norte América como del resto del mundo al encontrarse correlacionado con la mayoría de índices bursátiles internacionales. En los últimos días ha tenido fuerte caídas por situaciones tensas entre las relaciones políticas y económicas de Norte América con países como Rusia y Corea del Norte ,mostrando la desconfianza de los inversionistas mundiales que tiene portafolios de inversión conformados con acciones que cotizan en este índice. El objetivo principal de esta investigación es la construcción y análisis de portafolio de inversión con teorías clásicas y modernas utilizando el índice Dow jones, el análisis de sus rentabilidades en el corto plazo y la relación con la diversificación. Como marco teórico utilizaremos los postulado de: Markowitz y Meucci, el portafolio de igual ponderación y la ponderación propia del índice. Utilizando precios de las acciones que conforman el índice desde el año 2012, simulando la inversión de estos portafolios en la plataforma investopedia, para finalmente concluir con la

[9]Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas, Cra. 18 #9-27, Bucaramanga, Colombia
Correo electrónico: ingridquinteroq@gmail.com
[10] Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas, Cra. 18 #9-27, Bucaramanga, Colombia
Correo electrónico: briannyz_96@hotmail.com
[11] Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas, Cra. 18 #9-27, Bucaramanga, Colombia
Correo electrónico: maju.oh@hotmail.com
[12] Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas, Cra. 18 #9-27, Bucaramanga, Colombia
Correo electrónico: fredyrobles1496@gmail.com
[13] Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas, Cra. 18 #9-27, Bucaramanga, Colombia
Correo electrónico:juanka9425@gmail.com
[14] Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas, Cra. 18 #9-27, Bucaramanga, Colombia
Correo electrónico: alfredo.sanabria@ustabuca.edu.co

relación existente entre la rentabilidad de estos portafolios, su ponderación, el nivel de diversificación y situación de extrema desconfianza de los inversionistas por factores políticos.
Palabras clave— Diversificación, Dow Jones, Entropía, Markowitz, Meucci.

Abstract

The Dow Jones index is the global benchmark for measuring economic stability in both North America and the rest of the world to be correlated with most international stock indices. In recent days has had strong tensions between the political and economic relations of North America with the countries of Russia and North Korea, showing the mistrust of global investors who have investment movements made up of shares listed in this index. The main objective of this research is the construction and analysis of investment portfolio with the classic theories and technologies in the Dow jones index, the analysis of its renting capacities in the short term and the relationship with diversification. As a theoretical framework I use the postulates of Markowitz and Meucci, the portfolio of equal weighting and the weighting of the index. Using stock prices that make up the index since 2012, simulating the investment of these portfolios in the investment platform, to finally conclude with the relationship between the profitability of these portfolios, their weighting, the level of diversification and the situation Of extreme distrust of investors by political factors.
Clasificación JEL: G110
Keywords— Diversificación, Dow Jones, Entropía, Markowitz, Meucci.

1. Introducción

El índice Dow Jones referente bursátil mundial fue creado por Charles Dow y Edward jones en el siglo XIX , para medir el comportamiento de las acciones en norte América y crear un indicador técnico para la medición de la economía mundial. En la actualidad es conformado por 30 compañías más sólidas en Estados Unidos, siendo utilizado como una muestra principal en la construcción de portafolio al estar constituido, por empresas de diferentes sectores y de alto marketcap como lo es Apple que actualmente es la compañía con más valor de mercado en el mundo ocupando el 6% de participación en el índice. Siendo un primer filtro de selección muestral en la conformación de portafolios.

Los diferentes modelos financieros de diversificación presentados permiten llegar a una idea más clara acerca de la metodología de ponderación y cómo funcionan al ejecutar estos modelos; entre ellos se encuentran el modelo de Meucci, Markowitz e Igualmente ponderado, y su comparación con el índice del Dow Jones. El trabajo se fundamenta en la determinación del portafolio óptimo de las 30 (treinta) acciones utilizadas para el estudio, el cual permitirá establecer la correcta simulación de inversión en la plataforma académica de Investopedia.

Hoy en día, debido a la globalización el mercado financiero se ha vuelto mucho más volátil, cambiante y más riesgoso sobre todo al momento de inversión; mercados que todo el tiempo están trabajando y requieren para su estudio el uso de los diferentes modelos matemático para llegar finalmente a un resultado más clarificado. Deducir qué modelo es más riesgoso, cual presenta más pérdidas, es una manera de conocer el movimiento financiero en los mercados.

El estudio de las finanzas internacionales requiere tener en cuenta la diversificación de los portafolios de inversión, con el fin de disminuir el riesgo tomando como base la máxima de "mayor riesgo, mayor rentabilidad".
Se realiza la comparación de los modelos y el índice Dow Jones; se analiza los resultados obtenidos tras ejecutarlos, para finalmente concluir la relación que existe entre las variables de rentabilidad y entropía.
Fase 1: Revisión bibliográfica del modelo de teoría de Markowitz, y de componentes principales de Meucci.Fase2: Obtención y depuración de la base de datos del Dow Jones para los periodos 2012-2017.Fase 3: Construcción de los portafolios óptimos del mercado norteamericano, tomando como referencia el índice del Dow Jones. Fase 4: Cálculo de la variable de diversificación para el portafolio óptimo del mercado. Fase 5: Interpretación de los modelos matemáticos de Meucci y Markowitz. Fase 6: Elaboración del informe final.

2. Aproximación Teórica

2.1 Modelo de markowitz

Según Harry Markowitz, "la teoría expone sobre como hallar la composición óptima de un portafolio de valores, maximizando la rentabilidad para un determinado nivel máximo de riesgo aceptable; o en forma alternativa, minimizar el riesgo para una rentabilidad mínima esperada". (Barbutín-Franco- Avendaño, 2011)

5
Hipótesis: Análisis de los rendimientos de portafolios de inversión en el mercado norteamericano.
Primera hipótesis:El rendimiento de los portafolios, se considerada aleatorio y diversificado, donde el inversionista calcula una distribución de probabilidad para el lapso de tiempo que se vaya a emplear para el estudio. Dado el valor calculado por la distribución de probabilidades, se usa para cuantificar la rentabilidad y ganancia de la inversión.
Segunda hipótesis:La varianza o la desviación estándar se usan para calcular la dispersión, como el riesgo de la variable aleatoria y diversificada de la rentabilidad; ésta operación se desarrolla de manera individual por cada activo o acción del portafolio y por consiguiente a todo el portafolio.
Tercera hipótesis: La racionalidad de un inversionista con alto interés de grandes rentabilidades, lo lleva a preferir un portafolio con altos márgenes de ganancias y con determinados niveles de riesgo.
Donde el portafolio óptimo de inversión es el resultado de un proceso de optimización en el punto tangencial resultante de la combinación de inversión entre un activo libre de riesgo y una cartera conformada por acciones como se muestra en el Figura 1

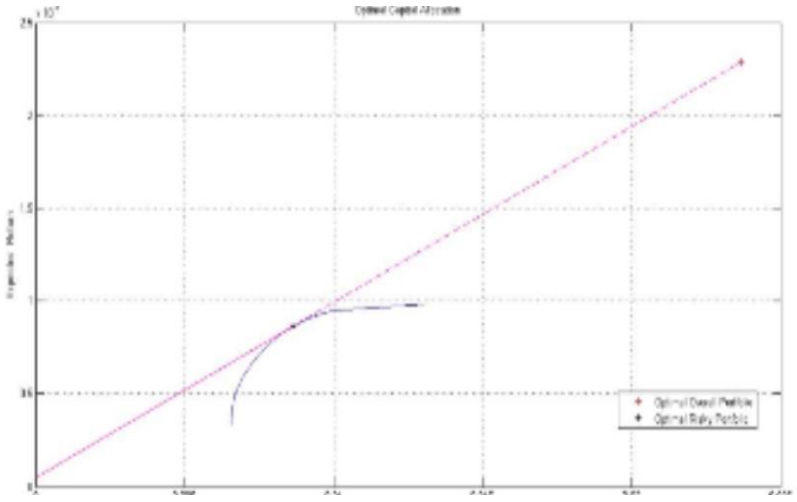


Figura 1. Portafolio óptimo de inversión
Fuente: Elaboración propia

Ésta optimización ocurre cuando se maximiza la razón de Sharpe siendo matemáticamente la pendiente de la línea recta de la combinación entre el activo libre de riesgo y la cartera óptima.

$$\text{Razón de Sharpe} = = \frac{\text{Rentabilidad del portafolio optimo} - \text{Rentabilidad Rf}}{\text{Riesgo del portafolio optimo}} \quad (1)$$

Los pesos de inversión óptimos de la cartera según teoríade Markowitz se realizan mediante el cálculo de la matriz de covarianza tomando como ejemplo 2 activos relacionándolos con sus respectivas varianzas como se muestra en 2 y 3.

$$W_{1\ eficiente} = \frac{\sigma 22 - \text{COV}12}{\sigma 21 + \sigma 22 - 2\text{COV}\ 1{,}2} \ (2)$$

$$W_{1\ eficiente} = 100\%\text{-}w1 \ (3)$$

Calculando el riesgo de este portafolio eficiente como los pesos óptimos multiplicados por sus respectivas varianzas y relacionados con sus covarianzas 4.

2.2 Modelo de Meucci

Meucci presenta un modelo de portafolio más diversificado donde afirma que los portafolios principales al graficar las rentabilidades en un plano de dos dimensiones, se encuentran en los componentes principales de una elipse.

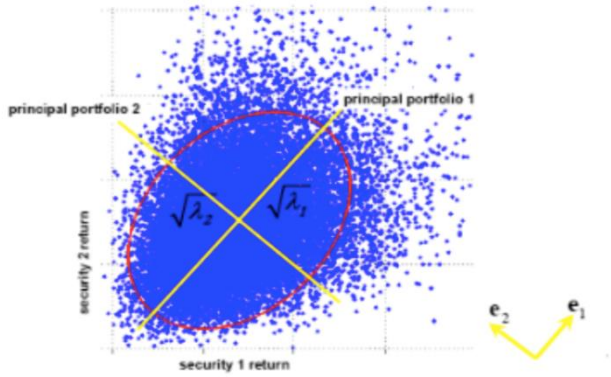


Figura 2. Portafolios principales

Fuente: Meucci, 2009

Meucci realiza la descomposición de la matriz de covarianza en eigenvectorsdenominados E y un factor de retorno de nominado ʌ(lambda).
Donde los pesos de inversión de los portafolios no correlacionados calculados en esta teoría se definen como en 5

$$\tilde{w} \equiv E^{-1}W \quad (5)$$

Siendo w la ponderación uniforme del portafolio.
Meucci (2009) define "el riesgo del portafolio como la multiplicación de los pesos no correlacionados del portafolio por sus retornos".

$$v_n \equiv \tilde{w}_n^2 \lambda_n, \quad n = 1, \ldots, N \qquad (6)$$

Los pesos de inversión definidos como óptimos son el cuadrado de los pesos de los portafolios no correlacionados, multiplicado por sus retornos y divido por la varianza.

$$P_n \equiv \frac{\tilde{w}_n^2 \lambda_n}{Var(R_w)} \quad (7)$$

Meucci calcula el nivel de diversificación de un portafolio utilizando la ecuación de Shanon, denominándolo entropía.

$$N_{Ent} = exp\left(-\sum_{n=k+1}^{N} pn \ln pn\right) \textbf{(8)}$$

2.3 Estado del arte

2.3.1 Teoría de Markowitz con metodología EWMA para la toma de decisión sobre cómo invertir su dinero.

En este trabajo se busca consolidar una forma más concreta y precisa para obtener un mejor rentabilidad por medio de herramientas del análisis técnico utilizando de base datos de la bolsa de valores de Colombia como la bolsa de valores de Nueva York, para este caso, los autores escogieron como método la teoría de Markowitz pero adicionando una herramienta como el EWMA (promedio móvil ponderado exponencial) donde se busca una mayor veracidad de la información y que el modelo Markowitz se optimice más al comportamiento real de las series.

Actualmente los mercados financieros ofrecen diversas alternativas de inversión, que incluyen una gran variedad de activos, los cuales se diferencian entre sí, por el nivel de rentabilidad, liquidez, volatilidad y bursatilidad, asociada con los mismos, entre otras características propias del mercado; lo que conlleva a que los inversionistas utilicen diversas herramientas que les permitan escoger inversiones óptimas incurriendo en un nivel de riesgo determinado.(Betancourt-García- Lozano, 2013)

2.3.2 Modelo de Markowitz y Modelo de Black-Litterman en la Optimización de Portafolios de Inversión.

El proyecto trata sobre la comparación de las dos teorías de gran trayectoria y bagaje en el área del análisis técnico financiero, como lo es la teoría de Markowitz y la teoría de Black-Litterman, los autores se dedican a resolver las dudas de los inversiones sobre las ventajas y desventajas que tiene tanto un modelo como el otro y que provecho han logrado obtener otros analistas de esos temas y que han aportado para cada modelo financiero.

El modelo de Harry Markowitz, desde su origen en 1952, contribuyó a variados desarrollos y derivaciones, proporcionando el marco conceptual del manejo eficiente de un portafolio, maximizando la rentabilidad esperada y controlando el riesgo. Sin embargo, en la práctica no ha sido tan difundido, por sus reconocidas debilidades en contextos reales (Michaud, 1989)(Barbutín-Franco- Avendaño, 2011).

2.3.3 Aplicación del Modelo de Black - Litterman a la selección de portafolios internacionales.

En el siguiente estudio, el autor muestra una nueva forma por la cual el inversionista pueda manejar un método diferente al modelo de Markowitz, y es por el modelo de Black-Litterman, donde por medio de diferentes selección de portafolios y mercados internacionales, quiere dar un visto bueno a esta teoría y que es una alternativa ejemplar para un inversionista de rentabilidades racionales de dependencia de riesgo estandarizada.

Desde su aparición el modelo de Markowitz ha tenido una gran aceptación a nivel teórico, ya que sentó las bases de la Teoría Moderna de Portafolios, es aquí donde se asocia el riesgo con el rendimiento y cómo un conjunto de combinaciones de esta dualidad genera portafolios eficientes. Sin embargo, muchos de los supuestos que se planteaban dentro de este modelo en la práctica presentaban algunas limitantes tales como, la racionalidad de los

inversionistas, entre otros(Salazar, 2014).

3. Metodología

Primeramente se realizó la obtención de datos de las 30 acciones del Dow Jones de la página yahoo finance donde se tomaron los precios históricos del 02 de mayo del 2012 al 01 de mayo del 2017, y se realizó un ajuste a los precios de la acción de Apple a partir del 06/06/2014 en el cual se realizó un stock Split donde se dividió el precio de la acción en 7 partes, para no sesgar la información; seguidamente se tomó un RF (risk free) de 1.7% anual, tomado de bloomberg sobre los 10 años del rendimiento de los bonos de Estados Unidos. La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, debido a que se están aplicando modelos matemáticos de diversificación para su respectivo análisis; igualmente su alcance es exploratorio porque se está examinando el comportamiento de los tres modelos con respecto a las fluctuaciones de los precios de las 30 acciones del Dow Jones. Los modelos fueron desarrollados en el software financiero MATLAB, donde se obtuvo los porcentajes de participación en las respectivas acciones. Para el cálculo del índice del Dow Jones su respectiva ponderación se hace de acuerdo al precio y la elección se hace de acuerdo al crecimiento sostenido, interés de los inversionistas y debe cumplir con el requisito de tener su sede principal en Estados Unidos y la mayoría de sus ingresos se deben generar en dicho país.

4. Resultados

Basados en las teorías de Meucci, Markowitz, el modelo igualmente ponderado y la ponderación del índice Dow Jones, se realizaron las simulaciones en precios correspondientes, en la plataforma Investopedia.

Nombre de la acción	% de participación en el portafolio
'The Home Depot, Inc. (HD)'	31%
'UnitedHealth Group Incorporated (UNH)'	28%
'The Walt Disney Company (DIS)'	20%
'3M Company (MMM)'	10%
'Johnson & Johnson (JNJ)'	5%
'The Boeing Company (BA)'	5%
'Microsoft Corporation (MSFT)'	1%

Se observa que de acuerdo con esta teoría son 7 las acciones recomendadas para invertir, entre estas, The Home Depot presenta una participación del 31%, seguido de UnitedHealthGroupIncorporated con 28% y walt Disney con 20%. La entropía es de 5.03.

Nombre de la acción	% de participación en el portafolio
'American Express Company (AXP)'	4%
'Visa Inc. (V)'	4%
'United Technologies Corporation (UTX)'	4%
'Verizon Communications Inc. (VZ)'	3%
'Wal-Mart Stores, Inc. (WMT)'	2%
'JPMorgan Chase & Co. (JPM)'	4%
'Merck & Co., Inc. (MRK)'	3%
'Johnson & Johnson (JNJ)'	3%
'The Coca-Cola Company (KO)'	2%
'UnitedHealth Group Incorporated (UNH)'	3%
'General Electric Company (GE)'	4%
'Caterpillar Inc. (CAT)'	4%
'The Procter & Gamble Company (PG)'	3%
'Cisco Systems, Inc. (CSCO)'	3%
'E. I. du Pont de Nemours and Company (DD)'	4%
'The Travelers Companies, Inc. (TRV)'	3%
'Pfizer Inc. (PFE)'	3%
'Intel Corporation (INTC)'	4%
'The Goldman Sachs Group, Inc. (GS)'	4%
'Exxon Mobil Corporation (XOM)'	3%
'3M Company (MMM)'	4%
'Chevron Corporation (CVX)'	4%
'The Walt Disney Company (DIS)'	4%
'NIKE, Inc. (NKE)'	3%
'McDonald''s Corporation (MCD)'	3%
'International Business Machines Corporation (IBM)'	3%
'The Home Depot, Inc. (HD)'	3%
'The Boeing Company (BA)'	4%
Microsoft Corporation (MSFT)'	4%
'Apple Inc. (AAPL)'	3%

Basados en esta teoría, se evidencia que tiene una entropía de 29.62, convirtiéndose en un portafolio ampliamente diversificado. Con una rentabilidad menor, pero igualmente un riesgo menor.

Modelo igualmente ponderado.

Las 30 acciones tienen una ponderación semejante de 3.3%. De acuerdo con lo analizado, este modelo es el de mayor diversificación, igualmente es el de mayor entropía, 30.

Ponderación del índice Dow jones.

De acuerdo a la ponderación realizada por NYSE(New York Stock Exchange), donde se realiza por sectores y la acción de mayor participación es el banco Goldaman Dachs con un 7.26% seguido de la empresa industrial 3M con 6.52% . Siendo la de menor participación General electric con 0.89% del 100% de ponderación.

Tabla 4. Rentabilidad vs entropía

	Mayo 11-Mayo 26 de 2017		
	Rentabilidad	% Positivo portafolio	Entropía
Igualmente ponderado	0,30%	53%	30
Meucci	0,20%	52%	29,6
Markowitz	0,65%	49%	5,03
Dowjones	0,80%	59%	26

Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

De acuerdo a los resultados arrojados podemos concluir que el portafolio de mayor entropía es el modelo de igual ponderación y el de menor es el de Markowitz lo que significa que el portafolio más diversificado es el de ponderación uniforme y el de menor diversificación el de Markowitz. Las acciones que obtuvieron un descenso en los precios mayor o igual a un 2% que fueron JPMorgan Chase, NIKE B, Pfizer, Cisco SystemsGeneral Electric, estas no fueron seleccionadas por el modelo de Markowitz , esto como consecuencia de su proceso de optimización, tolerando perdidas entre 0.8% y 1.1% .Dentro de estas acciones más perdedoras el índice distribuyo un peso de 7.53% entre ellas ,igualmente ponderado 16% y Meucci un 17%. El portafolio más rentable fue el del índice al tener acciones con un 59% de distribución positiva y a pesar que solo el 49% de Markowitz es positivo y ocupa el 2 puesto en rentabilidad esto como

consecuencia que del 100% del portafolio el 28 % está constituido por la acción UnitedHelpgroup con un rentabilidad del 2.4% en 15 días . El menos rentable el de Meucci Con un 52% de rentabilidad positiva. En el corto plazo es atractivo y más económico para un inversionista con formar un portafolio en el mercado americano directamente con la distribución que tiene el índice. El día 11 de mayo como consecuencia del escándalo del presidente Donald Trump por sus nexos con los rusos no declarados, el portafolio más afectadoen el simulador fue el de Markowitz , y el menos afectado Meucci que se podría inducir a una relación entre la entropía y una caída fuerte del índice.

6. Recomendaciones

Estas teorías se utilizan para la construcción de portafolios en el mediano y largo plazo. La medición que se realizo fue en el corto plazo, al convertirse en el estudio de caso del I semestre del 2017, por alumnos de pregrado de la asignatura de Énfasis I en finanzas y el semillero de investigación InvestmentRisk de la facultad de Negocios Internacionales universidad Santo Tomas de Bucaramanga guiados por el docente. Se recomienda ampliar más el lapso de prueba en el simulador investopedia para tener en cuenta los cambios en los precios del simulador así como los factores políticos económicos y el análisis fundamental propio de las

empresas en el mediano y largo plazo que cotizan en el índice y a su vez analizar el costo del rebalanceo de estos portafolios.

7. Bibliografía

Betancourt, K., García, C., Lozano, V. 2013 “Teoría de Markowitz con metodología EWMA para la toma de decisión sobre cómo invertir su dinero”.
Franco, L., Avendaño, C., Barbutín, H. 2011 “Modelo de Markowitz y Modelo de Black-Litterman en la Optimización de Portafolios de Inversión”.

Salazar, R. 2014 “Aplicación del Modelo de Black - Litterman a la selección de portafolios internacionales”.
Sanabria, A. 2015 “Portafolio óptimo del mercado del índice colcap 20 teniendo en cuenta la medida de diversificación de entropía”.
Pola, G. (2016). “On entropy and portfolio diversification. Journal of Asset Management”, 17(4), 218-228.
Meucci, A. 2009”.Managing Diversification.Risk-Bloomberg Education & Quantitative Research and Education paper”, 74-79.
Cover, T. M., Thomas, J. A., 1991. “Elements of Information Theory, Wiley series in Telecommunications and Signal Processing”
Markowitz, H. 1952. “Portfolio Selection”. The Journal of Finance, 7(1), 77-91.
Betancourt, K., García, C., Lozano, V. 2011 “Teoría de Markowitz con metodología EWMA para la toma de decisión sobre cómo invertir su dinero”. 73-74

Aviso de copyright. Los autores que se someten a esta conferencia están de acuerdo en los siguientes términos: Los
autores conservan los derechos de autor sobre su trabajo, al tiempo que permite a la conferencia para colocar este trabajo no
publicado bajo una licencia CreativeCommonsAttributionLicense, que permite a otros acceder, utilizar libremente y compartir el
trabajo, con un reconocimiento de la autoría de la obra y su presentación inicial en esta conferencia. Los autores son capaces de
renunciar a los términos de la licencia CC y celebrar acuerdos contractuales separados, adicionales para la distribución no
exclusiva y posterior publicación de este trabajo (por ejemplo, publicar una versión revisada en una revista, publicarla en un repositorio institucional y publicar en un libro), con un reconocimiento de su presentación inicial en esta conferencia. Además, se
anima a los autores a publicar y compartir su línea de trabajo (por ejemplo, en repositorios institucionales o en su página web) en
cualquier momento antes y después de la conferencia. Los autores están de acuerdo con los términos de este Aviso de Derechos
de Autor, que se aplicarán a la presente comunicación, siempre y cuando se publica por la presente Conferencia.

ANALISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL DE LA FIBRA DE ABACÁ, SU OFERTA EXPORTABLE HACIA REINO UNIDO Y SU APORTE EN EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA

Lolita Chamba Viscarra[15] Josué Mora Salavarría[16] Diana Terán Noé[17]

Jessica Guaipacha Marcillo[18]Barbara de Lourdes[19]

RESUMEN

La elaboración del presente proyecto tiene como objetivo principal analizar el mercado internacional de la fibra de abacá, su oferta exportable hacia reino unido y las tendencias cíclicas, que permita reconocer los factores y las variables que aportan valor agregado y permiten mejorar las condiciones de promoción de este producto en los mercados internacionales. Durante los últimos cuatro años el Ecuador ha presentado una tendencia positiva en cuanto respecta a las exportaciones no tradicionales. Un rubro importante dentro de este grupo es el abacá. Sin embargo, el Ecuador no es el único país que se dedica a dicha actividad. Se lo realizo mediante un diseño cualitativo y descriptivo, el cual es una forma de aproximación sistemática, nos apoyamos en una técnica de recolección de datos a través de información estadística ya establecida, además se elaborara un estudio del entorno del país de destino, mediante este se podrá identificar el perfil del importador mayorista. Para analizar el mercado internacional, describiremos los principales importadores, sus preferencias de consumo, sistemas de calidad así como los requisitos exigidos en su mercado. Sobre la oferta exportable hacia reino unido, revisaremos los principales productores, la transformación en la matriz productiva y el volumen de exportación. Finalmente, sobre las tendencias de las fluctuaciones del mercado objeto de estudio, revisaremos datos históricos que permita estimar una línea de tendencia y analizar la factibilidad de las exportaciones dadas la información estadística. Mediante el desarrollo de nuevos modelos de negocio que estén orientados en la diversificación de los productos no tradicionales, y que están dentro del cambio de la matriz productiva resulta de suma importancia para mejorar los niveles de competitividad del país a través de una producción, aportando al conocimiento y buscando alternativas para abrir nuevos mercados.

15
16
17
18
19

PALABRAS CLAVES: Oferta exportable, exportaciones, pasta de celulosa, matriz productiva.

ABSTRACT

The main objective of this project is to analyze the international market for abacá fiber, its exportable supply to the uk and cyclical trends, to recognize the factors and variables that contribute added value and allow to improve the conditions of promotion of This product in the international markets. During the last four years, Ecuador has shown a positive trend in relation to non-traditional exports. An important item within this group is the abaca. However, Ecuador is not the only country that engages in this activity. This is done through a qualitative and descriptive design, which is a systematic approach, we rely on a technique of data collection through established statistical information, in addition to a study of the environment of the destination country, through this

The profile of the wholesale importer may be identified. To analyze the international market, we will describe the main importers, their consumer preferences, quality systems as well as the requirements demanded in their market. On the exportable offer to the UK, we will review the main producers, the transformation in the productive matrix and the export volume. Finally, on the trends of the market fluctuations under study, we will review historical data to estimate a trend line and analyze the feasibility of exports given the statistical information. Through the development of new business models that are oriented in the diversification of non-traditional products, and that are within the change of the productive matrix, it is of the utmost importance to improve the competitiveness levels of the country through a production, Knowledge and looking for alternatives to open new markets.

KEY WORDS: Exportable supply, exports, cellulose pulp, productive matrix.

1.-INTRODUCCIÓN

1.1 CONTEXTO

Los cimientos del abacá (cáñamo de manila) surgen originalmente de Filipinas, país el cual tuvo la única producción de esta planta hasta la segunda guerra mundial, al buscar un nuevo lugar de cultivo se evidencio que Ecuador cumplía con las características necesarias para que este producto pudiese ser cultivado de manera óptima. El abacá cuenta con varios usos, entre uno de los principales esta la producción de bolsas de té, además se lo

considera como una de las mejores materia primas para el proceso de papel de seguridad y alta calidad (Posada María José-Fibras Naturales, 2009)

Filipinas es el primer exportador mundial de Abacá, mientras que otros países como Costa Rica también se dedican a comercializar el producto. Tanto la comercialización como producción presentas distintas características, algunas positivas y otras negativas, que influyen en la competitividad de la actividad.

Por lo tanto para determinar la situación competitiva del sector como la factibilidad de aquellas empresas exportadoras se plantea un análisis sobre la competitividad del abacá, relacionando a este tanto en el mercado nacional como internacional, e introducir en aquellas empresas exportadoras de fibra de abacá la elaboración de la pasta celulosa de dicho producto.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El abacá ecuatoriano al ser un producto no tradicional y de difícil cultivo en cualquier parte del mundo, el cual de manera sutil ha ido creciendo en el desarrollo de su producción y comercialización. Dentro de los factores fundamentales de que el abacá ecuatoriano no haya alcanzado hasta el momento su máximo nivel de explotación se debe a las políticas comerciales y públicas no socializadas para el proceso de producción del abacá, es decir a la mala estructuración de la asignación de recursos para los productores por parte de las instituciones regentes las cuales no han permitido a productores poder invertir en la reestructuración de procesos productivo y así diversificar los productos del abacá, escases de tecnología para la diversificación del producto, y por ultimo tenemos la falta de valor agregado durante el proceso productivo.

Estos aspectos no permiten que este producto consiga ser de un alto desarrollo por lo tanto son parte del gran inconveniente que afecta a los actuales niveles de exportación y esto conlleva a la inexistencia o desconocimiento del proceso de producción de la pasta de abacá como valor agregado en las exportaciones de fibra de abacá por lo tanto la escases de la tecnología adecuada para realizar elaboración de la pasta celulosa de abacá ecuatoriana.

1.3 OBJETO DE ESTUDIO

A continuación en la tabla 1 presentamos la taxonomía del abacá.

Tabla 7: Taxonomía

NOMBRE CIENTÍFICO:	**MUSA TEXTILIS NÉE**
Reino:	Plantae
División:	Magnoliophyta

Clase:	Magnoliophyta
Familia:	Musaceae
Género:	Musa
Especie:	Musa textilis
Nombre Común:	Abacá
Descripción:	Puede llegar a medir hasta 7 metros, compuesta por células largas y delgadas que forman parte de la estructura de soporte de la hoja.

Fuente: EcuRed

Elaborado por: Autores

1.4 PARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA.

La tabla 2 nos indica la clasificación según su partida arancelaria nandina de nuestro producto el abacá el cual forma parte del **ARANCEL NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR.**

Tabla 8: Partida Arancelaria

Sección XI	**MATERIALES TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS**
Capítulo 53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel
Partida	**5305** Coco, Abacá [Cáñamo De Manila (Musa Textilis Nee)], Ramio Y Demás Fibras Textiles Vegetales No Expresadas Ni Comprendidas En Otra Parte, En Bruto O Trabajadas, Pero Sin Hilar; Estopas Y Desperdicios De Estas Fibras, (Incluidos Los Desperdicios De Hilado.

Fuente: Arancel Nacional de Aduana del Ecuador

Elaborado por: Autores

2.- MARCO TEÓRICO

2.1 ORIGEN DEL ABACÁ EN ECUADOR

Según el (Boletin Trimestral, 2012) de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la historia del abacá en el país data de alrededor de 1960, cuando se introdujo esta planta desde las Filipinas. El Abacá es un producto autóctono de Filipinas. El producto se ha desarrollado en dicho país por siglos, mucho antes de la

colonización española. Sus condiciones climáticas y áreas volcánicas son particularmente adecuadas para su cultivo.

(Norman G. Owen, 1984) El abacá empezó a tener importancia comercial alrededor de 1820. Según los registros históricos, un teniente de la marina de Estados Unidos trajo muestras de la fibra de abacá por estas épocas a su país. Después de cinco años, la primera exportación de abacá proveniente de Filipinas hacia Estados Unidos (Salem, Massachusetts) tuvo lugar bajo el nombre de "Manila".

(Espinosa María Victoria-Revista Lideres, 2016) En el clima trópico - húmedo de Santo Domingo de los Tsáchilas, la empresa filipina Furukawa encontró un nicho de trabajo, hace un medio siglo. Desde 1963, la firma se concentra en el cultivo, la industrialización, comercialización y exportación del abacá. Esta es una de las cinco empresas que se dedican a este oficio en el país. Ecuador exporta la materia prima, especialmente a Japón, Reino Unido, España, Alemania, Filipinas e Indonesia.

Según datos del Banco Central del Ecuador, en los últimos cinco años el promedio de exportación fue de 9 387 toneladas de abacá. Por esa cantidad, el país percibe anualmente un promedio de USD 15 millones.

(Larico Cinthya-Periódico El Productor, 2012) Este país tiene la mayor producción de abacá en el mundo alcanzando un aproximado del 90% de las exportaciones a nivel mundial, después de la segunda guerra mundial, cuando el ejército japonés decidió parar la producción, los grandes productores de abacá comenzaron a buscar posibles lugares para la producción de la misma encontrando en Ecuador un país apto para su producción.

2.2 TIPOS DE ABACÁ EN EL ECUADOR

Según investigaciones, en Filipinas se pueden encontrar más de 40 variedades, mientras que en Ecuador se presentan dos. No todas las variedades son comercializadas, las más comunes que han sido tradicionalmente cultivadas son: Bungalanón (tipo negro y rojo), Tangongón (en tres tipos diferentes: negro, rojo y meristemático) y Maguindanao (tipo rojo y verde). (Leatham, 2000)

1) **Bungalanón.-** Es una variedad precoz, tiene un menor desarrollo como planta, con tallos pequeños y delgados, de color café en su base y verde brillante en su parte superior, produce fibras blancas y suaves.

2) **Tangongón.-** Se caracteriza por producir una fibra ordinaria pero fuerte; los tallos son de mayor diámetro y longitud, con producción de hijuelos limitados. Es ligeramente más resistente al "mal de Panamá".

El abacá tiene un ciclo de producción perenne. Al principio, le toma de 18 a 24 meses en producir, y después el producto se puede cosechar cada dos o tres meses. Para obtener mejores resultados, el abacá se debe cultivar en regiones con condiciones óptimas. Las mejores regiones para cultivar abacá son esas con clima tropical húmedo y temperaturas que varían de 22-28ºC (70-80ºF). (Villaprado Macias Cesar, 2012)

2.3 ZONAS PRODUCTORAS DE LA FIBRA NATURAL DE ABACÁ EN EL ECUADOR.

En el Ecuador el cultivo de Abacá se ha posicionado en las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas y Pichincha. El volumen de producción de las provincias que se dedican al cultivo de la abacá está basado a través del peso del tallo, ya que este tiene un peso promedio de 50 a 70 kilos, lo que conlleva a que se calcule que la producción anual por hectáreas es de 1.1 a 2 toneladas métricas de fibra de abacá.

La provincia de Esmeraldas tiene un volumen de producción de 2.311 toneladas en 677 has, lo que permite que su rendimiento sea de 3,4 Tm/ha. Se debe rescatar que el uso de variedades de abacá, es solo un 24 % de la superficie de la plantación.

En Santo Domingo el rendimiento promedio de producción es de 1.74 Tm/ha, mientras que en la Concordia, los rendimientos que se encuentran en variedades comunes son de 0.67 Tm/ha.

Cabe resaltar que en la región donde más predomina la producción del abacá es en la Sierra. Como segunda región es la Costa, en el oriente no se tiene algún porcentaje de cultivo de abacá, ya que si se encuentra un cultivo sería un milagro, debido a que el clima no es apto para esta producción.

2.4 PASTA CELULOSA A BASE DE ABACÁ

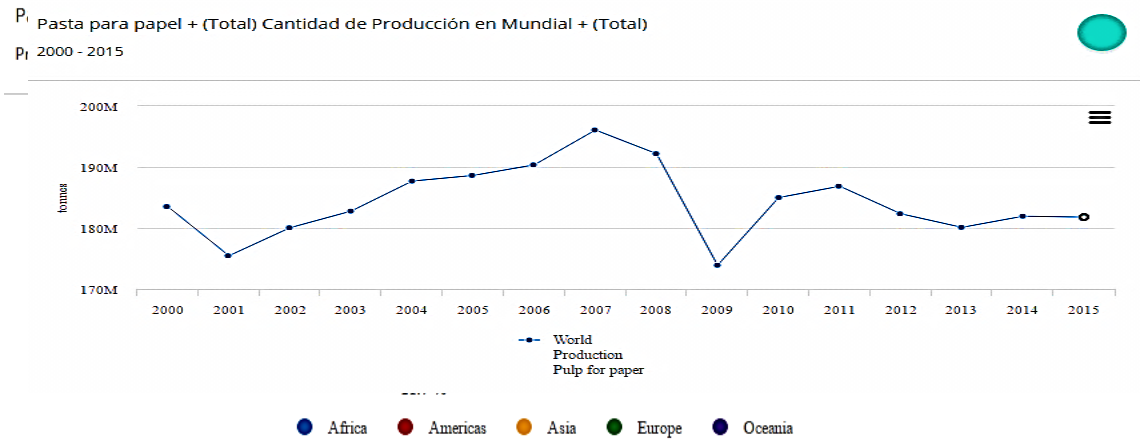
La estructura básica de la pasta y el papel es un entramado de fibras de celulosas unidas mediante enlaces de hidrógeno. Una vez separadas del resto de componentes no celulósicos, mediante el proceso de elaboración de la pasta de papel, estas fibras tienen alta resistencia a la tracción, absorben los aditivos empleados para transformar la pasta en papel y son flexibles, químicamente estables y blancas. (Demers Kay Teschke, 2000)

La mayor parte de la fibra de abacá se transforma en pasta y en papeles especiales, tales como bolsas de té y café, papel para envoltura de salchichas, billetes, papeles para cigarrillos, medicamentos, alimentos, desechos, papel de alta calidad para escritura, bolsas para aspiradoras. (FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura., 2016)

2.5 DEMANDA DE LA PASTA DE CELUSOSA A NIVEL MUNDIAL

La demanda por celulosa crece cuando la demanda de papel se incrementa y cae cuando dicha demanda se reduce. A diferencia de otros productos, en el caso de la celulosa no existe una bolsa donde se establezca un precio fijo de mercado, y la industria consumidora es renuente a utilizar instrumentos financieros que mitiguen las fluctuaciones en el precio del insumo, por lo que la volatilidad y la naturaleza cíclica de los precios es una característica permanente. (Grupo Editorial Editec, 2014)

Ilustración 1: Producción a nivel mundial 2000-2015



Fuente: FAO

Elaborado por: FAO

Análisis Del Grafico. La ultima baja registrada en los precios obedece a la menor demanda debido a ajustes en la economía China, el mayor consumidor de papel y por consiguiente de pulpa del mundo, al delicado escenario económico de Europa que aún persiste, y a la sobreoferta de celulosa en un mercado de papeles.

Ilustración 2: Producción por país 2000-2015

Fuente: FAO

Elaborado por: FAO

2.6 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE ABACÁ ECUATORIANO

(Pavón Cristina- Periódico El Ciudadano, 2016) El abacá es utilizado para producir papel de alta calidad y textiles. Cuyas principales empresas son:

- ✓ La Cooperativa Abacá Ecuador (CAE),
- ✓ Furukawa,
- ✓ Evans y
- ✓ Avaudesa.

Según un análisis de mercado realizado en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, el 42,8 % de la producción la maneja CAE, mientras que el 38,61% corresponde a Furukawa.

2.7 REFERENCIAS DEL PAÍS DE DESTINO – REINO UNIDO.

Tabla 9: Datos de País de Destino

Nombre Oficial	Reino Unido de Gran Bretaña
Capital	Londres
Forma de Gobierno	Monarquía Parlamentaria
Lengua Oficial	Ingles
Población	65,088,222 hab.(2015).
Crecimiento poblacional	0.54% (2015).
Moneda Oficial	Libra esterlina
PIB per cápita	USD 41,200 (2015)

FUENTE: PROECUADOR

ELABORADO POR: LOS AUTORES

2.8 PAIS DE DESTINO

El Reino Unido (en inglés, United Kingdom), denominado oficialmente **Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte** es un país soberano e insular, miembro de la Unión Europea, ubicado al noroeste de la Europa Continental. Su territorio está formado geográficamente por la isla de Gran Bretaña, el noreste de la isla de Irlanda y pequeñas islas adyacentes.

El Reino Unido es un Estado unitario comprendido por cuatro naciones constitutivas: Escocia, Gales, Inglaterra e Irlanda del Norte.

El Reino Unido también es uno de los importantes importadores de fibras de abacá y también de la pasta de celulosa de las fibras de esta planta. A pesar de ser uno de los mercados más difíciles de acceder y de convencer por sus altos requerimientos. Aunque Ecuador ya ha tenido anteriormente negociaciones comerciales con el Reino Unido es probable que ellos conozcan las virtudes y defectos que nuestro país tiene al realizar un negociable acuerdo.

El Reino Unido se interesó mucho en importar nuestra pasta de celulosa de fibras del abacá debido a que es un producto de buena calidad y lo su uso es necesario para productos que se utilizan diariamente en ese país.

2.9 CULTURA DE NEGOCIACIÓN DE REINO UNIDO.

El Reino Unido se caracteriza por tener un sistema de comercialización especializado y con una cultura tradicional. Es reconocido como uno de los mercados más difíciles de acceder por los altos requerimientos que exigen de los productos. Destacando que los importadores británicos son parcialmente informales, tratan a los interesados por su nombre y se comunican de manera preferencial vía e-mail.

A pesar de tener una informalidad innata, el importador británico conoce muy bien su mercado y le gusta tratar con empresas que se dediquen a realizar ofertas serias. Como en este caso Ecuador y Reino Unido ya han tenido

negociaciones anteriormente es muy probable que ellos conozcan las virtudes y defectos que tenemos al momento de realizar un acuerdo negociable. Por lo tanto se debe ser sinceros y directos con respecto al producto que se ofrece a exportar.

Cuando la empresa exportadora no puede cumplir con algún requerimiento del importador británico, ellos se disponen a trabajar conjuntamente con el exportador para así cumplir con los objetivos propuestos. Sin embargo, si el exportador promete algo que no puede cumplir, el importador británico cerrará las puertas definitivamente.

2.10 REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA ESTE PRODUCTO EN EL MERCADO DE EXPORTACIÓN.

2.10.1 ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES (BARRERA NO ARANCELARIA).

Los productos textiles solo podrán ser colocados en el mercado de la UE siempre que estén etiquetados o marcados o vayan acompañados de documentos comerciales de acuerdo al reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo.

2.10.2 ETIQUETADO Y MARCADO.

Uno de los requerimientos generales de los productos textiles en el mercado, es que el fabricante, distribuidor o importador deberá garantizar el suministro de la etiqueta o marca que indique la composición de fibra del producto. La etiqueta o marca deberá ser legible, visible, accesible. Además la etiqueta del producto debe estar impresa en la lengua oficial del Estado miembro en que el producto se ofrece al consumidor. (Export Helpdesk, 2016)

La información expresada en las etiquetas no debe contener abreviaturas, a excepción de los códigos de procesamiento mecanizado. Toda la información necesaria para aparecer en las etiquetas debe ser en inglés. Y la vigilancia correspondiente a las competencias de las autoridades de las normas de comercio local. La vigilancia e inspección de que si el producto se ajusta a uno textil podría tener cualquier lugar dentro de la etapa de la cadena; como en el aclaramiento de aduanas, almacenes distribuidores, mayoristas o minoristas de puntos de ventas.

2.10.3 BARRERA ARANCELARIA Y ACUERDO COMERCIAL.

El ingreso de este producto al mercado de Reino Unido tiene un arancel del 0,00% para los países integrantes de la OMC, ya que Ecuador es país miembro de la Organización Mundial de Comercio y está sometido al SGP Plus.

3. MEDODOLOGIA DEL ESTUDIO

Se puede establecer dos grandes clases de métodos de investigación: Los métodos lógicos y los empíricos. Los primeros son todos aquellos que se basan en la utilización del pensamiento en sus funciones de deducción, análisis y síntesis, mientras que los métodos empíricos, se aproximan al conocimiento del objeto mediante sus conocimiento directo y el uso de la experiencia, entre ellos encontramos la observación y la experimentación.

Para el desenvolvimiento de este proyecto se emplearan los siguientes métodos:

- **Método Inductivo**

En este método está comprendido entre sucesos particulares y generales los cuales se utilizan al momento de implementar el análisis del mercado REINO UNIDO en el cual se estudia la oferta, la demanda y el margen entre ellas que sería definido como la demanda insatisfecha, etc.

- **Método Analítico**

Este método es utilizado para darle una estructuración al proyecto en capitulo, temas, subtemas, etc. para así darle un orden secuencial y con sentido.

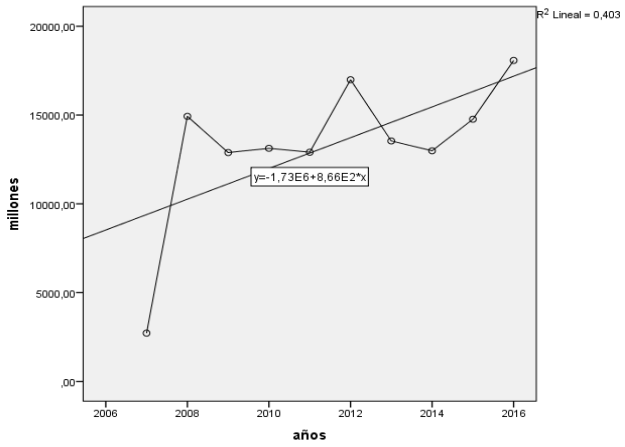
- **Método Sintético**

Este método selecciona lo estructurado en el método analítico y proyecta la conclusión de que si el proyecto es factible o no-

3.- RESULTADOS

En la **Ilustración 4 podemos** observar el análisis de regresión de las ventas del ABACÁ desde el 2007-2016 realizada con la base de datos obtenida del Banco Central del Ecuador en el cual se refleja la curva de regresión y la tendencia.

Ilustración 3: Exportaciones de abacá en Ecuador



AÑOS	MILLONES FOB
2007	$ 2.717,00
2008	$ 14.928,00
2009	$ 12.888,00
2010	$ 13.126,00
2011	$ 12.907,00
2012	$ 16.989,00
2013	$ 13.540,00
2014	$ 12.988,00
2015	$ 14.765,00
2016	$ 18.075,00

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Si bien es conocida la demanda mundial del papel a base de pulpa de madera o subproductos de este tuvo su incremento en el consumo los últimos años ya que era una materia prima de fácil adquisición. Esto tuvo que parar debido al calentamiento global y de esto surgió el reciclaje, pero no fue suficiente ya que para realizar este reciclaje y reutilizar el papel, en este debe ser añadido cierta parte pero en menores cantidades de pulpa, lo que da como resultado un producto que a pesar de ser ecológico y amigable con el ambiente posee características de menor calidad.

La pulpa de cáñamo de manila contiene un 77% a 80% de celulosa lo que lo convierte en una fibra y a su vez una pasta mucho más resistente que la de una de madera a lo que produciría un papel de características de mejor calidad que la de uno hecho con pasta de celulosa de madera.

Según la (FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura., 2016) La producción mundial del abacá está valorada alrededor de 60 millones de USD al año. Casi todo el abacá producido se exporta, principalmente a Europa, Japón y los Estados Unidos.

Gracias al incentivo del cambio de la matriz productiva por parte del gobierno ha ocasionado un incremente de las exportaciones de los productos no tradicionales en el país lo que resalta a este producto en ser un motivador más al fomentar el crecimiento de esta tendencia.

Con este proyecto se espera difundir este producto no tradicional; su capacidad productiva dando conciencia a productores minoristas, debido a que pocos se dedican a la producción de fibra natural de Abacá y ninguno ha incursionado en la elaboración de un producto semielaborado como la pasta de celulosa la cual realzaría sus costo de exportación que reciben por la fibra que al momento son muy bajos en comparación al proceso de producción y cultivo, además de la falta de incentivos y reestructuración de las entidades y asociaciones pertinentes.

4. CONCLUSIONES

- Ecuador es un país que está cruzando una etapa de cambios a nivel de exportaciones, enfocado en no cometer los errores del pasado, por tal razón esta propuesta está en post a ese cambio de la matriz productiva ya no exportando materia prima sino dándole un valor agregado a las exportaciones ecuatorianas.

- Nuestro país se encuentra posicionado como el segundo exportador a nivel mundial de fibra de abacá sin embargo esto no ha beneficiado de tal manera que si nosotros como ecuatorianos damos un plus a estas exportaciones nos podemos posicionar ya no como un segundo exportador de fibra sino convirtiéndonos en el primer país exportador de pasta celulosa a base de fibra de abacá que satisficiera las demanda de muchos países que requieren de esta pasta celulosa para realizar diferentes productos.

- Este proyecto es muy factible para los productores ecuatorianos de fibra de abacá, ya que de esta manera si ellos realizan la pasta celulosa a base de fibra de abacá podrían generar mayor ingresos para sus empresas esto generaría cambios positivos como mayor utilidad, expandir sus negocios, internacionalización de sus productos, generar más plaza de trabajos y a nivel de país generar mayor ingresos de divisas.

5. RECOMENDACIONES

Guardando relación con las conclusiones previamente planteadas, se han diseñado las siguientes recomendaciones:

- Es importante que se promueva la diversificación de la oferta exportable, a través de proyectos que como la Pasta celulosa a base de fibra de abacá buscan satisfacer las necesidades locales de generar fuentes de trabajo, al mismo tiempo que se contribuye en el cambio de la matriz productiva y la disminución de los déficits presentados en la balanza comercial, la misma que ha registrado mayor volumen de importaciones en los últimos años.

- Para lograr cumplir con nuestro objetivo de convertirnos en el primer país en exportar pasta celulosa tenemos que trabajar juntamente con planes de contingencias para tener enfocado nuestra meta que como país la podemos lograr, porque tenemos apoyo de instituciones del gobiernos que incentivan a exportar variedad de productos no tradicionales.

- Este investigación se realizó un objetivo bien planteado es sembrar en la mente de los productores ecuatoriano a desarrollar nuevos productos, lo que presentamos en este proyecto que es factible la exportación de la pasta celulosa que no solo ayudara económicamente al país sino también ayudara a muchas familias ecuatorianas a tener empleo.

REFERENCIAS

Boletin Trimestral. (2012). *Superintendencia de Economia Popular y Solidaria.* Guayaquil.

Demers Kay Teschke. (2000). *INDUSTRIA DEL PAPEL Y DE LA PASTA.* Obtenido de SECTORES BASADOS EN RECURSOS BIOLOGICOS: http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/72.pdf

Espinosa María Victoria-Revista Lideres. (2016). Santo Domingo exporta abacá de calidad. *LIDERES*, 1.

Export Helpdesk. (2016). *Export Helpdesk.* Obtenido de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES

FAO. (2016). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura.* Obtenido de http://www.fao.org/economic/futurefibres/fibres/abaca0/es/

FAO. (2016). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Obtenido de http://www.fao.org/economic/futurefibres/fibres/abaca0/es/

Grupo Editorial Editec. (9 de Enero de 2014). *Instituto de Ciencia e Investigación*. Obtenido de http://www.iciforestal.com.uy/la-region/1719-panorama-mundial-de-la-celulosa-tendencia-al-alza

Larico Cinthya-Periódico El Productor. (12 de OCTUBRE de 2012). El Abacá un cultivo de oportunidades para Ecuador. ECUADOR.

Leatham, D. D. (2000). *FACTORES ECONOMICOS QUE AFECTAN LA PRODUCCIÓN EN EL ECUADOR.* GUAYAQUIL.

Norman G. Owen. (1984). *MANILA HEMP AND MATERIAL LIFE IN THE COLONIAL PHILIPPINES.* London, England.

Pavón Cristina- Periódico El Ciudadano. (22 de 02 de 2016). Exportación de la fibra de abacá genera expectativas en productores del país. pág. 1.

Periódico El Telegrafo. (19 de Febrero de 2012). Los bajos precios del abacá desincentivan el cultivo de la planta . *El Telegrafo, ,* pág. 1.

Posada María José-Fibras Naturales. (2009). *El abacá se muestra prometedora, economizando energía, como sustituto de la fibra de vidrio en automóviles*. Obtenido de El abacá se muestra prometedora, economizando energía, como sustituto de la fibra de vidrio en automóviles: http://www.naturalfibres2009.org/es/fibras/abaca.html

Rodriguez Daniela. (17 de Julio de 2013). *Cáñamo, el cultivo del futuro*. Obtenido de http://cannabischile.cl/canamo-el-cultivo-del-futuro/

Villaprado Macias Cesar. (12 de Junio de 2012). *EL AGRONOMO ORGÁNICO*. Obtenido de EL AGRONOMO ORGÁNICO: http://elagronomoorganico.blogspot.com/2012/06/el-abaca.html

LA INNOVACION INVERSA COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION PARA LAS EMPRESAS SANTANDEREANAS

Bryan Andrés Martínez Vázquez[20] Angie Dayana Gelves Ibarra[21]

Resumen:

En un mundo donde existen cada vez menos oportunidades en los países desarrollados y un creciente aumento en la competencia por parte de las empresas que desean establecerse allí, la innovación inversa surge no solo como una estrategia sino, además, como herramienta para aquellas compañías que deseen dejar aquellos mercados sobresaturados y buscar nuevas alternativas a las cuales puedan llegar a satisfacer sus necesidades con un bajo costo y con niveles medio-altos de ingresos o ganancias.

La innovación Inversa representa el cambio en la dirección a la cual las compañías multinacionales le están apuntando, en donde se genera primero en las economías en desarrollo o emergentes, para después llegar a los países desarrollados con un propósito nunca antes pensado. Es aquí cuando observamos una oportunidad para que las empresas santandereanas aprendan sobre este modelo poco utilizado en el país y vean la implementación del mismo como una oportunidad para poder destacarse en los mercados internacionales para que así puedan llegar a contribuir a un mejor desarrollo económico.

Palabras claves:

Innovación Inversa, Estrategias, Internacionalización, Desarrollo económico.

[20] 314-3913951, bamv_176@hotmail.com
[21] 315-3127819, andage123@hotmail.com

Abstract:

In a world where there are fewer and fewer opportunities in developed countries and a growing increase in competition on the part of companies wishing to establish themselves there, reverse innovation arises not only as a strategy but also as a tool for those companies that wish to leave those oversaturated markets and to look for new alternatives to which they can meet their needs with a low cost and with medium-high levels of income or profits.

Reverse innovation represents the change in the direction to which multinational companies are targeting, where it is first generated in developing or emerging economies, and then reached the developed countries with a purpose never thought before. It is here when we see an opportunity for companies in Santander to learn about this model not very known or used in the country and see the implementation of it as an opportunity to excel in international markets so that they can contribute to a better economic development.

Key words: Reverse Innovation, strategy, Internationalization, Economic development.

Introducción:

Este trabajo de investigación esta basado en el estudio realizado por Vijay Govindarajan y Chris Trimble acerca del modelo de innovación inversa el cual hace referencia a aquellos procesos que se generan desde los países en desarrollo y que fluyen hacia los países con dinero.
A pesar de que no existan muchos ejemplos de su aplicación resulta interesante ver los casos en los que se ha implementado y como se resuelven las distintas problemáticas de las dos clases de economías con un mismo producto innovador. El propósito de nuestra investigación es dar a conocer las razones por las cuales las empresas santandereanas deberían considerar la innovación inversa como una estrategia para lograr entrar a los mercados internacionales, ya que esta les brinda una facilidad de ingreso con unos costos bajos y un nivel de utilidad y/o ganancias medio-alto, así como la posibilidad de expandir su marca y destacarse a nivel nacional frente a sus competidores.

Referente Teórico:

Marco Conceptual:

Según Schumpeter (1934), la innovación se entiende como un proceso de destrucción creativa, que permite que la economía y los agentes económicos evolucionen; asimismo, es la forma en que la empresa administra sus recursos a través del tiempo y desarrolla competencias que influyen en su competitividad.

Por otra parte la Unesco (1977) indica que la innovación involucra el empleo de los resultados de la investigación fundamental y aplicada en la introducción de nuevas aplicaciones o en la mejora de aplicaciones ya existentes.

Para Knight (1967) la innovación consiste en la adopción de un cambio que resulte novedoso para la empresa y para el entorno relevante.

Según Zaltman et al. (1973) una innovación es cualquier nuevo desarrollo de una idea, practica o artefacto material que es percibido como tal por las primeras unidades de adopción (empresas) dentro de un entorno relevante.

Pavon y Goodman (1976) definen la innovación como un conjunto de actividades inscritas en un determiando periodo de tiempo y lugar, que llevan a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea, en forma de nuevos o mejores productos, procesos, servicios o técnicas de gestión y organización

Los autores que introdujeron el concepto de innovación inversa son considerados uno de los 2 pensadores de estrategia más importantes de la actualidad. En su obra titulada "Innovación inversa, crear en el extranjero para triunfar en el mundo entero" (Govindarajan Vijay y Chris Trimble (2012) ponen en conocimiento un nuevo fenómeno que será el motor de un nuevo modelo de crecimiento mundial para las siguientes dos décadas. La innovación típicamente se originó en el mundo desarrollado y se extendió luego hacia el mundo en desarrollo. Una innovación inversa es aquella innovación que se inicia primero en el mundo en desarrollo. Con sorprendente frecuencia estas innovaciones desafían la gravedad y fluyen hacia el mundo desarrollado, cerrando así el círculo completo de este fenómeno.

Marco teórico:

Históricamente, las multinacionales innovaron en los países ricos y vendieron esos productos en los países pobres. La innovación inversa está haciendo exactamente lo contrario. Se trata de innovar en los países pobres y vender esos productos en los países ricos. Dado que dos tercios del crecimiento del PIB mundial del provienen de países en vía de desarrollo, la innovación inversa es un fenómeno importante. Es aquí donde el reto se genera para Colombia siendo un país en desarrollo y aún más para la región de

Santander que puede tomar máximo aprovechamiento a los distintos factores y ventajas competitivas que

tiene para lanzar al mundo distintos productos innovadores que luego puedan llegar a ser lanzados a los países desarrollados como Estados Unidos o muchos de Europa.
Alrededor de 2.000 millones de personas en el mundo pueden permitirse comprar buenos productos, mientras que los 5.000 millones restantes son pobres y, por lo tanto, no consumen. Innovar para resolver los problemas de los 5 mil millones de pobres representa la mayor oportunidad para las corporaciones. Sin embargo, esto también presenta algunos de los desafíos técnicos más difíciles para la humanidad, donde no podemos simplemente adaptar las soluciones utilizadas en mercados ricos. Tenemos que innovar de nuevo. Las limitaciones que plantea el servicio a los pobres impulsarán las innovaciones hacia productos de alto rendimiento y bajo costo que pueden transformar la vida de todos, incluidos los clientes de los países ricos.

Los primeros pronunciamientos académicos o de alta relevancia sobre la innovación inversa se dieron entre Vijay Govindarajan y Chris Trimble dos grandes estudiosos en cuanto al tema de la innovación, ambos conferencistas y profesores de alto prestigio en universidades de Estados Unidos. Gracias a estos dos personajes se pudo obtener información de tanto grandes como medianas y pequeñas empresas que habían venido realizando este tipo de proceso y las recopilaron en un solo libro que no solo habla de ejemplos de la aplicación de este modelo, sino también como aplicarlo y las mejores pautas a tener en cuenta si se desea llevar un producto a un país en vía de desarrollo para que allí prospere y luego pueda ser traído a las grandes economías del mundo. La publicación de este libro se llevó acabo en el año 2013, sin embargo varias lecturas y artículos ya se habían dado y publicado en la universidad de Harvard donde Govidarajan trabaja.
El tema de los fundamentos para el conocimiento del fenómeno de Innovación Inversa es en extremo escasa y poco conocida. Si bien en abril de 2012 fue publicado el más reciente libro de Vijay Govindarajan titulado "Reverse Innovation, create far from home win every where", el tema no está presente en los textos de la especialidad, ni siquiera en compendios o tratados para cubrir programas de estudio superiores. No se encuentran (salvo en Internet) artículos que se ocupen del problema, así como de la existencia de especialistas en metodología del conocimiento en gestión de la Innovación Inversa en empresas de consumo masivo.

El ingeniero Jorge Horita, director de Servicios Tecnológicos en el ITBA. En 1986, formó parte de un equipo, en Siemens, que desarrolló el Small Digital Exchange (SDE), una central telefónica para el mercado rural. "Surgió de una necesidad bien local, las zonas suburbanas, y se vendió en 25 países del mundo durante 15 años", comenta. "Entonces, **las multinacionales se basaban en la glocalización para expandirse**, es decir, **adaptaban las innovaciones del primer mundo hacia los países en desarrollo**, un modelo que muchas veces no era eficiente, por lo que terminó dando pie al nuevo modelo de innovación que rige hoy.
Horita, el profesor de Gestión de la Innovación en el MBA de la UBA, añade que los casos de innovación

inversa se dan en general por tres situaciones de disparidad entre países ricos y pobres: **la diferencia de ingresos, en la infraestructura y en sustentabilidad**. En este último caso porque los países en vías de desarrollo suelen tener más restricciones medioambientales que los ricos.

Rowan Gibson, considerado uno de los gurús de la innovación más prestigiosos del mundo, de las tres situaciones, destaca el precio. “Innovación inversa se trata de crear nuevos productos y servicios de bajo costo para los países emergentes, pero tan eficientes que son introducidos de nuevo en las economías más avanzadas”. En diálogo con Management, desde Chicaco, dice que “hay una gran oportunidad para las empresas de América latina”, no sólo con la innovación inversa, sino también con la trickle-up innovation, por la que “todos los empleados, hasta el más raso, participa en ella”.

Objetivo General :

Determinar el potencial puede llegar a traer a las empresas la implementación y desarrollo de la innovación inversa.

Objetivos Específicos:

- Describir el concepto de innovación e innovación inversa.
- Exponer como algunas empresas han implementado este modelo en sus estrategias de negocio.
- Dar a conocer las razones por las cuales deberían considerar la innovación inversa como una estrategia de mercado.

Metodología:

La metodología diseñada para el desarrollo de esta investigación fue de carácter descriptiva y documental tomando como referencia fuentes secundarias en donde se describe la realidad de la innovación inversa en las empresas de los países en vía de desarrollo en los últimos 8 años y si existe algún registro de alguna empresa colombiana que haya realizado este proceso o tenga el potencial de hacerlo

Resultados parciales:

compañías que aplican procesos de innovación inversa:

- GE ha desarrollado un electrocardiograma portátil para clínicas rurales de la India, así como un aparato de ultrasonidos para China. Son versiones baratas de aparatos tradicionalmente costosos,simplificadas y capaces de funcionar con electricidad intermitente, y se venden con éxito en Estados Unidos.

- Selco Solar ha creado sistemas energéticos simples y poco costosos que combinan paneles solares y baterías para alimentar eléctricamente cualquier instalación en cualquier lugar, por muy apartado que esté.

- Kiva.org se ha basado en el exitoso sistema de concesión de microcréditos ideado por Muhammad Yunus para Grameen Bank para acercar en Internet a inversores sociales y emprendedores en los países pobres. El éxito del servicio, pensado en principio sólo para ofrecer pequeños créditos a habitantes de países en desarrollo, ahora ofrece el mismo sistema para emprendedores y estudiantes en Estados Unidos.

- Tata Motors planea vender una versión del Tata Nano, su vehículo de bajo coste para las clases medias aspirantes de India, adaptada al mercado europeo, donde el coste del vehículo no sería el aspecto más crucial, aunque sí los acabados, la seguridad y la fiabilidad. El vehículo se llamará Tata Europa.

- BYD es una firma automovilística china con ambiciosos planes eléctricos. Ya vende berlinas eléctricas en China y desarrolla baterías de ión-litio a un precio cada vez más reducido. La empresa planea vender sus modelos eléctricos en Europa y Estados Unidos.

- Procter & Gamble averiguó que productos desarrollados para el mercado mexicano, como un remedio contra el catarro que incluye miel, también tienen éxito comercial en Estados Unidos y Europa.

- Nokia prueba varios modelos de negocio en Kenia y Ghana. La firma finlandesa, consciente de que el móvil se ha convertido en gestor informal de servicios para su población, incluyendo el

envío de dinero, ha desarrollado servicios para sus móviles de gama alta a partir de la infomación recogida en África.

- d.light Design ha creado una lámpara de 20 dólares y bajo consumo (LED) alimentada con pequeños paneles solares adosados en su exterior. Diseñada por un cooperante que comprobó las ineficiencias y efectos sobre la salud del queroseno, llegará a Estados Unidos tras haber vendido 250.000 unidades en África.

- Nestlé vende en Australia y Nueva Zelanda un plato preparado de bajo coste y bajo en calorías ideado originalmente para las zonas rurales de la India.

- Global Easy Water Product ha creado un económico sistema de riego que permite cuadruplicar las cosechas, a un precio de 32,50 dólares por 0,1 hectáreas (1.000 metros cuadrados). El sistema de riego podría interesar a agricultores, aficionados e incluso gobiernos locales de Europa, Estados Unidos y otros lugares interesados en instalar huertos urbanos y metropolitanos, etcétera.

Ahora destacaremos los problemas y triunfos de algunas compañías muy importantes del mundo. A continuación se explica los casos de Innovación Inversa de GE, Gatorade,Wal-Mart y NH Hospital:

GE: en el año 2000, la división de servicios médicos de General Electri había establecido posiciones de marcados solidas en países ricos, pero los resultados en países de desarrollo no eran buenos, esto se debe a la diferencia de prioridades que ya existía como por ejemplo la prioridad allí eran los precios bajos y una durabilidad media. GE no podía satisfacer las necesidades del marcado de estos países mediante la simple adaptación de las maquinas existentes es por esto que creo un nuevo modelo de una sus maquinas que se acoplara a los requerimientos del lugar donde quería incurrir. El producto que GE desarrollo fue una maquina de ultrasonido para remplazar la ya existente la cual requería parámetros que los países en desarrollo no podían suplir como una conexión de energía constante, un amplio espacio para su uso y que las personas tuvieran que llegar a ella.
La nueva maquina es portátil, su fuente de energía es de batería y es mucho mas económica que su predecesora, como este modelo tubo un alto impacto GE se dio cuenta que su modelo también podría tener uso en un país desarrollado como EE.UU. de esta manera notamos que la innovación ahora va en sentido contrario.

Gatorade: El médico de la Universidad de Florida quien creó la bebida Gatorade para ayudar con la rehidratación de los jugadores del equipo de futbol "Gators", estuvo al inicio de los años 60 en Bangladesh con un equipo de médicos para ayudar con los brotes epidémicos de cólera. Ahí el descubrió cientos de tratamientos locales muy antiguos contra la diarrea severa causada por el cólera. Al dar carbohidratos y azúcares en una solución salina los pacientes se rehidrataban más rápidamente. El médico vió un problema común en la necesidad de rehidratación rápida, pensó que dicho tratamiento que había funcionado bien en los pacientes de cólera iba a funcionar de seguro para los futbolistas sanos.

Wal-Mart: Cuando esta empresa de retail entró a los mercados emergentes de Centro y Sudamérica descubrió que no podía simplemente exportar su fórmula de retail. Ellos tuvieron que reducir radicalmente su tamaño. La compañía innovó creando una versión de tienda Wal-Mart similar a los más "acogedor" puntos de venta comunes en México, Brasil y Argentina. En 2011, Wal-Mart fue llevando el concepto "small-mart" de regreso a USA. Por un lado su mercado estaba saturado y muchos consumidores americanos sufrían la fatiga de realizar compras de gran tamaño.

NH Hospital: Narayana Hrudayalaya (NH) Hospital ha transformado la atención de salud en India. Uno de sus principales servicios es la realización de cirugía a corazón abierta a tan solo USD 2000, en comparación a los USD 20000 que cuesta en USA. El éxito del hospital puede ser parcialmente explicado por el bajo costo de la mano de obra, sin embrago el verdadero secreto del éxito está en la innovación en procesos. NH utilizó varios conceptos industriales de producción como el "Lean Service": la estandarización, la especialización del trabajo, sistemas de producción de flujo continuo y economías de escala. NH Hospital está llevando su modelo de negocio innovador al mundo rico con la construcción de un hospital en las Islas Caimán (a una hora de vuelo desde Miami) para el tratamiento de los americanos que no tienen seguro a un 50% por debajo de los precios en USA.

Resultados por obtener:

Hacer un análisis a fondo sobre las distintas empresas de Santander observando el potencial que tendrían a la hora de implementar un modelo de Innovación Inversa y los beneficios que esta podría llegar a traer para la región

Conclusiones:

- La innovación Inversa resulta pieza fundamental en las competencias entre las empresas multinacionales que desean dejar los mercados saturados y dirigirse a los países emergentes.

- Por medio de esta investigación se ha evidenciado cómo es que el concepto de innovación inversa es un tema poco estudiado, además de que muchas empresas pierden la oportunidad de surgir y mejorar económicamente debido a este desconocimiento.
- Para que se le pueda llamar innovación Inversa al proceso de llevar un producto a un país emergente, resulta menester que este vuelva a los países desarrollados para que puedan ser aplicados de manera totalmente nueva y renovada.
- Los dos grandes retos que los ejecutivos y las compañías modernas se enfrentan en este momento son: optimizar sus negocios actuales y, al mismo tiempo, innovar para crear nuevo valor para el futuro.

Bibliografía:

1. Diccionario Real Academia Española 2016.

2. Mielgo, N. L., Peón, J. M. M., & Ordás, C. J. V. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Netbiblo.

3. El cronista. (2012) innovación inversa informe especial.

4. Fair companies (2010) la innovación inversa: cunado el mundo emergente crea lo mejor.

5. innovación inversa, crear en el extranjero triunfar en el mundo entero, Vijay Govindarajan & Chris Trimble (2012)

6. V. Govindarajan, (2012) "A reverse-innovation playbook", Strategic Direction, Vol. 28 Issue: 9, https://doi.org/10.1108/sd.2012.05628iaa.008

7. The Explainer: Reverse Innovation- Harvard Business Review https://hbr.org/video/5012643403001/the-explainer-reverse-innovation

8. Webinar in the Harvard Business Review made by Vijay Govindarajan https://hbr.org/webinar/2012/06/reverse-innovation-create-far
9.

LA NECESIDAD DE UN MODELO ECONOMICO BASADO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE E INCLUYENTE

Carlos Alberto Prieto Valero [22]

RESUMEN

La presente investigación plantea una reflexión económica basada en la revisión de autores a nivel internacional y regional, al respecto de la importancia de los modelos de desarrollo alternativos bajo el actual panorama económico en el planeta, donde la distribución equitativa e incluyente de rentas, la sostenibilidad ambiental y el crecimiento económico, converjan en el progreso de las sociedades garantizando condiciones de vida deseables en el mediano y largo plazo, sin comprometer el futuro de la humanidad. Se mostrará un contraste sobre las características del modelo económico actual comparado con los modelos de desarrollo alternativo, exponiendo algunos casos de países que han decidido caminar por la senda del desarrollo con excelente resultados, evidenciando con ello que no es una utopía pensar en la posibilidad de lograr objetivos simultáneos de crecimiento, sostenibilidad y desarrollo social en una economía dada.

Palabras Clave: *Crecimiento Económico, Desarrollo, Distribución de ingresos, Modelo económico, Sostenibilidad.*

[22] Economista. Especialista en Gerencia. Profesor Adscrito a la Facultad de Administración de Negocios Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Email: capvalero@hotmail.com

ABSTRACT

The current research raises an economic reflection based on a review at international and regional level of author`s, regarding the importance of alternative development models under the actual economic scenario in the planet, where the equitable and inclusive distribution of income, environmental sustainability and economic growth, converge on the progress of societies by ensuring desirable living conditions in the medium and long term, without compromising the future of humanity. It will show a contrast on the characteristics of the current economic model compared to alternative development models, exposing some cases of countries that have decided to walk through the path of development with excellent results, showing that it is not an utopia to think about the possibility of Achieve simultaneous goals of growth, sustainability and social development in a given economy.

Keywords: *Economic growth, Development, Income distribution, Economic model, Sustainability.*

LA NECESIDAD DE UN MODELO ECONOMICO BASADO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE E INCLUYENTE

Introducción

El modelo económico actual ha generado un aumento considerable de la riqueza en el mundo desde mediados del siglo XX gracias a los aumentos en productividad, tecnología e innovación. Sin embargo, esa forma de desarrollo basado en el crecimiento económico también ha suscitado profundas desigualdades de rentas en la mayoría de los países pues a pesar de los avances en la salud, educación, ingresos y conocimientos, estos no se distribuyen a toda la población por igual, llevando a las sociedades a desarrollos dispares y excluyentes causando en los gobiernos conflictos internos, pobreza, guerras y crisis sociales. Adicionalmente, esta situación se acentúa si se observan los indicadores de deterioro medioambiental, sobretodo del agua y aire, en muchos de los países del mundo, pues a pesar de los esfuerzos por evitar los impactos ecológicos establecidos en los distintos acuerdos internacionales y cumbres de las Naciones Unidas (De Vengoechea, 2012), las estadísticas muestran que el daño a la capa de ozono, el derretimiento de los polos y el efecto invernadero se han incrementado con el pasar de los años, y de llegar a ignorarse estos fenómenos, los efectos serán irreversibles como advierte el ex vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore (1992 y 2006).

El objetivo de la presente ponencia es recalcar la importancia de la implementación de modelos de desarrollo alternativos, donde el incremento en la riqueza no sea solo para pocos, sino que el mismo pueda llegar a las manos de los más necesitados, generando condiciones de equidad, justicia, igualdad que garanticen un futuro mejor para todos los miembros de un país de manera sostenible y amigable con el medio ambiente, garantizando el futuro de la humanidad.

Marco teórico

Para que exista desarrollo debe existir crecimiento, pero el crecimiento no garantiza desarrollo. Teóricamente, los modelos económicos tradicionales se basan en el crecimiento económico como indicador por excelente del desempeño de un país. Este crecimiento se refiere al incremento en una unidad del tiempo del PIB, es decir, el incremento del ingreso por habitante. Por otra parte, los modelos económicos alternativos tienen sus fundamentos en el concepto del desarrollo, término que involucra no solo cambios cuantitativos sino cualitativos, es decir, una construcción social de una estructura integral, sostenible e incluyente. Si bien, ambos conceptos aluden a procesos evidentemente vinculados, son distintos entre sí.

El concepto de crecimiento es un instrumento útil pero obscuro (Perroux, 1984), ya que presenta problemas de medición, que aumentan en el caso de los países subdesarrollados donde existen estructuras económicas heterogéneas, con amplios sectores atrasados que operan con una lógica diferente del sector capitalista moderno de la economía, y en los cuales la producción más que medirse, se imputa. Un ejemplo de ello se puede apreciar a lo largo de la historia, donde han concurrido procesos de alto crecimiento, como en el caso de las economías

petroleras que no se tradujeron en desarrollo, ya que no homogenizaron las estructuras productivas ni mejoraron el bienestar social de sus poblaciones (Guillen, 2010).

Otro de los elementos que tiene el modelo económico actual es que oculta los efectos de la destrucción ecológica y/o el deterioro de los productores directos, además de decir poco o nada sobre las condiciones reales de vida de la mayoría de la población, o sobre la distribución del ingreso entre las distintas clases y grupos sociales. Actualmente es urgente revalorar el concepto de crecimiento y avanzar en la definición de *crecimiento sustentable*.

Bajo el actual modelo, mayoritariamente capitalista, el mercado genera desigualdad y concentra la riqueza, tanto social como regionalmente. El progreso social, y por ende el desarrollo, no puede lograrse mediante el mercado, sino a través de la aplicación por parte del Estado de políticas de redistribución del ingreso, de la propia organización, de los productores y de la creación y modificación de las instituciones, entre otros. Para Furtado (1964), el desarrollo involucra el cambio de las estructuras económicas, pero también de los valores sociales.

Se ha demostrado que la obtención de mínimos de bienestar social, no es el resultado automático de la acumulación de capital. De hecho, si se deja a la espontaneidad el mercado, este genera desigualdad y concentración de la riqueza. El *progreso social* si bien reclama, como prerrequisito, un crecimiento duradero del producto nacional y de cambios cualitativos en la estructura productiva, requiere de la existencia de instituciones orientadas a ese fin y de la acción organizada de los grupos sociales.

Postulados como la teoría del "goteo" (*trickle down)*, es decir, la idea de que el crecimiento económico redundará, tarde o temprano, en progreso social, se han revelado como falsas, tal como lo evidencian diversas experiencias históricas, llegando a la conclusión que sin equidad, el crecimiento mismo se obstaculiza.

En últimas, se puede decir que los modelos de desarrollo alternativos son procesos multidimensionales, técnicos, económicos, sociales, políticos y culturales que reclaman una estrategia deliberada y la acción organizada de las instituciones y de la sociedad. Como diría Rodríguez (1980): "El desarrollo no puede ser nunca el resultado espontáneo del mercado". El mercado, elemento clave del actual modelo económico, ni redistribuye el ingreso ni crea estructuras productivas articuladas, ni es garante de la sostenibilidad ambiental y ecológica. En cambio, los modelos de desarrollo alternativo entrañan la consecución entrelazada de tres objetivos vitales para cualquier sociedad incluyente y sostenible: A) Un crecimiento económico alto, duradero y sustentable (compatible con la conservación de la naturaleza) del ingreso por habitante; B) La construcción de un sistema productivo auto centrado e integrado, y C) la satisfacción de las necesidades básicas de la población en materia de alimentación, educación, salud y cultura, así como la satisfacción creciente de las *necesidades humanas esenciales* que garanticen el futuro de la sociedad.

Metodología del estudio

La metodología utilizada para la presente investigación fue una revisión de fuentes bibliográficas sobre modelos de desarrollo alternativo, así como publicaciones con datos relevantes de algunos de los entes más importantes para la economía global como el Banco Mundial, las Naciones Unidas, la Organización Mundial de la Salud, entre otros, quienes han manifestado las consecuencias de la implementación del actual modelo económico en la salud

y el entorno, y han hecho recomendaciones para evitar los impactos negativos, de manera que la sostenibilidad y la inclusión sean ejes fundamentales en la agenda de los países del planeta.

Resultados

De acuerdo con Amate y Guarnido (2011) desde 1980 la desigualdad en la distribución de los ingresos se ha profundizado en muchos más países que en los que ha disminuido con el actual modelo económico. Se estima que por cada país que ha reducido la desigualdad en los últimos 30 años, más de dos han empeorado. Al respecto, el último informe del Banco Mundial calcula que, a pesar de las mejoras en las últimas décadas, casi 1.200 millones de personas viven con una renta máxima de un dólar diario, lo que supone que cerca de la cuarta parte de la humanidad se encuentra en una situación de extrema pobreza, sin poder cubrir siquiera sus necesidades básicas de alimentación.

Por otra parte, el actual sistema ha provocado un deterioro significativo del medio ambiente como lo evidencian las estadísticas de la OMS sobre contaminación poniendo en riesgo la sostenibilidad mundial. Según la entidad, solamente un 12% de las personas que viven en las grandes ciudades ocupan lugares que se ajustan a las guías medioambientales del organismo, y casi la mitad de la población mundial está expuesta a niveles de polución del aire 2,5 veces por encima de los recomendados. Adicionalmente, la ONU considera que cerca del 25% de las enfermedades que afectan a los humanos son producto del ambiente, específicamente de la contaminación del aire, agua y tierra, sobretodo en países subdesarrollados. Casi 3,4 millones de muertes prematuras en todo el mundo son causadas por estos niveles de contaminación, factor decisivo en las enfermedades respiratorias y cardiovasculares. Se resalta que la mayoría de las muertes se producen en los núcleos económicos y urbanos de algunos de los principales potencias mundiales, tales como China (1,4 millones), India (645.000) y Pakistán (100.000).

Tal es la importancia del tema que preocupan las decisiones medioambientales de los Estados Unidos con su salida de la cumbre de Paris. Ante el panorama actual surge la pregunta: ¿Puede llegar a afectar la sostenibilidad mundial la salida de Estados Unidos del acuerdo internacional? La respuesta es sí. Según datos estadísticos, Estados Unidos utiliza cerca del 25% de todos los recursos de la Tierra y produce el 30% de toda la basura en el mundo, siendo el país que más contamina, razón por la cual el riesgo ambiental es inminente (Pino, 2015).

Por todo lo visto hasta el momento, se puede afirmar que a pesar de contar con países que ostentan tasas de crecimiento altas, sumado a las mejoras en algunos componentes del desarrollo económico y social, producto de los avances tecnológicos y científicos en las distintas regiones del mundo, se mantienen profundas desigualdades; la brecha que separa a los países desarrollados de aquellos en desarrollo todavía es enorme y algunos aspectos clave no muestran señales de convergencia. Además, y tras producirse la peor crisis financiera que ha afectado al mundo en varias décadas, se ha puesto de manifiesto la inestabilidad de muchos de los logros obtenidos en materia de desarrollo. Es por esto que la necesidad de la implementación de modelos de desarrollo alternativo es una necesidad y una realidad en este momento para muchos países.

Una propuesta metodológica se puede apreciar en la Tabla 1 donde se contrastan las características más frecuentes del modelo económico tradicional que se utiliza en el mundo, con las algunas alternativas que pueden optar los países para garantizar no solamente el crecimiento económico y productivo, sino la sostenibilidad y así poder reducir la brecha social existente en términos de la distribución de ingresos y calidad de vida de sus países y por ende, de sus habitantes.

Tabla 1

Modelo Económico Tradicional vs Modelo de Desarrollo Alternativo

Aspectos	**Modelo Económico Tradicional**	**Modelo de Desarrollo Alternativo**
Construcción de Nación	La nación se construye a partir de una dirigencia pequeña con la capacidad de cooptarse - a través principalmente de una educación superior selectiva - y de orientar una gran masa de personas pobremente educadas.	Una población bien educada y con capacidad de pensar críticamente como base para la creación de nación y el prerrequisito para la selección de buenos dirigentes por medio de un debate democrático abierto.
Finalidad del Desarrollo Económico	Maximizar la producción y las transacciones de bienes y servicios.	Asegurar el crecimiento ético e intelectual de la gente por medio de la satisfacción (como metas) de sus necesidades básicas de entendimiento, creación, identidad, libertad, etc.
Integración Territorial	Se construye desde el centro hacia la periferia, con regiones definidas políticamente alrededor de las grandes ciudades o los corredores metropolitanos.	Se construye interactivamente desde las redes sociales locales y las asociaciones de localidades en provincias, y sus relaciones con los niveles regionales y nacional.
División del Trabajo	La industria en las ciudades y la producción de materias primas en las zonas rurales.	Conglomerados o redes de producción urbano-rurales con fábricas agroindustriales en las zonas rurales.

El lugar de la Educación Superior	En la ciudad para los jóvenes citadinos. Los provincianos pueden emigrar a la ciudad para obtenerla o prepararse en la provincia para oficios relativamente simples y de bajo contenido científico-tecnológico.	La provincia debe contar con establecimientos de primera categoría, capaces de atraer aún a los jóvenes nacidos en las zonas urbanas, para preparar a los campesinos de hoy para "la actual economía del conocimiento".
Fuentes de la Productividad en la Economía Rural	La asistencia técnica proporcionada por profesionales graduados en la ciudad y los insumos (semillas, insecticidas) producidos en la ciudad o en el exterior.	Empresarios, ingenieros, gerentes y tecnólogos preparados en la provincia y comprometidos con su desarrollo social y económico.
Comercialización Internacional	La producción de materia prima debe fluir desde las zonas rurales hacia las grandes ciudades que las consumen o reenvían, con o sin un procesamiento previo, a los mercados internacionales.	Las "Agencias de Desarrollo Económico Provincial" deben identificar negocios rentables (competitivos), construir relaciones comerciales y expandirlas a través del mercadeo de su identidad regional.
Factores Críticos	- La tierra - Los bienes de producción (capital)	- El capital social - El conocimiento.

Nota: Tomado de Aldana Valdez (2006).

¿Existen países en el mundo que tengan incorporados modelos de desarrollo alternativos y a la vez generen crecimiento económico significativo en el actual panorama económico? Efectivamente. Países como Suiza, Alemania, Suecia, Noruega, Australia o Finlandia, hacen parte de la lista de países que le han apostado a la implementación de modelos de desarrollo alternativo, reconocidos por su compromiso medioambiental y su alto grado de inclusión social entre las regiones rurales y urbanas, garantizando calidad de vida y sostenibilidad además de crecimiento económico.

Estos países y otros más, se reconocen por que han evolucionado en el manejo de sus economías, pasando del interés por el solo crecimiento económico a la preocupación y el establecimiento de políticas, leyes, programas, planes y lineamiento de desarrollo sustentable en sus territorios. A todos ellos se les conoce como miembros oficiales de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), a la cual únicamente entran los países que cuentan con estándares de vida desarrollados, es decir, aquellas que tengan una correlación muy

clara entre las ganancias económicas y la sustentabilidad de un país. Como toda regla tiene sus excepciones, el hecho de ser país miembro de la OCDE no es sinónimo de perfección en cuanto a la implantación de modelos de desarrollo alternativo, mas si es muestra de estar en la ruta adecuada para la preservación ambiental, garantizando la sostenibilidad en el tiempo.

La experiencia de los países miembros de la OCDE muestra que se puede tener crecimiento económico sin deteriorar las condiciones de vida de la población, y es esa reflexión precisamente la que se quiere resaltar en la presente investigación.

Conclusiones y Recomendaciones

Se puede concluir con esta investigación que es un gran mito justificar el deterioro ambiental, así como la desigualdad de rentas con la excusa de aumentar el crecimiento económico de un país. Es necesario que los gobiernos reformulen su entendimiento de la economía y que los países comprendan que el futuro de la humanidad está en sus propias manos. El cambio no sucederá de un momento a otro, pero seguramente habrá que comenzar por reformular algunas políticas económicas y encaminarlas por la vía de la inclusión social, cuidando los recursos naturales, garantizando con esto su aprovechamiento en el futuro del país.

A fin de cuentas, cada nación es gestor y responsable de su futuro según el nivel de importancia que le brinde a los fenómenos económicos sin descuidar el desarrollo, la sostenibilidad y la justicia y equidad social. Como diría el político y ecologista Al gore: “La dicotomía entre desarrollo y sostenibilidad es falsa. Sin planeta, no hay economía que valga”.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios y a mi familia, y de manera muy especial a los Docente de la Escuela de Economía y Administración de la Universidad Industrial de Santander, Gonzalo Alberto Patiño Benavidez y Rafael Alcides Téllez Sánchez (Téllez, 2009), quienes forjaron mis conocimientos sobre crecimiento, desarrollo, sostenibilidad y su importancia, estrategias, alternativas e impactos de los mismos para las economías latinoamericanas y en general, para la economía mundial.

Referencias

Aldana Valdés, Eduardo. (2006). Una propuesta alternativa para el desarrollo regional de Colombia: El Experimento del INNOVAR del Suroriente del Tolima. Colombia: Recuperado de: http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-108104.html

Amate Fortes, Ignacio, y Guarnido Rueda, Almuneda.(2011). Factores determinantes del desarrollo económico y social. Málaga. España: Analistas Económicos de Andalucía.

De Vengoechea, Alejandra. (2012). Las cumbres de las Naciones Unidas sobre cambio climático. Proyecto Energía y Clima de la Fundación Friedrich Ebert – FES. Colombia: Recuperado de: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-energiayclima/09155.pdf

Furtado, Celso. (1964). Dialéctica del desarrollo. México: Fondo de la Cultura Económica. Primera Edición en Español.

Gore, Albert Arnold. (1992). Earth in the balance. Forging a new common purpose. United Kingdome: Editorial Earthscan.

Gore, Albert Arnold. (2006). An Inconvenient Truth. The planetary emergency of Global warning and what we can do about it. Pennsylvania. United States: Editorial Rodale Books.

Guillen, Arturo. (2010). Estrategias Alternativas de Desarrollo. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Perroux, Francois. (1984). El desarrollo y la nueva concepción de la dinámica económica. España: Serbal-UNESCO.

Pino, Fernando. (2015). Vix. 11 datos sobre la contaminación de los que tienes que ser consciente. España. Recuperado de: http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/6053/11-datos-sobre-la-contaminacion-de-los-que-tienes-que-ser-consciente

Rodríguez, Octavio. (1980). La teoría del subdesarrollo de la CEPAL. México: Siglo Veintiuno Editores.

Téllez Sánchez, Rafael. (2009). Desarrollo Social Alternativo… Un desafío. Bucaramanga, Colombia: Universidad Industrial de Santander.

COLTÁN: PROYECCIONES EN TIEMPO DE PAZ

Sara Castellanos López[23] Luisa González Rúa[24] Agustín Piedrahita Velásquez[25]

Carolina Suárez Torres[26] Venus Toro Arenas[27]

Resumen

En el 2009 en el territorio colombiano se encontraron fuentes significativas de la aleación de minerales denominado comúnmente como coltán, y este es considerado un recurso estratégico, dado a la alta demanda mundial para la fabricación de aparatos electrónicos. Por esto y teniendo en cuenta el contexto de posconflicto en el que se encuentra este país se considera pertinente investigar y proponer alternativas al modelo de explotación de este recurso, el cual ha sido casi exclusivamente explotado por grupos ilegales. Todo esto tomando como referencia los casos de Australia, República Democrática del Congo y Venezuela, con el fin de realizar un análisis comparativo en el que se evidencie como la formalización de la explotación repercute en las dinámicas sociales.

Palabras claves: Coltán, Disidencias de las FARC, Minerales estratégicos, Señores de la Guerra, Triangulación.

Abstract

23
24
25
26
27

In 2009 were found reserves of a mineral alloy known as coltan in the Colombian territory, a key resource due to its high demand for the production of electronic devices. Considering that and the actual scenario after the peace process, it is relevant to deeply analyze and propose different alternatives to the mainly illegal extraction model carried on in the country. To reach this goal, it will be studied the evidence of Australia, Democratic Republic of Congo and Venezuela; finally after a comparative analysis, it will be discussed how the formalization of the industry will echo on the society.

Key Words: Coltán, FARC´s Dissidents, Strategic minerals, Triangulation, Warlords.

INTRODUCCIÓN

Los teléfonos móviles cuyos usuarios representan el 70% de la población mundial, en realidad desconocen la composición de los mismos, y más aún, ignoran las implicaciones económicas, políticas, sociales y ambientales que trae la explotación minera de uno de sus principales elementos: El coltán

El coltán es una aleación de minerales, compuesto en su mayoría por Tantalita y Columbita; su valor está determinado en gran medida por la concentración de tantalita presente en la misma; La importancia de este elemento radica en los usos de *IoT* (*internal network of things),* como es el caso de la industria aeroespacial y los condensadores electrónicos (utilizados en dispositivos móviles), estos son los participantes con mayor incidencia en el mercado del coltán.

En el mercado mundial la mayor cantidad de explotación y comercialización del coltán se ha dado en la República democrática del Congo, país que se ha caracterizado por sus débiles instituciones y ausencia de marco normativo que regule esta explotación, esto ha repercutido de manera negativa en las dinámicas sociales, económicas y ambientales, ejemplo de ello fue la guerra del Congo en 1998 que tuvo como consecuencia la muerte de 6 millones de personas aproximadamente.

Otro actor relevante en la investigación es Australia como caso de estudio, en el cual la extracción de coltán está formalizada. No obstante, a partir del 2008, el mayor extractor y procesador de esta aleación, *Talison Minerals* se vio forzado a cerrar su mina *Wodgina Tantalum*, debido a la sobreoferta y los bajos precios en África Central, como consecuencia de la explotación informal e ilegal en la zona disminuyendo los costos de extracción.

Para efectos de esta investigación también es importante mencionar el caso del coltán en Venezuela. En la última década se han producido diversas declaraciones sobre la existencia de yacimientos de este mineral en la zona limítrofe con Colombia, donde el ejecutivo mostró su interés en incluir a multinacionales en el proceso de explotación del mismo. No obstante, la minería del coltán se ha convertido en un material relegado puesto que no se ha desarrollado una política consistente que regule su explotación, la cual ha sido controlada en su mayoría por actores ilegales tales como grupos al margen de la ley.

En Colombia se encontraron yacimientos de coltán en las zonas de Guainía, Amazonas, Vaupés, Vichada, entre otras. En estas la mayoría de la extracción es realizada por grupos ilegales, y en la actualidad se podría decir que toda la explotación del coltán es ilegal, debido a que desde el 2014 se revocaron todas las licencias dadas y desde entonces no se han vuelto a renovar.

De esta forma, la pertinencia del proyecto investigativo radica en el análisis de las diversas condiciones en países que explotan el coltán, ya sea legal o ilegalmente, como referentes que posibiliten una propuesta de explotación legal en Colombia.

METODOLOGÍA

Esta investigación es cualitativa con bases cuantitativas, es decir, se toma como punto de partida las estadísticas sobre la explotación de Coltán en el mundo, con el fin de realizar un análisis posterior acerca de la posición que debería tomar Colombia frente a este recurso. La investigación tiene aspectos que incluyen análisis comparativos, descriptivos, y producción de nuevas fuentes de información.

Se basará en la recolección y análisis bibliográfico de las variables: geográficas, impacto social, actores que lo explotan e instituciones reguladoras, de los países Colombia, Australia, República Democrática del Congo y Venezuela.

Por medio de entrevistas a personas involucradas en la extracción del coltán o que tengan conocimiento del mismo, se busca recolectar información de fuentes primarias que aporten al trabajo investigativo, debido a que no hay documentación suficiente.

MARCO TEÓRICO

Áreas estratégicas: "áreas estratégicas mineras del territorio nacional, a las que se les denominará Distritos Mineros Especiales, mediante las cuales se facilitará la relación Estado-Sociedad-Territorio y se estimulará la planeación participativa en un contexto de desarrollo humano sostenible y equilibrio para la competitividad del territorio." Art 26, Ley 1382 de 2010

Arenas negras: Estas corresponden a las arenas ricas en minerales y elementos como la tantalita o la wolframita o tungsteno.

Burbuja Financiera: son un fenómeno que se produce en los mercados. Consisten en un aumento progresivo y exagerado del precio de un activo o de un bien, muy por encima de su valor de equilibrio. Este aumento perdura durante meses o incluso años, hasta que se empiezan a producir fuertes fluctuaciones en el precio y finalmente una fuerte caída, que se llama estallido de la burbuja. El estallido de una burbuja financiera puede acarrear quiebras de empresas y crisis económicas (Liedtke, 2017).

Coltán: "unificación de las iniciales de la Columbita - una mena de Columbio, o Niobio - y la tantalita - una mena de Tántalo o Tantalio." Boletín no.18 del Ministerio de Minas y Energía.

Disidencias de las FARC: Grupo que realiza la acción de separase de la común doctrina, creencia o conducta. En el caso de la explotación del coltán son los frentes 1, 16, 57 de las FARC.

Lista Clinton: La Lista Clinton es una base de datos, o "lista negra" llamada oficialmente: Specially Designated Narcotics Traffickers o SDNT list, es una lista dónde se agrupan empresas o personas de todo el mundo que para los Estados Unidos de Norteamérica, han tenido nexos con dineros del narcotráfico, han sido narcotraficantes o han estado inmersos en delitos de lavado de activos (MART, 2017).

Minerales estratégicos: Son aquellos que no se pueden producir en el país, o cuya producción no logra satisfacer la demanda nacional, bien sea ésta causada por necesidades militares o industriales en general (MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, 2015).

Minería Ciencia, técnicas y actividades que tienen que ver con el descubrimiento y la explotación de yacimientos minerales. Estrictamente hablando, el término se relaciona con los trabajos subterráneos encaminados al arranque y al tratamiento de una mena o la roca asociada. En la práctica, el término incluye las operaciones a cielo abierto, canteras, dragado aluvial y operaciones combinadas que incluyen el tratamiento y la transformación bajo tierra o en superficie (MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, 2015).

Minería a cielo abierto Actividades y operaciones mineras desarrolladas en superficie. (MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, 2015).

Minería formal Conformada por unidades de explotación de tamaño variable, explotadas por empresas legalmente constituidas. (MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, 2015).

Minería ilegal Es la minería desarrollada sin estar inscrita en el Registro Minero Nacional y, por lo tanto, sin título minero. Es la minería desarrollada de manera artesanal e informal, al margen de la ley. También incluye trabajos y obras de exploración sin título minero. (MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, 2015).

Mina 1. Excavación que tiene como propósito la explotación económica de un yacimiento mineral, la cual puede ser a cielo abierto, en superficie o subterránea. 2. Yacimiento mineral y conjunto de labores, instalaciones y equipos que permiten su explotación racional. 3. El Código de Minas define "mina" como el yacimiento, formación o criadero de minerales o de materias fósiles, útil y aprovechable económicamente, ya se encuentre en el suelo o el subsuelo (MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA, 2015).

Plan Nacional Simón Bolívar: proyecto socialista, enmarcado en las necesidades y desarrollo de Venezuela. Este proyecto se le presento al país por el Gobierno Bolivariano presidido por el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela Hugo Rafael Chávez Frías. El Plan Nacional Simón Bolívar se orienta como un primer plan nacional socialista con la finalidad de construir el socialismo del siglo XXI (González, 2011)

Señores de la guerra: Ejércitos privados intervienen en las funciones de Estado en las regiones del país (Duffield, 2001).

Triangulación: la compra de una mercancía a su país productor X por un país Y cuyo destino final es el país Z; esto es, la intermediación del país Y en las adquisiciones de una mercancía originaria del país X, que ha de colocarse en el país Z (KITAIN DE ZIMMERMANN, 1982).

RESULTADOS PARCIALES

5.1 Implicaciones sociales de la explotación del Coltán, tomando como referente a República Democrática del Congo (RDC)

En la historia de la República Democrática del Congo (RDC) y en gran parte de los países africanos, se evidencia que los grupos no estatales exceden las capacidades coercitivas del Estado, dichos grupos pueden ser entendidos como *freelancers* ya que trabajan por su cuenta y están dedicados al saqueo, la minería clandestina y la exportación de minerales gracias a la riqueza de la región. (Reno, 2002)

El conflicto en RDC ha alcanzado tal grado de complejidad que se ha ganado el sobrenombre de "Guerra Mundial Africana" o "La guerra del Coltán". En ella se han visto envueltas ocho naciones africanas y 25 grupos rebeldes, y ha causado el índice más alto de muertes desde la Segunda Guerra Mundial. Este conflicto inició en 1998 y terminó formalmente en 2003, cuando asumió el poder un gobierno de transición bajo los términos del Acuerdo de Pretoria, pero esto no terminó el conflicto congoleño, puesto que este país aún tenía problemas institucionales y sociales graves.

Hay cifras que estiman que después del acuerdo diariamente morían 100 personas como consecuencia de la falta de alimentación y servicios médicos. Durante la guerra murieron 5 millones de personas aproximadamente, la mayoría de muertes (80-90%) fueron producto de enfermedades prevenibles, destrucción de infraestructura y el desplazamiento de refugiados. Paradójicamente, sólo unos 500.000 murieron en combates por la guerra misma.

En la actualidad gran parte de la explotación del coltán en RDC es ilegal, esto genera que no haya control sobre la forma de explotación, y que otro tipo de problemas surjan. Los principales son los siguientes:

Trabajo infantil en las minas de Coltán: Se estima que por cada kilo de coltán mueren dos niños en RDC (Fuente). En una mina pueden estar trabajando hasta 5000 mineros, entre ellos niños y adolescentes, cada uno con una jornada de 14 horas diarias, cuyo pago es de un 1 dólar por cada día. (Roja, 2014). Los mineros trabajan sin ningún tipo de protección, incluso a veces sin zapatos, y cuando terminan de explotar todo el coltán que se encuentra en la superficie, comienzan a hacer huecos de hasta 150 metros de profundidad para extraer el material restante. La mortalidad infantil asociada a la explotación del coltán en RDC también se explica por la asfixia que sufren los niños al estar a esa profundidad, la desnutrición que presentan y la falta de servicios médicos adecuados.

Abuso sexual y violaciones masivas en las zonas de conflictos: En las zonas de explotación del país hay entre 5.000 y 6.000 rebeldes congoleños repartidos entre 25 grupos armados aproximadamente (Roja, 2014), que en gran parte controlan la explotación minera y se encargan de realizar masacres y violaciones masivas a la población civil. Esto ha generado un incremento descontrolado en los diagnósticos de enfermedades de transmisión sexual, como el VIH.

Consecuencias de la implementación de la ley Dodd-Frank: Obligó a las familias que dependían de la extracción de coltán y no pertenecían a ningún grupo de milicias a tomar otro tipo de acciones, debido a que ellos no podían garantizar que no eran minerales de sangre. Por ende la parada súbita de la actividad produjo el efecto contrario al esperado, algunos trabajadores se alistaron en grupos armados tras haber perdido su trabajo. (Parallada, 2016)

Consecuencias ambientales: Una de las más preocupantes consecuencias es la deforestación, debido a la necesidad de talar los árboles no sólo para acceder a los yacimientos sino, además, para aprovechar la madera con objeto de acomodar a los mineros, usar la leña para cocinar y utilizar la corteza para fabricar las bandejas con las que se lava el coltán y las lianas para transportarlo. (Bollero, 2008)

No solo la extracción intensiva ha afectado el suelo de la región, sino también a la fauna, según la organización de conservación *Wildlife Direct*, la población de elefantes ha disminuido un 80% en los últimos 50 años(Bollero, 2008), y en los últimos cinco años la población de gorilas en la zona disminuyó en un 80-90 % y sólo quedan 3.000 animales en la actualidad. (BBC Mundo , 2002)

Lo problemático de esta situación radica en que la explotación del coltán y los problemas socio-ambientales asociados al mismo no son gestados exclusivamente por grupos al margen de la ley, por el contrario la alta cúpula política está involucrada directamente en la explotación ilegal. Este fenómeno termina por menguar las posibilidades de control exitoso por parte del gobierno a grupos dedicados a la explotación ilegal de este recurso. (Guell, 2008).

No obstante, debido a los altos intereses comerciales, existen dos maneras de “legalizar” el mineral extraído de RDC. La primera consiste en que algunas empresas mineras se asienten directamente en el territorio a través de contratos legales y junto a la presencia estatal comiencen a extraer el coltán; y la segunda alternativa es que los países vecinos como Ruanda y Uganda consigan legalizar la comercialización del mineral asegurando que ha sido explotado en su territorio en condiciones nada parecidas a las de RDC.

Es precisamente por la alta necesidad comercial del mineral que la ONU no ha intervenido eficazmente en el control de la explotación del coltán, y a su vez, las empresas no son rigurosas en los criterios de

responsabilidad social pertinentes para analizar las condiciones sobre las cuales se da la obtención de este. (Duque, L. 2012)

Así, pues, se observa que el incesante consumo ha llevado al atropello sistemático de los derechos civiles de los habitantes de RDC; y cómo empresas, gobernantes y actores locales se lucran del detrimento de la población, la cual se encuentra en condiciones semi-esclavistas para explotar los recursos (Royo, 2009). Dejando ejércitos privados que no permiten generar un Estado fuerte que pueda responder eficazmente a las disputas internas y a la promoción del bienestar social.

5.2 Implicaciones económicas de la formalización de la industria: Caso Australia

De las reservas mundiales del coltán se estima que el 21% le pertenece a Australia, además cuenta con el 30% de la producción. No obstante, con la crisis financiera de 2008, la demanda mundial de tantalio disminuyó y la principal compañía extractora *Talison Minerals* se vio forzada a cerrar su mina más importante *Wodgina Tantalum*, y en el 2010 se da el cese definitivo de los procesos de explotación en Australia.

Esta minería informal ha causado que países como Australia tuvieran que dejar de extraer Coltán debido a los costos de extracción y su imposibilidad de competir con los precios presentados por la minería informal de África Central en el mercado internacional; precios que son resultado de un sistema poco rígido que permite la explotación de mineros, que reciben menos de un $1 US dólar al día por la extracción de esta aleación de minerales y de una cadena de suministros que permite la venta de este producto a un bajo precio. La cual comienza con la extracción del mineral, para su posterior procesamiento, luego producción de capacitores y ensamblaje de tarjetas de circuito, y culmina en la fabricación de dispositivos electrónicos.

Los avances tecnológicos permiten rastrear la mina de origen del tantalio y con el apoyo de algunas organizaciones internacionales se incentiva la compra del coltán a terceros que ofrecen las garantías de procedencia necesarias para asegurar que éste no provenga de alguna zona que atente contra los derechos humanos o estándares internacionales. Permitiendo que la minería formalizada comience a recuperar sus fuerzas.

En 2011 la OCDE (Organización para la cooperación y el desarrollo económico), expidió un documento de carácter vinculante para sus miembros en el cual se exige a las compañías de estos países tener un soporte de la legalidad de sus fuentes minerales evitando la importación de aquellos que sean de conflicto. Proyectos similares se han llevado a cabo en países como Estados Unidos, donde el congreso aprobó la Ley Dodd-Frank, la cual entre sus títulos contempla un acto de protección a los consumidores, que demanda a las empresas de este país sustentar el origen de los minerales, asegurando que no provengan de fuentes involucradas en crímenes de guerra o violaciones de derechos. Así las compañías pueden declararse “libres de conflicto” tales como el caso de Apple o Intel.

Esto se hace difícil de regular, debido a que las características intrínsecas de este elemento hacen que cada depósito sea único y por tanto sus huellas geoquímicas únicas. A lo anterior se suma las prácticas de triangulación que dificultan el adecuado rastreo de la procedencia de estos minerales y la perpetuación del conflicto en manos de grupos ilegales.

Según un informe de *Roskill Reports of Metals and Minerals* se pronostica un crecimiento de la minería formalizada o convencional de un 32% a un 44% para el 2020 mientras que la minería informal disminuirá 9 puntos porcentuales. Aunque se cree que los condensadores (producto principal al cual es destinado el tantalio) disminuyan debido a productos sustitutos más eficientes y menos costosos, la demanda del tantalio no disminuirá sino que tenderá a aumentar debido a su uso en el sector aeroespacial que crece cada vez más rápido.

No hay precios oficiales de tántalo o niobio, ya que estos metales no se negocian en ninguna bolsa de metales (London Metal Exchange u otros son precios orientativos). El precio se determina únicamente mediante negociación entre el comprador y el vendedor. Sin embargo se pueden encontrar en algunas prensas de metales como el Metal Page que presenta precios del mercado mediante precios de suscripción. La ausencia de regulación de precios ha afectado a la industria negativamente, generando crisis tales como aquella que se dio en el 2000, mejor conocida como "La fiebre del coltán", que se dio por la especulación de escasez de tantalio y sobrevaloración del mercado de nuevas tecnologías, que ocasionó en su momento el incremento del precio por libra de $40 USD a $380 USD en 10 meses, esto fomentó los procesos de extracción y la apertura de nuevas minas, consecuentemente subió la oferta y los precios se desplomaron estallando una burbuja financiera.

5.3 Análisis de la explotación del coltán en Venezuela

Para el año del 2009 el presidente Hugo Chávez Frías anunció que Venezuela contaba con reservas de coltán estimadas en USD 100.000 millones (Göbel and Ulloa, 2014), noticia que hizo eco Colombia donde se especuló acerca de la posibilidad de la presencia de estos minerales en los departamentos de Vichada, Guainía, Guaviare y Vaupés; frente a lo cual entidades como el *Servicio Geológico Colombiano* estimaron reservas en el periodo posterior (Portafolio, 2016).

Durante el transcurso de aquél año (2009) el gobierno venezolano y diversos actores en dicho país se interesaron por las reservas que este poseía de estos minerales, declarando así su interés en reservar minas, licitaciones y la consecución de procesos de extracción formalizada, tal y como afirmó el ministro de *Minas y Energía* en curso.

De forma posterior a estas declaraciones se desplegó un operativo militar conocido como *Oro Azul*, cuyo objetivo comprendía parar el contrabando en la frontera con Colombia mediante la asignación de 15.000 tropas, sin embargo, no se ha logrado efectividad en los controles fronterizos, puesto que hasta la fecha la minería ilegal artesanal y el tráfico crece de manera robusta. En Agosto del mismo año (2009) el estado venezolano firmaría un decreto mediante el cual se reservaba las actividades relacionadas a la explotación y exploración de los elementos niobio y tantalio, comenzando de forma paralela diversas fases de negociaciones con empresas trasnacionales para su realización; tales como *Sadra* (Irán), *China Citic Group* y *Kervi Group* (China).

De igual manera, se crearon empresas estatales como *EPS Minera Nacional C.A* y *CVG Minerven* alineadas con el *Plan Nacional Simón Bolívar*, como direccionamiento estratégico para la nación basado en la minería y conllevando así a una inversión cercana a los 300 millones Bs (Ramírez, 2016). No obstante, en los estados de Bolívar y Amazonas y más en detalle en sectores como *Agua Mena, San Fernando de Atabapo y Santa Bárbara*, el gobierno se mostró indiferente a seguir con el manejo de estos minerales con el transcurrir de los años, representado esto en la falta de una política minera consistente

y estudios que profundizaran sobre estas reservas, así como un seguimiento riguroso a su extracción por parte de grupos paramilitares internacionales (Pineda Sleinnan, 2016).

Ante la presión económica generada tras la caída de los precios del petróleo por cuarto año consecutivo, en el 2016, el gobierno venezolano decretó 15 "locomotoras" de progreso mediante las cuales se diversificaría la economía, destacándose entre ellas, la minera. Frente al tema de minería como fuente alternativa de recursos, surgió lo que se conoce hoy como *Arco Minero del Orinoco* (Decreto 2248, 24 de Febrero del 2016), proyecto con extensión territorial de 111.844km^2 (12% del país). Se destinarán cuatros bloques principales de extracción minera, siendo el primero de ellos conocido como *"Juana La Avanzadora"* aquél con reservas de tantalio por 14.000 toneladas en un área de 24.717 km^2 (Torres, J; 2016).

El *Arco Minero del Orinoco* trascendió las anteriores declaraciones de años pasados por parte del ejecutivo frente a la minería, puesto que se realizaron convocatorias a más de 150 compañías provenientes de 35 países para explotar estos recursos, así lo afirmó el presidente del Banco Central Venezolano (BCV), Nelson Merentes en el año 2016. Esta inversión se ha dado mediante la creación de empresas mixtas que contando con un 55% de participación del estado deben aportar el 6.5% de sus regalías durante sus operaciones. Hasta la fecha se conoce de tres empresas creadas el pasado noviembre, entre ellas destacan la *Empresa Mixta Minera Ecosocialista Paruaza,* y *Oro Azul* (Penzini Plus, 2017) y el interés de empresas tales como *Afridiam* de RDC.

A pesar de prometer la utilización de altas tecnologías, la reubicación de poblaciones afectadas, así como programas de capacitación pedagógica a grupos indígenas y mineros, y retorno a los mismos en forma de inversión social, el proyecto *Arco Minero del Orinoco* ha recibido gran cantidad de críticas por parte de la ciudadanía (Plataforma por la Nulidad del Decreto del Arco Minero, 2016).

5.4 Análisis del caso Colombiano: Coltán en el posconflicto

El Servicio Geológico Colombiano ha certificado hasta la fecha estos minerales en los departamentos de Vichada, Guainía y Vaupés; donde la minería artesanal y el tráfico ilegal con países como Venezuela y Brasil hacen parte de la realidad. A lo anterior se suma las actividades de extracción por parte de grupos ilegales tales como el cártel de Sinaloa (México) y los frentes 1,7, 16 y 39 de las FARC, quienes mediante la figura de la empresa "Disercom" realizaron estas actividades hasta ser detenidos en el año 2014 y su posterior inclusión en la lista Clinton (López Guevara y Salcedo Albarán, 2016).

La explotación del coltán en Colombia está regulada y controlada por grupos ilegales, principalmente por las FARC. Con el pasado proceso de paz se genera incertidumbre sobre lo que sucederá con las

disidencias, considerando que el acuerdo firmado no tiene en cuenta la minería ilegal. También se debe entender que no necesariamente las FARC, las Bacrim o ELN están involucrados directamente en la explotación de las minas, sino que dichos grupos extraen las riquezas gracias a terceros. Generalmente, los grupos ilegales se encargan de cobrar por cualquier actividad relacionada con la minería, tales como la extracción, entrada de combustible y gramaje de lo extraído.

Lo que permite que se den estas ilegalidades es la carencia de estado en los departamentos mencionados anteriormente. El ordenamiento territorial en Colombia necesita mayor seguridad para poder controlar estas zonas. Para lograr lo anterior se necesita de la acción conjunta de la agencia nacional y los alcaldes. Para combatir la minería ilegal en manos de grupos armados se debe entonces tener no solo un marco jurídico que limite las acciones de los explotadores, sino también una fuerte presencia estatal en las zonas de extracción ilegales.

Una de las zonas más afectadas donde abunda este mineral conflictivo es la selva amazónica, en la cual el aumento de la demanda del Coltán y la desatención a la norma en este territorio llevan a un alto contrabando de minerales. Lo anterior ha desencadenado violaciones a los derechos humanos de las tribus que se encuentran en los territorios ricos en "oro azul". Particularmente, la comunidad que habita dentro del Parque Nacional Natural de Puinawai es vulnerada por la minería ilegal desarrollada por los hermanos Cifuentes Villa. Esta familia está relacionada con Joaquín Guzmán Loera ('El Chapo Guzmán') puesto que son sus principales abastecedores de cocaína.

En la actualidad en Colombia solo hay un título minero para la explotación de "arenas negras" que fue otorgado a Rafael Alberto Rodríguez en Vichada en 1995 para explotar en el sitio conocido como El Caney de los Cristales, cerca del río Guaviare. Sin embargo, todas las licencias para la explotación de la tantalita se revocaron en 2014. También según la Agencia Nacional de Minería, en Guainía no hay ninguna licencia de explotación legal de coltán, ni de tungsteno, ni de ninguno de los minerales que se enmarcan técnicamente en el país como 'arenas negras'.

A pesar de los yacimientos encontrados en los departamentos de Guainía, Vichada y Vaupés, no se cree que Colombia tenga la cantidad necesaria para la regulación de este mineral. Aunque, hay que considerar que los suelos explorados son muy pocos, por esta razón no se podría decir con certeza si Colombia tiene reservas abundantes de coltán. Y, con las zonas exploradas hasta ahora es poco probable que Colombia pueda competir con el poder de mercado de la explotación en RDC. No obstante, hay estudios que indican que la mayor concentración de coltán en el mundo se encuentra en Sudamérica.

En una de estas minas pueden trabajar alrededor de 500 personas y cada día se sacan cinco kilos de piedra por persona que es pagado a $9.000 COP, esto es 18 veces menos comparado con el precio de los mercados internacionales. La extracción y el transporte de este producto deben pasar por varias vacunas equivaliendo aproximadamente a $3.000 COP por Kg de producto y es pasado por varios intermediarios hasta por fin llegar al mercado internacional.

En Colombia el precio oficial por kilo es ($ 93. 218. 20) Mcte., por kilogramo. Este precio se fijó por medio de la resolución No. 0223 de la UPME. Pero a las personas (generalmente indígenas) que explotan se les paga $9.000 pesos por kilo y normalmente en un día se pueden extraer 5 kilos. Lo paradójico es que en el mercado internacional -a precio de la bolsa de valores de Londres- cada kilo se paga a $162.000 COP.

Es difícil hablar sobre reglamentación para la explotación colombiana de coltán debido a que las licencias pueden tardar hasta 15 años. En el país no se cuenta con una regulación específica para su explotación, permitiendo la evasión de controles, régimen laboral y beneficios. A la fecha, la fiscalía asegura la existencia de 14 procesos ilícitos de coltán (GÓMEZ, GOMEZ L, 2016). Considerando lo anterior se evidencia claramente la desatención por parte de las instituciones, aun cuando el gobierno anunció en el año 2010 la importancia de la locomotora minera para el Plan Nacional (2010-2014) (Pedrosa, M; 2016).

El plan de desarrollo minero de la Unidad de Planeación Minero Energética (UPME) señala que en Colombia solo se ha estudiado 15% del territorio por la minería, falta aún más en el área de investigación, pero primero es necesario que los inversionistas estén dispuestos a estudiar las zonas y esto solo se logra cuando haya estabilidad jurídica para incentivar a los interesados y enviar señales de un ordenamiento territorial seguro y correctamente regulado. Los inversionistas no están dispuestos a invertir en zonas donde se vayan a ver afectados por el conflicto armado interno y la implementación de los acuerdos de Paz será determinante para el sector minero con respecto a las zonas antes controladas por las FARC.

CONCLUSIONES:

La explotación del coltán en RDC ha sido especialmente nociva dado que en la historia del país se ha evidenciado conflictos relacionados con diferencias étnicas y culturales, impulsadas por la extracción de diversos recursos naturales y mineros que abundan en la zona. Igualmente, la debilidad estatal permitió la formación y fortalecimiento de milicias que controlan la explotación y comercialización de dichos recursos.

Debe considerarse que la cadena productiva del coltán involucra diferentes países y actores transnacionales, por lo tanto la responsabilidad asociada a los procesos extractivistas, no recae exclusivamente en un Estado sino, en la comunidad internacional, que asimismo debe velar por los derechos que se vulneran.

Dada la naturaleza de los actores involucrados en la cadena de suministro es internacional, la falta de regulación, y el tipo de negociación inmediata, esta industria se caracteriza por la volatilidad en sus precios, que dificulta la legalización y permite a los grupos ilegales tomar provecho de esto.

Cabe anotar que a pesar de las implicaciones sociales que ha tenido la explotación ilegal del coltán, los esfuerzos de los actores internacionales han sido insuficientes, debido a que prima el beneficio que trae la minería a bajo costo, representada en condiciones laborales precarias y ausencia de regulación.

Tradicionalmente Latinoamérica ha experimentado las consecuencias de la explotación minera, ya sea de oro, carbón, plata entre otros, y en la actualidad de coltán, por esta razón las comunidades indígenas siempre se han visto afectadas por el extractivismo el cual conlleva a la contaminación de fuentes hídricas, deforestación y desplazamiento forzados por parte de las fuerzas armadas ilegales. Dado esto, no es de extrañar la realidad actual que se da tanto en Colombia como en Venezuela

Si bien los yacimientos de coltán en Venezuela se dieron a conocer en el año 2009, no sería sino hasta el año 2012 que el gobierno empieza a considerar la extracción de este mineral, como recurso clave para su economía esto principalmente influenciado por los bajos precios del barril de crudo. Esta misma dinámica se aplica al caso Colombiano, puesto que, aunque no se hayan desarrollado proyectos estatales de extracción, no fue sino hasta finales del 2016 que el gobierno retoma la minería como motor económico

Tomando como referencia la explotación legal que busca adelantarse en Venezuela puede evidenciarse como la misma población se opone a esta, dado que su formalización no implica una reducción en las consecuencias, sino una agravamiento de las mismas, caso que podría suceder ante una posible formalización

A pesar de los esfuerzos de la comunidad internacional para mitigar el conflicto en las zonas productoras de coltán, estos han sido en vano dado la dificultad para certificar el origen de los minerales. Sumado a esto los actores finales de la cadena de producción no tienen intereses fuertes en las condiciones en las que se extraen estos elementos, pues se busca el menor costo en la fabricación de los dispositivos.

El caso de Australia no es alentador ante un posible escenario de formalización en Colombia, pues los bajos costos asociados a la explotación ilegal, hacen que esta industria sea rentable en zonas de conflicto, no solo para los explotadores sino también para los compradores finales.

RECOMENDACIONES

Es necesario formalizar el tema de Coltán en Colombia, hacer estudios profundo de la cantidad disponible de este mineral en el subsuelo Colombiano permitiría hacer un análisis cuantitativo y no de supuestos del mineral. El tratado de paz es sin duda una posibilidad de respiro para la UPME de realizar estudios más extensivos de las zonas con potencial minero de este metal. Aunque se tiene estimado un tiempo de entre 10 a 15 años para formalizar la extracción de Coltán esto no necesariamente será un factor limitante a la hora de competir en los mercados internacionales, es más preocupante la cuestión logística y los costos que este conlleva, ya que la ubicación geográfica de este metal se encuentra en una de las zonas más remotas y abandonadas en tema de infraestructura del país.

La única forma de que la extracción del Coltán en Colombia pueda tener una proyección competitiva e interesante en el mercado internacional es si se encuentra una solución al problema interno de infraestructura y vías que

imposibilitan la rentabilidad de este mineral en el mercado; de otra forma la extracción en nuestro país de este mineral no sería rentable.

REFERENCIAS

ABC. (2008). Cada kilo de coltán que se extrae les cuesta la vida a dos niños. [online] Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-12-11-2008/abc/Nacional/cada-kilo-de-coltan-que-se-extrae-les-cuesta-la-vida-a-dos-ni%C3%B1os_911176455001.html# [Accedido 24 Mayo 2017].

Gegema. (n.d.). Minerales en el Oriente Colombiano. [online] Disponible en: http://www.gegeunal.org/1713-2/ [Accedido 10 Mar. 2017].

Göbel, B. and Ulloa, A. (2014). Extractivismo minero en Colombia y América Latina. 1st ed. Universidad Nacional de Colombia, Ibero-Amerikanisches Institut, pp.197,252.

International Consortium of Investigative Journalists. (2012). Five things you need to know about coltan. [online] Disponible en: https://www.icij.org/projects/coltan/five-things-you-need-know-about-coltan [Accedido 10 Mar. 2017].

López Guevara, E. and Salcedo Albarán, E. (2016). Illegal Mining and Trafficking of Coltan in the Amazon Border Region. 1st ed. [ebook] Bogotá: The Global Observatory of Transnational Criminal Networks. Disponible en: http://globalinitiative.net/wp-content/uploads/2016/12/522e46_bdea3889f6994097adeb2cab13f92ab9.pdf [Accedido 10 Mar. 2017].

País, E. (2008). Reportaje | Coltán, el regalo envenenado de Congo. [online] EL PAÍS. Disponible en: http://elpais.com/diario/2008/12/14/eps/1229239615_850215.html [Accedido 24 Mayo 2017].

Pais Minero. (n.d.). Coltán. [online] Disponible en: http://www.paisminero.co/component/tags/tag/36-coltan [Accedido 24 Mayo 2017].

Parellada, G. (2016). Viaje a la cuna del coltán, el corazón de los teléfonos inteligentes. [online] EL PAÍS. Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/02/19/actualidad/1455896992_924219.html [Accedido 24 Mayo 2017].

Pedrosa, M. (2016). *Colombia estimulará la industria de coltán - Mineria Pan-Americana*. [online] Minería Pan-Americana. Available at: http://www.mineria-pa.com/noticias/colombia-estimulara-la-industria-coltan/ [Accedido 2 Abr. 2017].

Ramírez, M. (2016). *Coltán: más riquezas y sufrimiento al Amazonas*. [online] Climax. Disponible en: http://elestimulo.com/climax/coltan-mas-riquezas-y-sufrimiento-al-amazonas/ [Accedido 10 Mar. 2017].

REYES, A. (2017). *Con tres decretos activarán el Arco Minero*. [online] El Nacional. Disponible en: http://www.el-nacional.com/noticias/economia/con-tres-decretos-activaran-arco-minero_87958 [Accedido 31 Mar. 2017].

ROJAS, R. (2014). Morir por un puñado de arena. [online] EL MUNDO. Disponible en: http://www.elmundo.es/internacional/2014/02/16/53012511ca474166728b4574.html [Accedido 24 Mayo 2017].

TANTALUM-NIOBIUM INTERNATIONAL STUDY CENTER, (2016). Bulletin No 164. 1st ed.

Torres, J. (2016). Thirst for coltan, gold threatens Venezuelan forests, indigenous lands. [online] Conservation news. Disponible en: https://news.mongabay.com/2016/10/thirst-for-coltan-gold-threatens-venezuelan-forests-indigenous-lands/ [Accedido 27 Mar. 2017].

VALDÉS VERA, D. y BUSTAMANTE VARGAS, N. (2010). ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL COLTÁN EN COLOMBIA Y SUS POSIBLES MERCADOS POTENCIALES. 1st ed. [ebook] Bogotá. Disponible en: http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2207/1032433617-2010.pdf [Accedido 24 Mayo 2017].

PERFIL DE PRODUCCIÓN REGIONAL EN COLOMBIA: ¿UNA APUESTA PRODUCTIVA PARA APROVECHAR EL MERCADO EXTERIOR?

Cristian Samir Ulloa Ramos[28] Wilson Alonso Nuncira Cervantes[29] Catherine Valencia González[30]

[28] Economista, Universidad Nacional de Colombia. Magíster en Desarrollo, Instituciones e Integración Económica, Universitat de Valencia, España. Docente e Investigador principal, Programa de Negocios Internacionales,Universitaria Agustiniana – UNIAGUSTINIANA, Bogotá D.C., Colombia. Correo: cristian.ulloar@uniagustiniana.edu.co

[29] Economista. Maestría en Gestión Organizacional de Universite du Quebec a Chicoutimi, Canadá. Especialista en Administración de Negocios Internacionales. Docente y Co-investigador, Programa de Negocios Internacionales, Universitaria Agustiniana – UNIAGUSTINIANA, Bogotá D.C., Colombia Correo: wilsonuncira@hotmail.com

[30] Profesional en Comercio Internacional, Universidad Cooperativa de Colombia. Magíster en

Resumen

La estructura productiva de los departamentos debe ser referente para la definición de apuestas de negocio para las regiones del país. La priorización de productos y/o servicios permite la mejora en la asignación de recursos a nivel nacional, garantizando a cada una de las regiones, actividades en donde puedan especializarse a partir de sus dotaciones factoriales y productivas. Específicamente se tiene en cuenta los productos derivados del sector agropecuario y agroindustrial en donde el país podría llegar a tener ventajas comparativas en el comercio nacional e internacional. Este artículo pretende mostrar la relación existente entre la posible especialización relativa de la producción regional y, su concordancia, con la definición de apuestas productivas en los planes regionales de competitividad. Se concluye que las apuestas productivas para el sector agropecuario y agroindustrial no se alinean con la estructura productiva de las regiones, si bien se quiere impulsar una diversificación de la producción, cada vez es más evidente el rezago de la agricultura y la industria en el valor agregado regional.

Palabras clave: estructura productiva, apuestas exportadoras, sector agropecuario

INTRODUCCIÓN

El reconocimiento de la economía colombiana en el mercado internacional es mayoritariamente derivado del posicionamiento de productos del sector primario. Especialmente de actividades como la caficultura y la floricultura. Actualmente, el país se encuentra en una coyuntura de posconflicto, en la cual el sector agropecuario y agroindustrial adquiere protagonismo para la estrategia de desarrollo nacional; no sólo por la reivindicación con dichas actividades económicas en pro del incremento de producción y productividad, sino también por la importancia relativa del sector en lucha contra la pobreza.

La especialización productiva es una necesidad para cualquier economía en cuanto permite el uso más eficiente de los recursos. Esto tiene especial relevancia en el mercado internacional para aprovechamiento de las ventajas comparativas, no sólo de los países en general sino también de las regiones y municipios. El presente artículo pretende identificar las oportunidades de negocio en el mercado nacional e internacional derivadas de la estructura productiva de los departamentos y las regiones. Estas oportunidades en principio tienen relación con las ventajas en la producción y, se materializan, en la apuesta de las organizaciones públicas y privadas en la especialización productiva donde sea más eficiente el uso de los recursos.

El documento se estructura en tres apartados. El primero describe los principales aportes de la literatura en relación con la importación de la actividad agropecuaria para el desarrollo económico y social. El segundo muestra la estructura productiva de las regiones, haciendo énfasis en las principales actividades que contribuyen al valor agregado. El tercero muestra las apuestas productivas de los departamentos como elemento diferenciador para ampliar su oferta exportable hacia el exterior. Por el último, se encuentran las conclusiones y referencias.

1. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El primer acercamiento a la explicación de un modelo de desarrollo económico para los países en vía de desarrollo lo introduce Arthur Lewis. En este menciona que son dos los sectores que contribuyen a las economías: el sector

Didáctica de las Ciencias, Universidad Autónoma de Colombia. Docente y Co-investigadora. Programa de Negocios Internacionales, Universitaria Agustiniana – UNIAGUSTINIANA, Bogotá D.C., Colombia Correo: catherine.valenciag@uniagustiniana.edu.co

agrícola de baja productividad y un sector moderno, asociado a elevadas productividades y al incentivo de la aglomeración económica para la conformación de centros industriales y urbanos (Lewis, 1954).

La interpretación que se realiza a este modelo desconoce la importancia relativa del sector agrícola en las economías. Según Lewis (1954), la productividad del sector industrial se ve influenciada por la productividad del trabajo en el sector agrícola; en especial, porque los menores costes de producción de los insumos permiten mejoras de productividad e incentivos a la industrialización.

Aunque se aboga por economías cada vez más industrializadas y con mayores valores agregados, es importante mencionar que el desarrollo del sector capitalista en algunos casos depende del desarrollo del sector de subsistencia (Lewis, 1954). Esto en esencia es posible, cuando el aprovechamiento de la fuerza de trabajo sea tal que los excedentes generados en el sector de subsistencia se compensen con mayores niveles de empleo en el sector capitalista.

Según Machado y Torres (1987), algunos autores como Johnston, Mellor y Nicholls, han descrito a la agricultura como una actividad esencial para el proceso de crecimiento económico e indicaron que lejos de desempeñar un papel pasivo, como podría sugerir la teoría de Lewis en su interpretación más ortodoxa, dicha actividad puede hacer cinco importantes contribuciones a la trasformación estructural de la economía: proveer trabajo, capital, divisas y alimentos para el crecimiento industrial y servir de mercado para los bienes industriales producido domésticamente, además, Nicholls complementa el trabajo de Johnston y Mellor destacando la importancia que tiene el progreso agrícola como prerrequisito para el desarrollo industrial.

La propuesta inicial para que el desarrollo de la agricultura contribuyera al desarrollo económico fue la modernización. Esta correspondía a la necesidad de reconocer la racionalidad en el manejo de los recursos por parte de los pequeños agricultores y, por lo tanto, al entendimiento de la probabilidad de su contribución en términos del crecimiento agrícola. Schultz ubica la tecnología en el centro de la problemática del crecimiento en la agricultura pues suponía que los agricultores tradicionales respondían a las nuevas técnicas cuando era rentable, lo que hacía necesario el énfasis en la investigación y capacitación en el sector.

Sin embargo, las previsiones de Schultz no se cumplieron, no todos los agricultores tradicionales respondieron al paquete tecnológico, pues su racionalidad no era capitalista y prefirieron sus técnicas tradicionales. (Machado y Torres, 1987, pág. 373). Estos mismos autores plantean la necesidad de construir un modelo conceptual para entender el proceso de cambio técnico en la agricultura.

Los mecanismo por los cuales una sociedad elige un patrón óptimo de cambio técnico en la agricultura, es decir, el proceso mediante el cual la inversión del sector público en investigación, adaptación y difusión de tecnologías agrícolas en infraestructura institucional se dirige a aliviar las restricciones que soporta la producción agrícola, impuesta por factores de una oferta relativamente inelástica. Toda su teoría se fundamenta en la hipótesis de que el cambio técnico es guiado hacia un patrón eficiente por los signo de precio en el mercado, estipulando que ellos reflejan eficientemente los cambio en la oferta y demanda de producto y factores. Además, que existe efectiva interacción entre los agricultores, las instituciones de investigación pública y las firmas privadas agrícolas.

La nueva visión del desarrollo rural extiende la importancia más allá de la comprensión de un sector de subsistencia. Según Pérez (1998), lo rural trasciende lo agrario. En el medio rural se desarrollan, además de las actividades propiamente agropecuarias, actividades artesanales, forestales, industriales, agroindustriales y de turismo. Por ello, la importancia del vínculo de las políticas macroeconómicas con las sectoriales y de la necesidad de una política agropecuaria activa y no pasiva.

En Colombia algunos estudios sobre las transformaciones en la estructura agraria del país han involucrado en sus análisis la nueva visión del desarrollo rural, es así como Londoño (1984) resalta en su artículo Agricultura y Trasformación Estructural: Una Comparación Internacional, el engranaje del sector agrícola en el crecimiento

económico, igualmente un documento presentado Bejarano (1988) donde hace una revisión sobre la transformación estructural y el crecimiento agropecuarios para la Misión de Estudios del Sector Agropecuario y dice los siguiente sobre el crecimiento agrícola y el global:

“la experiencia histórica muestra que no es posible un crecimiento sostenido de la economía a menos que vaya acompañado de un crecimiento correspondiente de la actividad agrícola; y al mismo tiempo, no es posible sostener un crecimiento agrícola permanente si no va acompañado de un crecimiento global que se corresponda con él. La información disponible para América Latina (Véase Sarmiento,1988), muestra las fuertes complementariedades entre la industria y la agricultura y entre la agricultura y el crecimiento global . Sarmiento (1988) comprueba que la expansión de la agricultura ha sido mayor en los años en los cuales el incremento en los precios de los alimentos ha sido menor y que los procesos de aceleración de la producción de la industria no han venido acompañados de una reducción de la producción agrícola sino por el contrario se muestra una ligera correlación entre el crecimiento de ambos sectores.”(Bejarano 1988)

Machado (1999) con respeto a lo planteado por Bejarano dice:

“Bejarano fue uno de los analistas que más avanzó hasta entonces en el rompimiento de las visiones tradicionales sobre la agricultura, poniendo al descubierto los procesos de modernización en el sector y el avance de sus relaciones con el resto de la economía. La interrelación entre el crecimiento económico y el sectorial, y entre las política macroeconómicas y las sectoriales, fue una preocupación grande que se observa en los estudios de la Misión.”

Los argumentos de Bejarano de como aborda el estudio de la agricultura invita a seguir con esa tendencia de la nueva visión del desarrollo rural y de esta forma sean elaborados investigaciones importante sobre el sector rural colombiano como la Misión rural de1998 que establece un nuevo enfoque sobre el concepto de ruralidad, desprendiéndose del enfoque dominante que considera lo rural como algo residual agropecuario cuya función es apenas apoyar la construcción industrial y urbana y proveer la mano de obra no calificada que demanda el mercado laboral urbano.

Además, lo rural no se limita a lo "agropecuario". Se parte de una visión que integra dimensiones económicas, culturales y territoriales, lo cual -según la Misión- contribuye a mejorar la comprensión de los procesos del mundo rural y a la formulación de estrategias políticas viables: "Lo rural es una categoría del mismo orden que lo urbano en cuanto se

refiere a un espacio de orden territorial que abriga un conjunto complejo de sectores económicos, comunidades, culturas y procesos políticos, con especificidad y lógica propias" (Reseña sobre las conclusiones de la Misión Rural 1998)

EL informe detallado de la Misión para la transformación del campo 2015 dirigida por José Antonio Ocampo no es ajeno al nuevo enfoque de ruralidad, considerando que el concepto de nueva ruralidad surge de la necesidad de actualizar la visión sobre lo rural a raíz de cambios globales que transformaron los espacios rurales y de una visión equivocada que asociaba lo rural al atraso y lo urbano al progreso. Nuevas realidades como la industrialización de la agricultura, la urbanización de las comunidades rurales, el creciente desarrollo de la industria, el comercio y el turismo en el área rural y la disminución de la calidad de vida en las ciudades por sobre-poblamiento, congestión y contaminación obligan a replantear ese paradigma. En resumen, la nueva ruralidad consiste en sobrepasar la visión sectorial existente sobre el espacio rural que liga a la ruralidad con la agricultura y con el atraso, para dar paso a una ruralidad donde priman una multiplicidad de sectores, la pluriactividad y se generan una serie de actividades productivas altamente competitivas interrelacionadas con los mercados y las aglomeraciones urbanas. (Misión para la transformación del campo 2015 Tomo II)

2. METODOLOGÍA

El siguiente trabajo es resultado de una investigación en curso. En primer lugar se desarrolla una revisión bibliográfica sobre la importancia de la agricultura y la industria en los procesos de desarrollo económico. Seguido se recolectaron datos sobre producción interna bruta por departamentos y se agruparon para consolidar información regional, a su vez que se revisaron los perfiles exportadores de cada departamento y los planes regionales de competitividad para identificar las apuestas productivas.

Para analizar la dinámica económica regional, los departamentos del país se agrupan en seis regiones según sus condiciones geográficas y socioeconómicas. Esta agrupación de departamentos es la propuesta por el Centro de Investigación Económica y Social - FEDESARROLLO:

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

Región Centro: conformada por Bogotá y el departamento de Cundinamarca;

Región Pacifica: incluye los departamentos de Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca.

Región Caribe: comprende los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre y San Andrés y Providencia.

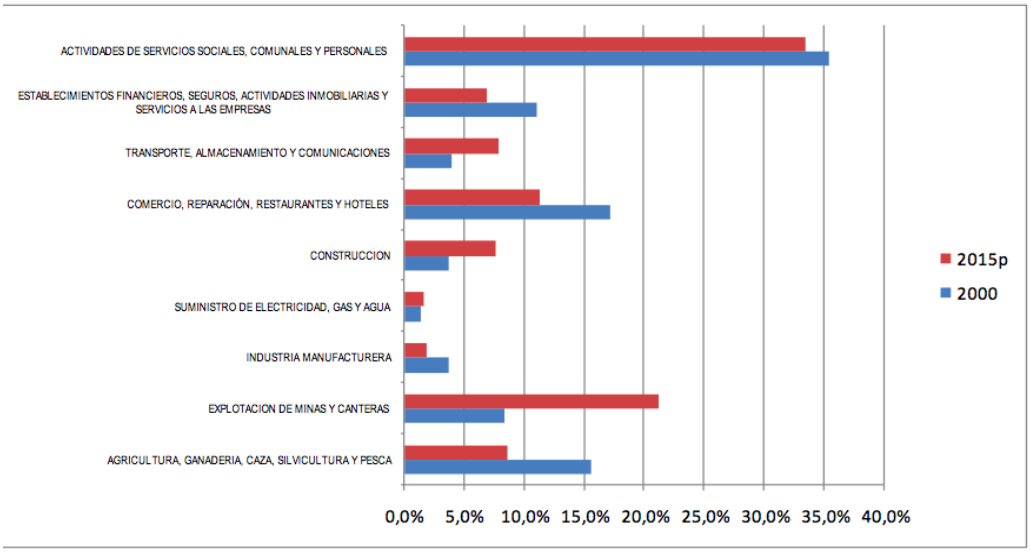
Región Orinoquía: conformada por los departamentos de Arauca, Casanare, Guainía, Meta y Vichada.

6. Región Amazonía: comprende los departamentos de Amazonas, Caquetá, Guaviare, Putumayo y Vaupés.

3. ESTRUCTURA Y ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA

Como se evidencia en la ilustración 1, en la región de Amazonía la principal actividad que contribuye al valor agregado del departamento son las actividades asociadas a servicios sociales, comunales y personales. A su vez, en el periodo de estudio la explotación de minas y canteras ha ganado participación en la producción de la región. Es claro que la industria manufacturera y agricultura son unas de las actividades más rezagadas de este grupo de departamentos.

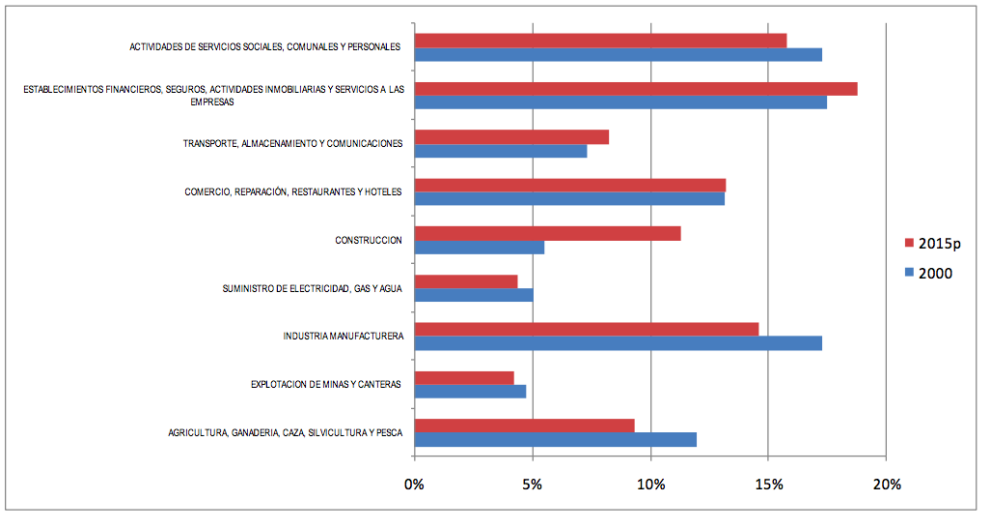
Ilustración 1. Evolución del valor agregado por grandes ramas de actividad. Región de la Amazonía 2000 y 2015p



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

En el caso de la región Andina, si bien existe una diversificación productiva mayor, las actividades de servicios sociales y los establecimientos financieros juntas suman algo más del 30% del valor agregado. En el periodo de estudio la industria manufacturera y la agricultura han perdido participación en la producción del departamento, mientras que la construcción es la actividad que ha tenido mayor crecimiento.

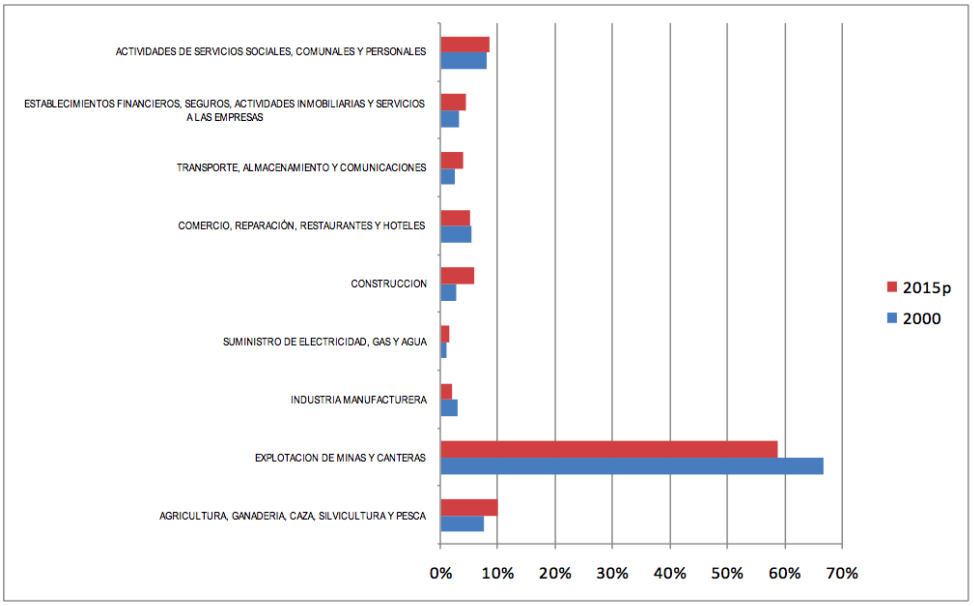
Ilustración 2. Evolución del valor agregado por grandes ramas de actividad. Región Andina 2000 y 2015p



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

La región de Orinoquía presenta una especialización productiva muy acentuada frente a la explotación de minas y canteras, en razón de su dotación de recursos minero-energéticos algo más del 65% en el año 2000 y casi el 60% en el año 2015 de su producción es derivada de dicha actividad. La agricultura es la segunda actividad económica con mayor porcentaje de participación, tuvo un incremento poco significativo que lo deja con el 10% de contribución al valor agregado de la región.

Ilustración 3. Evolución del valor agregado por grandes ramas de actividad. Región de la Orinoquía. 2000 y 2015p



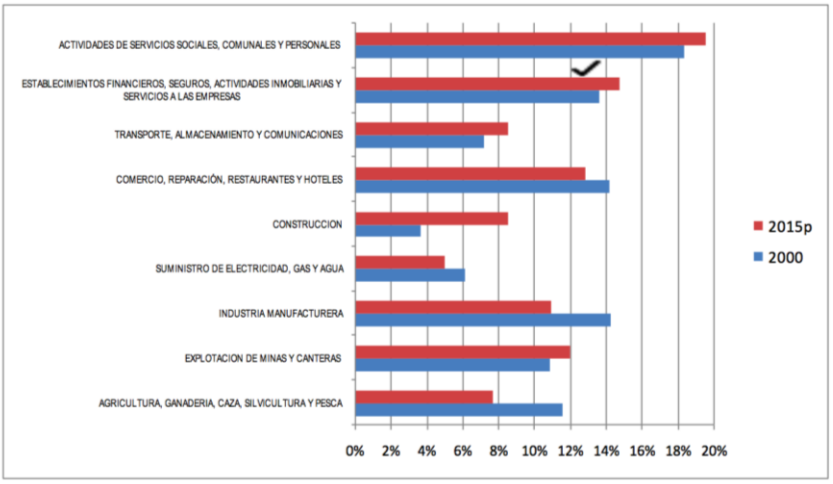
Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

La región caribe colombiana es otra de las regiones con mayor diversificación de su producción. Sin embargo, es al igual que la región de Amazonía, dependiente de las actividades de servicios sociales que han incrementado su contribución a casi 20% en el

año 2015 (ver Ilustración 4). Por el contrario, las actividades de industria y agricultura vienen perdiendo participación a través del tiempo pasando de 14% a 11%, y de 12% a 8% entre el año 2000 y 2015 respectivamente.

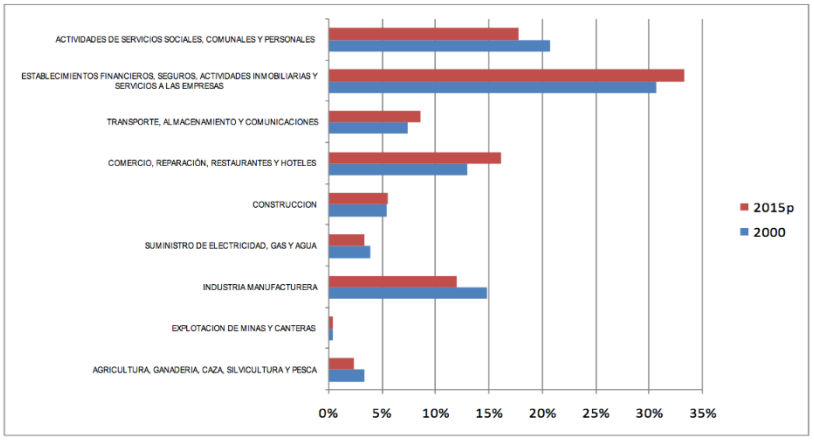
Por su parte, la región Central tiene una contribución importante de las actividades desarrolladas por establecimientos financieros y de seguros. Constituye la región con mayor participación de esta actividad en su valor agregado, superando el 33% de participación en el año 2015. Si bien la tercera actividad de mayor importancia en la región es la industria manufacturera, en el periodo de estudio ha sido la segunda actividad que más ha perdido participación en la producción. En cuanto a la agricultura, es una actividad poco frecuente en dicha región, lo cual ha llevado a que disminuya su contribución de 3,4% a 2,4% entre el 2000 y el 2015 (ver Ilustración 5).

Ilustración 4. Evolución del valor agregado por grandes ramas de actividad. Región Caribe. 2000 y 2015p



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

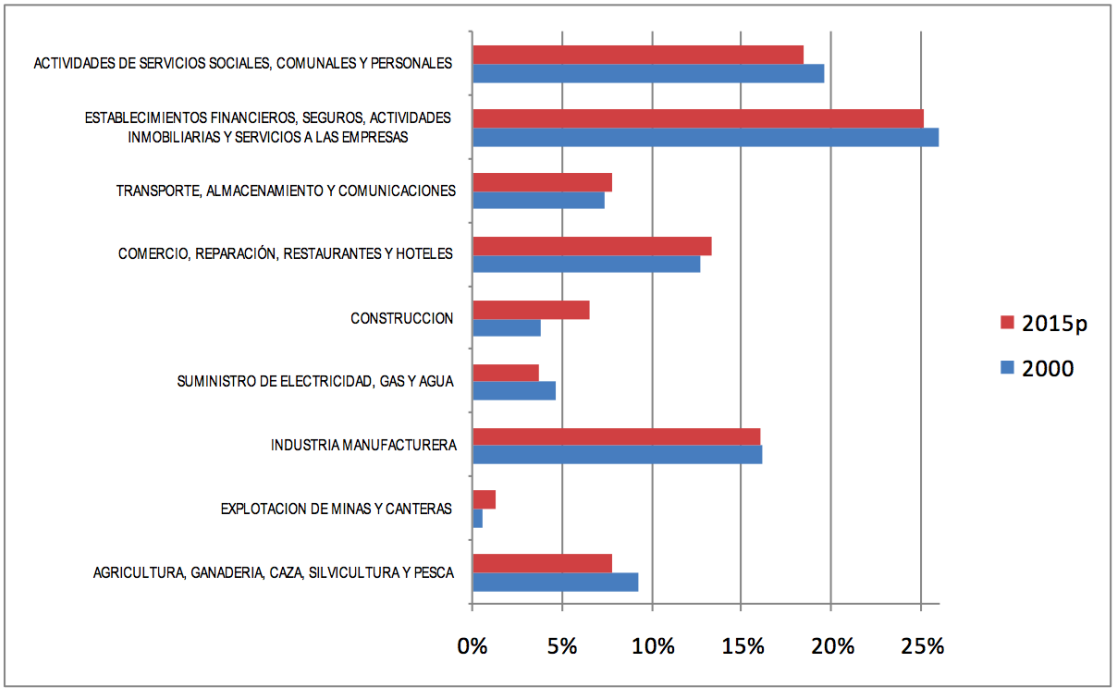
Ilustración 5. Evolución del valor agregado por grandes ramas de actividad, 2000 y 2015p. Región Central**.**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

Por último, como se evidencia en la Ilustración 6, la región del Pacífico colombiano se caracteriza por una estructura productiva que privilegia, en su orden, a las actividades de servicios financieros, sociales e industria. Entre las tres actividades representan el 60% del valor agregado de la región. Aunque esto es un resultado importante para la industria, es evidente que la región sigue dependiendo de los servicios como actividad central para generar mayores niveles de producción. En relación con la agricultura si bien supera el 5% en el año 2015, ha venido perdiendo participación en el periodo de estudio.

Ilustración 6. Evolución del valor agregado por grandes ramas de actividad, 2000 y 2015p. Región Pacífica.



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE

4. APUESTAS PRODUCTIVAS AGROINDUSTRIALES PARA DEPARTAMENTOS Y REGIONES

En las siguientes tablas, se relacionan cada una de las regiones colombianas donde se consolida información sobre la experiencia exportadora, (información tomada de ProColombia, perfil exportador por departamentos) y la apuesta exportadora agropecuaria que implementó el ministerio de agricultura desde el año 2006, que en la actualidad se sigue proyectando en algunos casos al 2020, en otros al 2032. Los datos de la apuesta en canasta exportadora de productos agrícolas y agroindustriales se tomaron del documento de competitividad regional que presentaron las gobernaciones para el Sistema Nacional de Competitividad, a través de políticas y proyectos que concretaran estrategias a largo plazo, en pro del desarrollo económico y social del país.

Tabla 1. Experiencia y apuesta exportadora región Andina

Departamento	Experiencia Exportadora	Apuesta exportadora 2020
Antioquia	Banano, flores frescas, café, derivados del café,	Banano, café, flores, cacao, aguacate, caña, frijol frutícola.
Boyacá	Flores frescas, cacao, azucares y mieles	Papa, tomate, cebolla, uchuva, gulupa, mora, feijoa
Caldas	Café, derivados del café y confitería	Cafés especiales, forestales, biocombustible y miel industrial.
Huila	Café, filete de pescado, cacao, productos de panadería y molinería, artesanías	Cafés especiales, frutales, cacao y tabaco. Cadena piscícola, Confitería y chocolatería
Norte de Santander	Animales vivos (bovinos), carnes y despojos comestibles, café, tabaco, cerámicas de arcilla y piedra	Palma de aceite, forestal, madera, muebles, cacao, arcilla, cuero y manufacturas
Quindío	Café, derivados del café, frutas y hortalizas procesadas	Café especiales y de origen, agroalimenticios de café, plátano y yuca (snacks) cítricos, guadua transformada,
Risaralda	Café, azucares y mieles, frutas y hortalizas procesadas y filetes de pescado.	Café y confecciones
Santander	Café, carnes y despojos comestibles, cacao y tabaco.	Avicultura y palma africana
Tolima	Café, derivados de café, avícola, abonos, aceites minerales y ceras, algodón y fibras vegetales de uso textil.	Cafés especiales peces, biocombustibles, aguacate, algodón y fibras textiles, proteínas origen animal, madera fina, frutas y hortalizas

De acuerdo a la tabla 1, se evidencia que los productos más competitivos de la región con fortalezas exportables son principalmente el café, los cafés especiales y el cacao; sin dejar de un lado la apuesta sectorial que hacen algunos departamentos de la región en el subsector frutícola.

Tabla 2. Experiencia y apuesta exportadora región Centro

Departamento	Experiencia Exportadora	Apuesta exportadora 2020
Bogotá Cundinamarca	Flores frescas, frutas, preparaciones alimenticias, alimento para animales, papas, leche cruda y en polvo	Confitería, aceites oleaginosas, preparaciones alimenticias, papas, frutas, frutos y semillas no oleaginosos y plantas vivas

Fuente: Elaboración propia (Plan estratégico exportador para la region Bogotá - Cundinamarca 2007-2019, 2008)

En cuanto a la región capital cabe resaltar que tienen una mayor vocación agroindustrial, y su apuesta con valor agregado es más ambiciosa que otras regiones, generando mayor mano de obra y encadenamientos productivos como en el caso del tabaco, la confitería y las preparaciones alimenticias, por otro lado se mantienen sus productos bandera como flores, y algunas frutas frescas y la papa (ver Tabla 2) .

Tabla 3. Experiencia y apuesta exportadora región Pacifica

Departamento	Experiencia Exportadora	Apuesta exportadora 2020
Cauca	Café, azucares y mieles, frutas y hortalizas procesadas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas	Café, seda, panela, fique, piscicultura, ganadería, hortofrutícola, caracoles, flores
Choco	Cacao	Piscícola,
Nariño	Café, atunes, aceitas y grasas, frutas	Café, hortalizas y frutas, brócoli, agro productos orgánicos
Valle del Cauca*	Café, azucares y mieles, confitería, preparaciones alimenticias.	Café, azúcar, guadua, palma de aceite, brócoli, frijol, aguacate, trucha.

En la región del Pacifico, sobre salen sus productos insignia como el café y el azúcar, pero a su vez se generan nuevas perspectivas exportadoras como la del sector piscícola, con respecto a pescado, fresco, refrigerado y congelado; como también el brócoli. Y se sigue trabajando clúster en la palma de cera. La región del pacifico tiene una importante apuesta industrial en mercados internacionales, jalonada por el departamento del Valle del Cauca.

Tabla 4. Experiencia y apuesta exportadora región Caribe

Departamento	Experiencia Exportadora	Apuesta exportadora 2020
Atlántico	Procesados del mar, aceites y grasas y tabaco	Ganado bovino, lácteos, piscícola, frutícola,
Bolívar	Atunes, animales vivos (bovino), crustáceos y moluscos	Cacao y sus derivados, biocombustibles, forestales, y grasas de aceites.
Cesar	animales vivos (bovino), carnes despojos comestibles, aceites y grasas.	Ganado bovino, palma africana, aceite,
Córdoba	Animales vivos (bovino), carnes despojos comestibles, café, etanol,	
La Guajira	Banano, carnes despojos comestibles, frutas	Piscícola, acuícola, mango y Malanga
Magdalena	Banano, aceites y grasas, productos procesados del mar	Ganado bovino (en pie), banano y plátano, cárnicos, lácteos, cacao, palma, acuicultura, biocombustibles, frutícola y forestal.
Sucre	Animales vivos (bovino), carnes despojos comestibles, legumbre y hortalizas frescas.	Apicultura (mieles) hortofrutícola, tabaco, piscícola, biocombustibles, cárnicos y lácteos
San Andrés Y providencia	Crustáceos y moluscos, frutas frescas, frutas y hortalizas procesadas	Piscícola y frutícola

Aunque parte de la región tiene significativa exportación de químicos industriales como el polipropileno y cloruro de vinilo, la apuesta exportadora común de estos departamentos es para el sector servicios turísticos, aun así en el sector agroindustrial se resaltan las apuestas exportadoras a la palma africana y sus derivados, el ganado bovino

en pie y el encadenamiento productivo que este genera tanto en cárnico y lácteos, como también el subsector piscícola y el de biocombustibles.

Tabla 5. Experiencia y apuesta exportadora región Orinoquía

Departamento	Experiencia Exportadora	Apuesta exportadora 2020
Arauca	Animales vivos (bovino), alimento para animales, confitería	Cacao y sus derivados, plátano,
Casanare	Azucares y mieles	Forestales, piña y pitay a
Guainía	Flores frescas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas	
Meta	Café, semillas y frutos oleaginosos, cacao, derivados del café.	Ganado en pie, tilapia, frutos cítricos, plátano, caucho y forestales procesados
Vichada	No registra exportaciones agroindustriales*	Frutas de ciclo largo

Tabla 6. Experiencia y apuesta exportadora región Amazonía

Departamento	Experiencia Exportadora	Apuesta exportadora 2020
Amazonas	Flores frescas	Pesquero, acuícola, forestal, papa, flores y café.
Caquetá	Madera y caucho natural	Ganadería, caucho, café amazónico
Guaviare	No registra exportaciones agroindustriales*	Flores, frutas, caucho, madera, cacao,
Putumayo	Lácteos, frutas y hortalizas procesadas	Piscícola y forestal
Vaupés	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas, confitería	Caucho y cacao

Nota: (Agenda Interna para la productividad y la competitividad, 2005)

Cabe resaltar que para El DNP, consolidó las regiones de la Amazonía y la Orinoquia (Amazorinoquía) en la apuesta exportadora; donde sobre salen productos agroindustriales: Piscícola, cárnicos y lácteos, cafés especiales, flores y plantas aromáticas. Adicionalmente Guainía, Guaviare y Vaupés se encuentran consolidados como el oriente amazónico y de allí el reto exportador se da en el subsector forestal y caucho.

Para concluir, la experiencia exportadora no ha sido relevante para la proyección al 2020 ó 2032 en la gran mayoría de departamentos, pero si se ve permeada por la propuesta de política comercial nacional, de diversificación de las exportaciones. En el mismo sentido, aunque el la Apuesta Exportadora Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2006-2020) resalta los esfuerzos gubernamentales para las exportaciones de Tabaco, algodón, papa amarilla, carne bovina, lácteos, camarón, tilapia, cafés especiales, biocombustibles. Aquí encontramos una significancia en forestales no maderables, sub sector piscícola, cacao y caucho. Cabe resaltar que por la tradición de ser país cafetero, donde dicho producto agrícola es una exportación tradicional, donde participan 19 de 32

departamentos, hoy la apuesta exportadora se da en el marco de la indicación geográfica protegida (denominación origen) que abarco los cafés especiales.

Antioquia, Cundinamarca y Valle de Cauca son los departamentos con mayor producción, exportación y diversificación de productos agroindustriales, concentrándose en la región Andina, Central y Pacifico, lamentablemente se evidencian bajos niveles de sofisticación en la canasta exportadora.

CONCLUSIONES

En la estructura productiva de las regiones colombianas es evidente que las actividades de servicios sociales y financieros se sobreponen a las actividades industriales y agropecuarias. A pesar que los planes regionales de competitividad han definido unas apuestas productivas para impulsar la industria y la agricultura, es claro que cada vez pierde mayor participación en el valor agregado de las regiones.

En especial, este resultado es importante en la medida que permite identificar una deuda con el proceso de desarrollo económico del país, tanto desde la agricultura como la industria. Son actividades que si bien crean posibilidades de generación de valor agregado para los mercados nacionales e internacionales, son rezagadas en la producción regional a nivel general.

La estructura productiva regional deja un escenario pesimista para el cumplimiento del objetivo de diversificación de las exportaciones en el país. En particular, porque cada vez más los recursos de inversión irán a las actividades que generen mayor valor agregado, sin embargo, las autoridades nacionales y locales han hecho un trabajo importante para definir apuestas que de alguna manera puedan aprovecharse en el futuro.

Las apuestas exportadoras de las regiones Andina y Pacífica siguen apelando a los productos tradicionales como el café. Sin embargo, actualmente el desarrollo tecnológico ha permitido la diferenciación de dicho producto en los mercados, lo que permite el posicionamiento de cafés especiales como el futuro en dicho grupo de departamentos.

La región Caribe por su cercanía al mar ha venido apostando por un desarrollo de la actividad piscícola, a su vez, el aprovechamiento en algunos departamentos de su dotación de ganado bovino les permite diversificar su producción para abastecimiento interno en carnes y lácteos. En la región de Amazonía, aún no se evidencia una apuesta productiva que permita la especialización, en este caso específico se toman decisiones en relación con la ubicación geográfica sin pensar en los beneficios de la aglomeración para dichos departamentos.

Existe una clara especialización productiva de la región de Orinoquía en la explotación de minas y canteras, sin embargo, esto hace que su estructura de producción sea dependiente de la existencia del recurso minero-energético y no permite una diversificación eficiente para ampliar la canasta exportadora. Esto no concuerda con sus apuestas exportadoras, en especial cuando gran parte de sus inversiones siguen concentrándose en la actividad minera y energética.

Por último, la consolidación de un proceso de desarrollo económico implica que las actividades de producción generen un impulso paralelo de la agricultura y la industria. Esta visión de desarrollo rural como industrialización de la actividad agropecuaria lleva a preguntarse si el país se encuentra en la senda correcta para alcanzar la consolidación de mejores niveles de productividad, competitividad y crecimiento.

REFERENCIAS

Bejarano, j. (1988) Agricultura y Transformación Estructural (Versión preliminar) Documento No 2 Misión de Estudios del Sector Agropecuario. DNP- MINISTERIO DE AGRICULTURA Colombia

Lewis, A. (1954) Economic Development with unlimited supplies of labour en Manchester School of Economics and Social Studies, Vol. 22, No. 2 Mayo, Manchester

Londoño, L.(1994) Agricultura y Trasformación Estructural. Una Comparación Internacional. TM Editores-Banco Ganadero – Caja Agraria - Vecol

Machado, A. (1998) La Cuestión Agraria en Colombia a fines del Milenio. El Áncora Editores: Bogotá

Machado, A. (1999) La Cuestión Agraria y el Desarrollo Cuadernos de Economía, v. XVIII, n. 31, Bogotá, 1999, pag 237- 279

Machado, A. y Torres, J. (1991) El sistema agroalimentario – Una visión integral de la cuestión agraria en América latina (2a edición) Siglo XXI Editores y CEGA: Bogotá

Mellor, J. (1966) The Economics of Agricultural Development, Cornell University Press: Ithaca, N.Y.

Misión para la Transformación del Campo (2015) El Campo Colombiano: Un Camino Hacia el Bienestar y La Paz. DNP Tomo 2

Pérez, E. (1998) Una visión del desarrollo rural en Colombia, Cuaderno de desarrollo rural No 41

Rostow, W. (1960) The Stages of Economic Growth: A Non-communist Manifesto, Cambridge University Press, Cambridge

Schultz, T. (1964) La Organización Económica de la Agricultura, Fondo de Cultura de México, D. F

TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC) COLOMBIA-UNIÓN EUROPEA (2012-2016): CASO DE LA HULLA.

Cazallo Antúnez, Ana María[31]

Infante Montero, Daniela Alejandra[32]

Navarro Navarro, Daniela Paola[33]

Pacheco Field, Geraldine Zharik[34]

El Tratado de Libre Comercio firmado entre Colombia y la Unión Europea se firmó en 2012 en Bruselas y entró en vigor en agosto del 2013 (Presidencia de la República de Colombia, 2012). Con este tratado, Colombia da un paso más dentro del proceso de integración económica y busca incrementar el comercio y la inversión internacional para promover el empleo y el crecimiento económico (Arevalo&Arevalo, 2009). Desde una perspectiva comercial, la firma del TLC implica la existencia de un marco jurídico estable y regula las relaciones comerciales entre los países promoviendo la creación de puestos de trabajos al mismo tiempo que se ofrece un marco favorable para la inversión extranjera directa (IED). La IED es una pieza clave para el crecimiento económico de cualquier país en vía de desarrollo como lo es Colombia (Cancillería del gobierno de Colombia, 2014).

Con la firma del TLC Colombia avanza en el fomento y apoyo al proceso de internacionalización de la economía colombiana, aspecto que a su vez implicaría un mayor crecimiento económico (Reina & Oviedo, 2011) como el presentado en el 2014, año después de la entrada en vigencia del TLC con la UE y en el que las exportaciones a Europa crecieron en un 10,21% y totalizaron un valor de más de € 8.292,7 millones. (Delegación de la Unión Europea en Colombia, 2015).

Colombia es principalmente exportador de materias primas hacia todo el mundo, en la Unión Europea han destacado variedades de hulla pulverizada, café sin tostar descafeinado

[31] Doctora en Metodología, Técnicas y Análisis del Desarrollo Regional por la Universidad de Sevilla en el Dpto. de Economía Aplicada III. Profesor de planta, Universidad Simón Bolívar, ana.cazallo@unisimonbolivar.edu.co

[32] Estudiante del programa de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Simón Bolívar, daleinmo@gmail.com

[33] Estudiante del programa de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Simón Bolívar, danielanavarro9801@gmail.com

[34] Estudiante del programa de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Simón Bolívar, gpf0796@gmail.com

o no, petróleo crudo, combustibles para calderas; al ser productos indispensables como materia prima o claves para la creación de manufacturas, se podría deducir que no requieren estrategias de penetración al mercado externo, sin embargo en el último año (2015-2016) las exportaciones se han reducido en un 39,2% y en un 47% si se hace referencia al bienio 2014-2016 (DANE, 2016).

Es menester resaltar la importancia de implementar planes de marketing cuando se desea penetrar fuertemente en mercados externos, bien sea con productos terminados o incluso con materias primas, pues permitirá mayor acceso al mercado, incremento de las ventas, etc., y el enfoque de todos los esfuerzos en los clientes potenciales, abarcando el mercado en general o segmentos específicos (nichos). Basado en los resultados de las exportaciones de Colombia hacia la Unión Europea con referencia al año 2015- 2016, este trabajo pretende proponer ideas de marketing a las variaciones de hulla pulverizada, a fin de aumentar las exportaciones colombianas con destino UE.

2. MARCO TEÓRICO

Este trabajo se enmarca dentro de una concepción de economía globalizada en la que las naciones interactúan fomentando el libre comercio, lo que permite aumentar al máximo la producción mundial y beneficia a todos los países. La economía internacional se asemeja a la economía nacional, regional o local puesto que utiliza los mismos métodos de análisis, no obstante la economía internacional es más compleja ya que tanto el comercio como la inversión se lleva a cabo entre varios países con restricciones y legislaciones diferentes.

El comercio internacional está basado en la utilización eficiente de las fuerzas productivas, de ahí que el comercio y las finanzas internacionales puedan mejorar el bienestar de todos los participantes. Sin embargo, la integración económica o globalización también conlleva riesgos inherentes como el incremento de la vulnerabilidad a nivel mundial ante una crisis económica o la fuga de capitales ante el incremento de riesgo-país en una nación. Pese a todo, la tendencia del comercio internacional está orientada hacia un concepto de economía abierta (Samuelson&Nordhaus, 2010).

Para incrementar la actividad económica internacional las naciones firman lo que se denomina Tratado de Libre Comercio (TLC), es decir, convenios o acuerdos firmados por dos o más países mediante los cuales se garantiza un marco favorable para el comercio

exterior y la inversión internacional aspecto que mejora las relaciones comerciales y financieras entre los países firmantes. En estos acuerdos se aprueban medidas orientadas a la disminución de los trámites burocráticos en relación a las exportaciones e importaciones y se eliminan los impuestos aduaneros (Van den Berghe, 2014).

El acuerdo comercial con la Unión Europea define reglas de juego claras y predecibles en materia del comercio de bienes, servicios y respecto a los flujos de inversión. El objetivo es un mayor crecimiento económico y la generación de empleos estables y bien remunerados mediante el aprovechamiento de un mercado de los más grandes y dinámicos del mundo, tras la firma, se obtuvo acceso preferencial a una plaza de 503 millones de habitantes.

Colombia es un país que exporta principalmente materia prima y se destaca entre sus exportaciones a la UE las exportaciones de las diferentes variaciones de hulla. La hulla es un combustible fósil compacto, formado por restos de tejidos de plantas que han permanecido bajo la superficie terrestre durante muchos años y a su vez, es un tipo de carbón. Existen tres variedades, hulla grasa que al destilarla se obtiene gas de alumbrado; la hulla magra o seca, que se emplea como combustible y la hulla semiseca que se emplea en la producción de alimentos para cabras u otros animales domésticos. También, existen varios subproductos de la hulla, importantes por sus numerosas utilidades: el coque, usado como combustible en altos hornos de las acerías; la cresota, combinado de destilados del alquitrán de la hulla. Ampliamente usado como protector de la madera expuesta al exterior; el cresol metilfenol que se extrae del carbón de hulla usado como antiséptico y desinfectante y el gas alquitrán es usado como sustancia para perfumes, pinturas, plásticos, neumáticos, insecticidas y pavimentos. (EcuRed, 2017). La hulla pulverizada como anteriormente se menciona ha sido el producto más exportado a la UE, sin embargo, se han reducido sus volúmenes en los últimos años y se ha visto reflejado en las disminuciones de los índices de exportaciones; el ideal es incentivar este proceso y la aplicación del marketing es el mejor método para hacerlo.

Una vez descrito el producto y sus propiedades se analiza el producto desde la visión del marketing. Según Kotler (2010), el marketing es el arte de ofrecer lo que el mercado quiere y obtener ganancias, pero para lograr esto se deben realizar estudios de mercados y conocer: qué vender, a qué tipo de público le interesa un determinado producto, cuáles

serían los canales de distribución y técnicas adecuadas de comunicación para vender dicho producto y el precio al que se debe vender; esto recibe el nombre de Marketing Mix. El producto es más que un simple conjunto de características tangibles e intangibles con el objetivo de satisfacer necesidades, necesidades que se deben identificar para poder producir el producto correcto y logre obtener mayores beneficios. El siguiente elemento es la plaza que comprende las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta por medio de los mejores canales de distribución escogidos que hacen posible el flujo de los bienes del productor, a través de los intermediarios y hasta el consumidor. Seguidamente la empresa se enfoca también en actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los clientes de comprarlo, es imprescindible la existencia de una excelente comunicación, la cual debe ser clara para presentar al consumidor lo que se desea, se utilizan herramientas como la publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas; este elemento es la promoción. Finalmente la empresa necesita estipular su último elemento, el precio que es la suma de los valores cuantiosos que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio; este elemento es la relación entre el valor de uso con el valor de cambio.

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

La investigación responde a un enfoque cualitativo y de corte propositivo, debido que se analizan las variables del comportamiento de las exportaciones en los últimos años y partiendo del contexto situacional, en este caso decrecimiento, se proponen ideas para aumentarlas a partir de estrategias de marketing (Ñaupas, H; Mejía, E; Novoa, E; Villagomez, A; 2014).

3.2. Técnica

La técnica a implementar es la documental (Marín, A. 2008), ya que permite una investigación con datos ya recopilados, estructurados y clasificados, dando lugar a conocimientos más cabal y por ende mejores resultados.

3.3. Herramientas

Como herramienta se hace uso del análisis documental, pues permite obtener información

ya documentada, bien sea en forma de escritura, voz, imagen, gráficos, tablas o cuadros estadísticos, mapas, etc. y puede estar contenida en libros, periódicos, revistas, actas, informes, memorias, archivos, páginas web, blogs, comunicados públicos, entre otros (Ñaupas, H; Mejía, E; Novoa, E; Villagomez, A; 2014).

4. RESULTADOS

En la tabla 1 se observa el comportamiento de las exportaciones colombianas desde 2007 hasta 2016 donde se observa un incremento importante de las exportaciones totales durante los años 2011-2014 coincidiendo con una etapa en la que el tipo de cambio entre el peso colombiano y el dólar era bajo como se observa en la ilustración 1. Resulta obvio, que las exportaciones colombianas se centren en los países del continente americano siendo Estados Unidos primer país destino debido a su cercanía con los países latinoamericanos y la figura de EE.UU. como primera potencia económica mundial. Asimismo, se observa que hasta 2009, Venezuela ocupaba una posición importante como destino de las exportaciones colombianas pero debido a la situación sociopolítica que atraviesa la economía de este país y concretamente sus exportaciones se han reducido de manera brutal.

En lo que respecta al comportamiento de las exportaciones colombianas a la UE-28, objeto de este trabajo, cabe resaltar también la evolución creciente de las exportaciones colombianas desde 2011 hasta 2014 teniendo un efecto positivo sobre las mismas la firma del TLC en el año 2012. No obstante, las exportaciones colombianas no se han mantenido al margen ni de la crisis económica mundial provocando una reducción en las exportaciones colombianas a la UE-28 del 47% entre los años 2014 y 2016.

En forma más puntual, la tabla 2 nos muestra el comportamiento de los principales productos exportados por Colombia con destino UE entre el periodo 2015 -2016, donde las ventas colombianas realizadas por los Países Miembros de la Unión Europea cayeron 39,2%, principalmente por la disminución en las exportaciones de variedades de hulla pulverizadas en un -47,4%. (DANE, 2016).

Para el año 2015 según las cifras del DANE, las ventas de productos colombianos disminuyeron en más del 50% hacia la mayoría de los principales socios comerciales, los factores que explican este comportamiento y que afectaron directamente la disminución de exportaciones de hulla son derivados del bajo ritmo de crecimiento de la economía

mundial, caída de los precios internacionales de carbón y oro, caída de las exportaciones minero energéticas y la tasa de cambio.

El bajo ritmo de crecimiento de la economía mundial, uno de los determinantes de la dinámica de las exportaciones es la demanda externa y es débil; por su parte, pese a la recuperación se mantiene un bajo crecimiento del PIB de la Unión Europea. La caída de los precios internacionales de carbón y oro, la reducción de la demanda mundial y la desaceleración económica de China, produjo entre otros efectos, la caída de precios internacionales básicos; en el período enero-julio de 2014, el precio del carbón se redujo 15,6% permitiendo la entrada al mercado europeo de nuevos oferentes. Por otra parte, la caída de las exportaciones minero-energéticas, que en el entorno de bajos precios internacionales y caídas de la producción de algunos minerales, condujo a que a julio de 2014 se redujera el valor exportado de los minero energéticos en 2,8%, afectando el 71,6% de las exportaciones totales, y por último la tasa de cambio, viéndose afectado por la tendencia creciente de la tasa de cambio desde comienzos del 2013 hasta llegar a un máximo de $2.040 pesos por dólar en febrero de 2014, aunque se haya visto una caída en el precio del dólar recientemente no es comparable con cifras anteriores, y como consecuencia no se ha logrado establecer un punto de equilibrio, que permita jalonar nuevamente las exportaciones de hulla colombiana a mercados externos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014).

Tabla 1: Destino de las exportaciones colombianas (Millones de dólares FOB)

Destino	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	29.991	37.626	32.846	39.713	56.915	60.125	58.824	54.795	35.691	31.095
ALADI	9.084	11.199	8.381	8.299	11.841	13.759	13.404	12.614	9.267	7.779
CAN	2.148	2.456	2.136	3.046	3.373	3.618	3.392	3.210	2.730	2.399
MERCOSUR	5.768	6.898	4.737	2.571	3.360	4.169	4.321	3.850	2.453	1.827
UE-28	4.391	4.816	4.723	5.063	8.948	9.129	9.290	9.406	6.008	4.971
EE.UU.	10.373	14.053	12.879	16.764	21.969	21.833	18.459	14.200	9.853	9.879
Venezuela	5.210	6.092	4.050	1.423	1.725	2.556	2.256	1.987	1.060	614

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos consultados el 5/4/2017 en DIAN-DANE (EXPO)

https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por- tema/comercio-internacional/exportaciones

Tabla 2: Exportaciones destinadas a la Unión Europea (Millones de dólares FOB)

Descripción 2015 2016 Variación Participación país 2016

Unión Europea 442,8 296,1 -39,2 100

Variedades de hulla pulverizada 175,1 92 -47,4 34,2

Café sin tostar descafeinado o no 92,6 48,6 -475 18,1

Petróleo crudo 34,3 19,6 -42,9 7,3

Combustibles para calderas 14,5 0 -100 0

Demás 126,3 108,8 -13,8 40,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos consultados el 20/05/2016 en DANE

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_ene16.pdf

Ilustración 1: Evolución del tipo de cambio peso colombiano frente al dólar

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Banco de La República de Colombia consultado el 7/4/2017 en: http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&_scid=09n5EHeTn2I

Ilustración 2: Exportaciones de Colombia

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, consultado el 26/5/2017

en:http://www.mincit.gov.co/loader.php?lservicio=documentos&lfuncion=verpdf&id=71642&name=oee-mab-dinamica_de_las_exportaciones_a_julio_de_2014.pdf&prefijo=file

Por otro lado y dentro del marco de estudio se exponen una serie de propuestas, en base al modelo de Marketing-mix de Kotler (2010), con el fin de formular estrategias que incentiven las exportaciones de las variaciones de hulla pulverizada desde Colombia hacia

la Unión Europea. Para poder crear un concepto valioso acerca de la hulla en un mercado externo, es importante dar a conocer sus ventajas en relación costo-beneficio, destacando que los polvos combustibles representan una alternativa muy rentable en comparación con el gas natural o el fuel oil, y que con frecuencia es simplemente ignorado su potencial sustituto de combustibles estándares por un bajo costo.

En primera instancia, se determina el mercado al cual se dirigirá el producto, la hulla, que debe enfocarse hacia las empresas industriales que utilizan el producto como insumo en sus procesos de producción como por ejemplo materia prima para fabricantes de hierro, conservadores de madera, industrias manufactureras con maquinaria de combustión o calderas que podrían usar este producto como combustible, un sustituto no solo más fácil de adecuar sino mucho más económico y fino.

En segundo lugar, teniendo en cuenta las características específicas que presenta el mercado meta del producto se identifica un nicho del mercado para la hulla. Una vez enfocado el nicho de mercado, se realiza la presentación del producto objeto de estudio y que según Saacke (2017) se define como un tipo de carbón cuya sustancia es sólida con un tamaño granular de hasta 0.5 milímetros y que por su consistencia, poder calorífico y facilidad de inflamación contribuyen a la reducción de costos cuando se es implementado.

Seguidamente se propone un canal de distribución corto, en el que solo se involucre el distribuidor, un agente intermediario (quien se encargará de llevar la mercancía en excelente estado hacia su destino) y el cliente; esto con el objetivo de crear una relación más cercana con el cliente y legitimar en él la confianza para posibles futuras compras y reducir los costos de intermediación por consiguiente ofrecer un precio más bajo.

El agente involucrado en la plaza es también quien asistirá a las industrias en los procesos de promoción y en el intento de ganar confianza dará al cliente las mejores referencias del producto y con objeto de mayor convencimiento realizará descuentos favorablemente representativos en el total de su primera compra, otorgando así en la siguiente un descuento menos considerable, pero valioso de alguna manera para el comprador.

Una forma de hacer más asequible la hulla, también es promoviendo su uso en plantas calefactoras, en un primer contacto con un potencial comprador se anteponen todas las ventajas y beneficios, a fin de crear una necesidad sobre la hulla, permitiendo la

penetración del producto en el mercado, el crecimiento y madurez de este, dando como resultado una elevada demanda la cual Colombia estará dispuesta a suplir, generando así un

crecimiento de las exportaciones representado en mayores ingresos al país.

5. CONCLUSIONES

La globalización ha generado un impacto en la economía desde sus inicios, ha generado cambios duraderos y continuos que merecen de una real y necesaria atención para la prosperidad económica empresarial y basándose en la idea de que "los esfuerzos individuales provocan el bienestar común" y en la que la alta competitividad a nivel mundial precisa que cada país sepa identificar y explotar las ventajas del país para así contribuir al desarrollo socioeconómico de cada nación y por ende del mundo.

Es así como crece la necesidad de crear una cultura de exportación enfocada hacia los resultados y hacia la implementación de estrategias encaminadas a un objetivo que se salga del margen establecido por limitaciones tecnológicas y económicas. Desde hace unos años, Colombia ha venido realizando grandes progresos con TLC, asociaciones internacionales y demás estrategias, pero aún se encuentra en una fase primitiva y existen grandes diferencias en materia de relaciones internacionales y de comercio exterior respecto a otros países más desarrollados como EE.UU. y U.E.

Pues bien, la formación exportadora no ha salido del enfoque de cuánto se exporta y la preocupación por elevar las cifras porcentuales de las exportaciones, siendo lo ideal enfocarse en lo que genera el producto en el exterior, las relaciones que se pueden concretar y sus consumidores finales. Es decir se enfoca solo en la transacción del producto y no en otras áreas que permiten más que cifras temporales.

Para concluir, el marketing internacional y de exportación debe ser direccionado desde otro punto de vista internacional, ya que entender al consumidor global debe ser el primer objetivo para desarrollar un apropiado Marketing-Mix debido a que ha sido notorio que a mayor diferencia cultural, mayor grado de adaptación del producto. Del mismo modo, es importante resaltar los principales canales de distribución internacionales, teniendo en cuenta no solo al agente o a la empresa que realiza la importación desde su país, o el productor sino también al mayorista e incluso minoristas; es aquí cuando entra la importancia de las relaciones estratégicas, del internet, de aprovechar la tecnología como un proceso de formación y modernización que se convierta en una ventaja competitiva más.

6. RECOMENDACIONES Y/O AGRADECIMIENTOS

La gran variedad de beneficios derivados de la hulla tanto en combustible como por sus propiedades salubres hacen de este producto cuyo desarrollo es clave para el comercio colombiano nacional e internacional y por ello se considera que se debe promover su uso y comercialización.

Entre los principales retos de Colombia está la mejora de la competitividad en materia de exportaciones, recursos humanos y tecnologías, mejora de las infraestructuras y fomento de la inversión extranjera directa (IED), entre otros (Arevalo&Arevalo, 2009).

El mercado internacional de la hulla colombiana se encuentra inmerso en una tendencia negativa, no obstante es considerado un producto de vital importancia dentro de los procesos productivos siendo la Unión Europea el segundo destino y solo tiene penetración a seis Estados dentro de la UE concretamente en España, Italia, Alemania, Finlandia, Polonia, Eslovenia, Bulgaria y Estonia. (Delegación de la Unión Europea en Colombia; 2015). Debido a esto es importante avanzar dentro del mercado europeo.

Para el país, el replantearse los objetivos en cuanto a las exportaciones y la manera en que desarrolla su mercado internacional es una gran oportunidad para pasar de un nivel a otro.

En el caso de la Hulla, para usarla como referencia (La cual no solo ofrece un alto rango de modulación con una máxima eficiencia de combustión, sino que también puede operarse tanto en cámaras de combustión como en calderas acuotubulares, ofreciendo una gran cantidad de energía calorífica), existen diferentes oportunidades para el aprovechamiento de este recurso, las mismas que poseen los importadores. Colombia, no solo debería pensar en exportar sus recursos sino en concentrar sus operaciones en tecnología que le permita realizar esas mismas actividades de aprovechamiento avanzado sobre sus propios recursos y así llegar a ofrecer un mejor producto o servicio innovador y llegar a mercados que no solo necesiten importar el recurso pulverizado sino un proceso más completo del mismo, por el que esté dispuesto a pagar un mayor valor y sobre esta nueva cultura de exportación generar un cambio en el Marketing del país, ya que actualmente, los países se han centrado a competir en niveles de atracción turística, viéndose en la necesidad de incrementar su promoción, publicidad, ofrecer tiempos de ocio, culturización, conocimiento y demás

factores, dejando de lado temas industriales, manufacturas.

En definitiva, el objetivo de este trabajo era conocer el producto de la hulla y las oportunidades que tienen en los mercados internacionales de acuerdo a la firma de los TLC y concretamente en el caso de los países de la UE no sólo para los países donde ya se exporta hulla procedente de Colombia sino ampliar el mercado hacia otros países de la Unión. Sin embargo, el incremento de las exportaciones de la hulla y la expansión en el continente europeo precisa de la implementación de estrategias orientadas al marketing-mix y a la exploración de otros nichos de mercado cuya materia prima sea la hulla.

7. REFERENCIAS

Arevalo, W., &Arevalo, P. L. (2009). El tratado de libre comercio Colombia la Unión Europea. Apuntes del CENES, 28(48), 95-124.

Cancillería del gobierno de Colombia. (2014). Acuerdo comercial. Colombia-Unión Europea. Recuperado el 3 de Abril de 2017, de http://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/DocEstrategicos/2014/eutopa-tlc-espanol.pdf

DANE. (2016). Comercio exterior - Exportaciones. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_ene16.pdf

Delegación de la Unión Europea en Colombia (2015). Comercio bilateral entre la Unión Europea y Colombia. Recuperado el 25 de Abril de 2017, de: http://eeas.europa.eu/archives/delegations/colombia/eu_colombia/trade_relation/bilateral_trade/index_es.htm

EcuRed. (2017). Hulla, Propiedades y utilidad. EcuRed- Conocimiento con todos y para todos. Recuperado el 24 de mayo de 2017, de: https://www.ecured.cu/Hulla

Kotler, P. (2010). Introducción al marketing moderno. Pearson Educacion.

Krugman, P., &Obstfeld, M. (2006). Economía internacional. Teoría y política (Séptima ed.). 2008: Pearson.

Marín, A. (2008). Clasificación de la investigación. Metodología de la investigación, métodos y estrategias de investigación. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de: https://metinvestigacion.wordpress.com/

Ministerio de comercio, industria y turismo. (2014). dinámica de las exportacionescolombianas a julio de 2014. oficina de estudios económicos. recuperado el 26 de mayo de 2017, de: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lservicio=documentos&lfuncion=verpdf&id=71642&name=oee-mab- dinamica_de_las_exportaciones_a_julio_de_2014.pdf&prefijo=file

Ñaupas, H; Mejia, E; Novoa, E; Villagomez, A. (2014) Metodología de la investigación cualitativa, cuantitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U. Recuperado el 20 de mayo de 2017. .

Presidencia de la República de Colombia. (Junio de 2012). Portal de la presidencia 2010-2014. Recuperado el 3 de Abril de 2017, de http://wsp.presidencia.gov.co/prensa/2012/junio/paginas/20120626_01.aspx

Reina, M., & Oviedo, S. (2011). Colombia y el TLC con la Unión Europea. Friedrich Ebert Stiftung(4), 1-24.

Salvatore, D. (2005). Restricciones comerciales: aranceles. En D. Salvatore, Economía internacional (págs. 235-271). México: LimusaWiley.

Samuelson, P., &Nordhaus, W. (2010). Los tipos de cambio y el sistema financiero internacional. En P. Samuelson, & W. Nordhaus, Economía con aplicaciones a Latinoamérica (Décimo novena ed., págs. 562-583). México: Mc Graw Hill.

Saacke. (2017). Combustibles en polvo. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de: http://www.saacke.com/es/combustibles/combustibles-en- polvo/

Van den Berghe, E. (2014). Tratados de Libre Comercio. Retos y oportunidades. Bogotá: Ecoe ediciones.

DEMOCRACIA COMO FACTOR DE DESARROLLO POLÍTICO EN AMÉRICA LATINA. ENFOQUE: PARTIDOS POLÍTICOS

Daniel Eduardo Méndez Díaz[35]

INTRODUCCIÓN

La ciencia política desde sus diversos objetos de estudio se ha preocupado por encontrar el factor que determine la legitimidad del ejercicio de la política. La organización de partidos políticos en países de América Latina, a lo largo del siglo XXI ha tenido un sistema variado de formas de dominio que comprende aspectos no solo económicos sino sociales, políticos y culturales que han llegado a cambiar incluso, de cierto modo, el rumbo de la historia latinoamericana, dependiendo en sí de la forma de gobierno que más convenga: democracia, socialismo, oligarquía, etc. Algunos partidos políticos en cabeza de un caudillo, se han tomado la tarea de expandir un sistema que bien o mal es implementado en su propio territorio y posteriormente sus ideales llevados total o parcialmente a cabo en otro, en el mejor de los casos para su desarrollo y en el peor de los casos para su fracaso.

A lo largo de la historia se han podido observar dos grandes sistemas predominantes en varios países a nivel latinoamericano que han marcado la diferencia en todos sus ámbitos, siendo de tal manera una antítesis de gobierno que ha predominado en el trascurso del tiempo: la democracia y el socialismo. La transformación y diversificación de aquel ha hecho que este último tenga una aparición muy importante en la historia de América Latina, tanto así, que ha creado un sinfín de conflictos políticos y sobretodo económicos en el entorno internacional. El sistema ha dividido tanto la estructura de los partidos políticos, que ha traspasado la legitimidad de dichos partidos a la persona representativa como tal, denominados comúnmente caudillos, outsiders o antipolíticos.

METODOLOGÍA

Esta investigación se enmarca como lo plantea Clavijo (2013) dentro de una metodología cualitativa en el entendido de que "se busca identificar las naturalezas profundas de las realidades, sus sistemas de relaciones, su estructura dinámica" de tipo descriptivo puesto que, partiendo de la base de las teorías democráticas, se trata de establecer y describir los métodos de gobiernos democráticos como los factores ideales para un desarrollo político sólido en América Latina, y tipo correlacional porque partiendo de las variables que se dan, basadas en los estudios sobre otras forma de gobierno que no generan el mismo impacto de desarrollo político en la región, se busca obtener un factor real que determine la legitimidad

[35] Estudiante de 4to año de Derecho de la Universidad Libre Seccional Cúcuta. Monitor del Semillero en Ciencia Política. E-mail: daniel.mendez@unilibrecucuta.edu.co. Colombia, Norte de Santander, Cúcuta, Quintas del Tamarindo I, C- H11. C.E 494211.

de la democracia, así como los partidos políticos en América Latina; “se busca desarrollar una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado”

De igual manera se analizará desde la doctrina y diferentes sistemas jurídicos de Latinoamérica los conceptos base de esta investigación, que luego se utilizarán para demostrar el aporte de los partidos políticos para el desarrollo político en América Latina.

MARCO TEÓRICO

El referente teórico de esta investigación se da dentro de la Teoría Política normativa y doctrinaria, su teleología se define con lo que la política puede ser, llegar a ser o debe ser. Esta medida es de carácter abstracto y analítico normativo y doctrinario, es una conjugación entre la ciencia política y la filosofía política. El contenido normativo de este referente teórico es irreductible, por esto la Teoría Política es el soporte fundamental de la Ciencia Política.

- LA DEMOCRACIA COMO FORMA REVOLUCIONARIA DEL CAMBIO POLÍTICO EN AMÉRICA LATINA

Desde el cambio político, social y económico, la democracia invoca una serie de cambios institucionales que en Latinoamérica comprende tanto al régimen político como a la forma de gobierno. El hecho de que el cambio democrático dé pie a que se generen instituciones fuerte; pero a la par se generen otras débiles; resulta útil establecer ciertas variables del cambio político. Guillero O’donell y Phillipe Shmitter han observado a lo largo de las historias autoritarias en América Latina, hasta qué punto las transiciones están marcadas de un lado por el inicio de la disolución del régimen autoritario, y por el otro por el establecimiento de alguna forma de democracia; de manera tal que se plantee la instauración de la democracia como un régimen caracterizado por la incertidumbre.

Si bien en cierto, las observaciones de O’donell y de Shmitter se dan con base a un escenario europeo-norteamericano, dejando a la merced de la propia incertidumbre la investigación de la democracia como desarrollo en Latinoamérica. De alguna u otra manera Latinoamérica necesita sus formas claras y precisas de desarrollar sus bases democráticas y dejar de copiar modelos que tienen un enfoque y un contexto diferente, para de esa manera poner control a las problemáticas sociales, políticas y económicas que se generan con la mezcla de ideas difusas, sin un sentido con necesidades propias.

Otros de los presupuestos que se tiene que generar con la construcción de ideas claras y precisas para una instauración democrática sólida, es saber adoptar las medidas que acarrea el desarrollo democrático, como por ejemplo que el desarrollo político se encuentra estrechamente ligado al desarrollo económico y no al revés, manera en que las dictaduras y regímenes militares han querido dejar entender. Paradójicamente, los regímenes militares represivos se produjeron en los años setenta con un sistema económico y político estable, mientras que la recuperación de la democracia, a lo largo de la

historia, ha estado precedida, en forma general, de crisis económicas que los titulares del poder en turno no quisieron asumir.

- LOS PARTIDOS Y LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO

La naturaleza de la democracia está ligada a un cuadro general de lucha entre los partidos políticos. Se pueden distinguir tres tipos diferentes: una lucha sin principios, una lucha sobre principios secundarios y una lucha sobre principios fundamentales. La primera lucha se puede ver representada en los Estados Unidos, las elecciones norteamericanas traducen muy mal la opinión pública; el mecanismo mismo de las luchas partidistas impide a ésta formarse y tomar decisión en los grandes problemas que dominan la existencia y el porvenir de la primera nación del mundo. En el segundo grupo entran, por ejemplo, Gran Bretaña y Europa del Norte (Alemania occidental), en donde su separación no solo es doctrinal sino social. Plantea una concepción diferente de la producción y distribución de las riquezas, de ingresos, de la estructura y circulación de las élites; casi siempre, la división de los partidos radica en la estratificación social. En Francia y en Italia la lucha política se presenta de una manera muy diferente a las demás, descansa en los fundamentos mismos del Estado. Los partidos comunistas no aceptan la democracia occidental, no admiten el pluralismo de partidos, que quieren remplazar por el partido único; no reconocen ningún derecho a la oposición y a la expresión libre. En este último aspecto, se puede encontrar con gran participación los partidos comunistas que por ningún motivo, siendo opción de poder, consentirían la idea de no suprimir a los demás partidos políticos, que por el contrario, estos últimos, supondrían una tolerancia a los comunistas; a menos que nieguen sus principios democráticos.

Una estructura política democrática es viable cuando se presenta en un escenario multipartidista. El bipartidismo es ilógico cuando uno de los partidos adquiere una naturaleza totalitaria, ya que estando éste en el poder arruinaría el dualismo de poder político. Desde el primer éxito electoral de los comunistas, el mecanismo bipartidista sería suprimido, al igual que los intentos por acabar con los sectores multipartidistas.

- LA DEMOCRACIA COMO UN PROCESO PLURAL DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LA SOCIEDAD EN EL ESTADO

Es de suma importancia reconocer la relación que guardan los partidos políticos con el sistema social y la sociedad como tal, sirviendo como instrumentos que facilitan la participación de dichos partidos en la organización del Estado. A saber, que es necesario acotar que los partidos políticos presentan un grado de responsabilidad para la aplicación de la democracia en América Latina, se tiene que la garantía de la participación de los ciudadanos en la organización del Estado representa el pluralismo que existe en la sociedad actual; no se pudiera hablar de democracia sin participación, como no se puede hablar de participación sin democracia ya que aquella es su fundamento funcional.

La participación debe constituir un requisito fundamental para el proceso de legitimidad de la democracia y con ella, la política. La participación como tal se puede presentar en múltiples facetas que pudieran dar

a conocer de una manera eficaz los asuntos públicos tanto a los ciudadanos que adoptan ese medida de representación como los que no, que de igual manera no debería constituir una absoluta toma de decisiones de aquellos que son elegidos para ser el portavoz de una sociedad. Es más conveniente hablar de "democracia participativa", que se pudiera ejercer de manera inmediata o por medio de representantes.

Cualquiera que fuera el caso del tipo de democracia que se escoja, los partidos políticos cumplen un rol importante porque son ellos los responsables de expresar el pluralismo que existe en la sociedad. De igual manera, los partidos políticos no pueden ser una obstrucción a aquellas personas que intenten ejercer de una manera directa la democracia por las vías que constitucionalmente le son otorgadas, para que sea la misma sociedad que de una u otra manera intervenga en la formulación de propuestas y no sólo en la toma de decisiones. La democracia directa, como tal, no es una simple ratificación de decisiones tomadas a cabo por los partidos y luego formalizada por los entes estatales; sino que es un medio de participación ciudadana que otorga una vía directa entre lo social y el Estado.

Con el reconocimiento de una representatividad de origen democrático se excluye que pueda expresarse sólo una determinada opción política o socioeconómica, y, por el contrario, se busca unificación de la voluntad del Estado a través de dicho proceso. Es aquí donde los partidos políticos cumplen un rol importante, en tanto que son organizaciones que sirven para unificar las expresiones de diversos sectores de la población en general. De esta manera, los partidos políticos son un instrumento fundamental para la realización no de la representación, sino de la representatividad.

RESULTADOS (PARCIALES)

Se ha podido observar, como resultado, que la democracia en América Latina se ha visto amenazada por varios agentes que han generado un sinfín de inconvenientes a lo largo de su historia (como es el hecho del socialismo y las tendencias extremistas de varios ideales) dejando a gran parte de la comunidad de países una gran zozobra por recuperar los valores que sólo se suelen tener con todos los sistemas e instituciones repletos de legitimidad.

Además se pudo observar que los partidos políticos como centros de expresión popular y como voz activa de la sociedad deben velar por el real desarrollo de la democracia en Latinoamérica, de tal forma que no se le sean vulnerados los mínimos derechos a las personas que de alguna u otra forma tienen bajo su protección ideológica.

De igual manera, para el desarrollo de la expresión popular, los partidos políticos han dejado de cumplir en algunos rasgos su función principal con la sociedad. Esto genera como consecuencia que la misma sociedad centre su legitimidad ya no en los centros de expresión (partidos políticos) sino en representantes carismáticos que dan una mejor prenda de garantía a menor costo que los partidos, como lo son antipolíticos u outsider, que poco a poco han venido adoptando un papel más activo en la sociedad llenando esos vacíos que, de entrada, son los partidos políticos quienes los tienen que llegar a resolver.

CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación a parte de aportar nuevos conocimientos a quien lo lee, también enriqueció de una u otra forma a todos aquellos que logramos aportar un grano de arena a esta investigación. Dentro de las conclusiones se puede acotar que la democracia es considerada sin duda alguna la mejor forma de gobierno que ha podido existir a manera de práctica en América Latina, pero que de igual forma a través de sus diferentes modelos se han podido presenciar algunos altibajos con lo que a una buena representación respecta. Sin embargo, una forma de gobierno democrática propende por el bienestar de toda una nación que goza de muchos de los derechos consagrados en más de un convenio, tratado, código o carta magna respecta, de igual manera en lo económico, la libertad financiera es más que suficiente para que las personas puedan tener un desarrollo y una estabilidad que le permita estar en paz y armonía tanto con el Estado como consigo mismo.

Asimismo, se puede observar que la democracia representativa, y, junto a ella los partidos políticos tradicionales que abusan de aquella, han perdido legitimidad frente a las nuevas formas de hacer política y sociedad encauzados en personalismos más allá de toda estructura política sino sólo utilizando el arma más pura; la el desarrollo político en democracia, la convicción y creencia de un pueblo agradecido por decir y trabajar con la verdad.

De igual manera se pudo determinar que los partidos políticos son necesarios para el establecimiento institucional y desarrollo político y democrático en América Latina. Tanto, que son considerados como el motor democrático de un país. De igual manera los outsider o antipolíticos, son también necesarios para la restauración de la democracia cuando la gente ha perdido su credibilidad en los partidos políticos tradicionales por diferentes fenómenos de pérdida de legitimidad, o cuando las diferentes formas de gobierno han abordado tanto a la sociedad que a los partidos tradicionales se les es imposible cubrir con los costos y recurren a la fuente de la personalidad carismática para poder cumplir con el desarrollo democrático que necesita América Latina.

RECOMENDACIONES Y AGRADECIMIENTOS

La ciencia política debería ser entendida en estos tiempos como un modo vertical de evaluación crítica pero constructiva. En el cual, los sistemas a evaluar desde la ciencia política sean resueltos en el mismo plano y no se recurra a otros medios para solucionar dichos inconvenientes. En palabras de Danilo Zolo "con todo, la ciencia política no debería renunciar a su elección de rigor y claridad conceptuales, ni disminuir su vocación por la indagación "empírica" sobre la política, si esto significa actividad de información y estudio comparativo de los sistemas políticos contemporáneos, sin lo cual no se constituye alguna "teoría política" digna de tal nombre".

En el estudio de esta investigación son varias las ideas que fueron discutidas para poder desarrollar paulatinamente este trabajo investigativo. En ese orden de ideas, agradezco al Doctor Hernando Perdomo Gómez por la ayuda prestada y el tiempo dedicado a este proyecto.

REFERENCIA

Badía, J. F. (s.f.). *Poder y Legitimidad* .

Buquet, D. (2007). ENTRE LA LEGITIMIDAD Y LA EFICACIA: REFORMAS EN LOS SISTEMAS DE ELECCIÓN PRESIDENCIAL EN AMÉRICA LATINA. *Revista Uruguaya de Ciencia Política* , 15.

Caldera , A. S. (2004). Legalidad, legitimidad y poder. En A. S. Caldera, *Legalidad, legitimidad y poder* (pág. 23). Nicaragua : Fundación Friedrich Ebert.

Caminal Badia, M. (1996) Manuel de Ciencia Política, Madrid: tecnos.

Cohen, J. (1989). Deliberación y legitimidad democrática. *The Good Polity*, 127 - 145.

Dartiguelonge, E. (1995). Legalidad, legitimidad y soberanía popular. (U. N. Plata, Ed.) *Faces*, 103 - 165.

De Águila, R. (1997). Legitimidad, poder y violencia. En R. De Águila, *Manual de Ciencia Política* (págs. 211 - 239). Madrid: Trotta.

De Azua, C. R. (1969). *Legitimidad, apoyo y poder político.* Montevideo : Fundadión Culltura Universitaria .

De Piero, S. (2008). Estado, soberanía. *UCES, XII* , 18 - 36.

De Vega, P. (1998). *Legitimidad y representacion en la crisis de democracia actual.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Del Hierro, J. L. (Agosto de 2013). Legitimidad y legalidad. *Cultura de la Legalidad*, 179 - 186.

Delgado, C. R. (2013). “La legitimidad en el ejercicio del poder político en el Estado Social de Derecho. Una revisión desde el caso Colombiano". *Revista Ius et Praxis* , 37.

Duveger, M. (2004). Los partidos políticos, Mexico: fondo de la cultura económica.

Fleury, S. (2003). Legitimidad, Estado y Cultura Político. *Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas*, 129 - 170.

García, P. d. (1998). *Legitimidad y representación en la crisis de la democracia real.* Barcelona: Instituto de Ciencias Politiques i Socials.

Hernández, J. L. (2009). El concepto de legitimidad en perspectiva histórica. *Cuadernos de legitimidad en perpectiva histórica* , 14.

Lacambra, L. L. (1958). Legalidad y Legitimidad. *Revista de Estudios políticos* , 19.

Mazzuca, S. (2012). Legitimidad, Autonomía y Capacidad: Conceptualizando (una vez más) los poderes del Estado. *Revista de Ciencia Política* , 16.

Montenegro , D. C., Delgado, E. C., Ingaruca, C. D., Carranza, L. D., & Salvatierra , J. H. (2008). *Legalidad y Legitimidad en el Sistema Jurídico y Político* . Lima: Universidad de San Martín de Porres

Presno Linera, M. (2000) los partidos y las distorsiones jurídicas de la democracia. Barcelona: Editorial Ariel, S.A, 27-41

Ramos Jiménez, A. (2008). Las formas modernas de la política. Mérida: centro de investigaciones de política comparada

Rey, M. T. (2008). Legitimidad y hegemonía. Distintas dimensiones del dominio consensual. En M. T. Rey, *Estado y Marxismo: un siglo y medio de debates* (pág. 340). Buenos Aires : Prometeo.

Rúa Delgado, C. (2013). La legitimidad en el ejercicio del poder político en el Estado social de derecho. Una revisión desde el caso colombiano. *Ius et Praxis*, 85 - 122.

Rufanges, J. C. (2008). El Foro Social Mundial: nuevas formas de hacer política. . *Cuaderno Deusto de Derechos Humanos* (pág. 106). Bilbao : Universidad de la Universidad de Deusto .

Sirczuk, M. (2013). *Fundación y legitimidad en la modernidad política: Carlo Schmitt, Hannah Arendt y Claude Lefort.* Barcelona: Universidad de Barcelona.

Torres, A. M. (2010). POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA: Estado, ciudadanía, modernización, cultura e ideas políticas. *Revista Encrucijada Americana*, 28.

EVOLUCIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE ESTADOS UNIDOS Y COLOMBIA (2012 – 2016)

Diego Andrés Arenas Valdivieso[36] - Jose Luis Garcés Bautista[37]

RESUMEN

Los Tratados de Libre Comercio, han tenido una gran acogida por parte de los países que los firman para generar ventajas competitivas en los mercados Globales, entre los beneficios adquiridos se encuentran las exportaciones e importaciones de bienes y servicios, movilidad de personas, aumento de la inversión extranjera directa, entre otras. Colombia no ha sido ajena a este comportamiento de generar un mayor comercio internacional con países claves de la región o incluso de otros continentes. Entre estos, se encuentra el TLC firmado con Estados Unidos vigente desde mayo del 2012. Esta ponencia, tratará de evidenciar de manera cronológica el avance del tratado desde su firma hasta Diciembre de 2016, en cuestión de artículos en revistas especializadas, artículos de investigación y artículos de opinión, es decir la revisión de información secundaria sobre temas relacionados con el tratado; dentro de lo encontrado, se evidencia normatividad, aprovechamiento de algunos sectores con TLC, efectos positivos o negativos del TLC y Evaluación de ventajas y desventajas para los empresarios este TLC con el país en mención. Esta información es se genera de la investigación no concluida y planteada por los autores con título: Análisis de la percepción de los Gerentes de las empresas Exportadoras de Santander frente al TLC Estados Unidos - Colombia.

PALABRAS CLAVES:

[36] Profesor Asociado Adscrito a la Facultad de Administración de Negocios Internacionales – Decanatura de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. E-mail: diego.arenasv@upb.edu.co

[37] Profesor Asociado Adscrito a la Facultad de Administración de Negocios Internacionales – Decanatura de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. E-mail: jose.garces@upb.edu.co

Tratado de Libre Comercio Estado de Arte Internacionalización Globalización

ABSTRACT

The Free Trade Agreement, has been welcomed by the signed countries to generate competitive advantage in the global market, some of the acquired benefits are good and services export and import, people movement, increasing of the foreign direct investment, between others. Colombia has not been indifferent of this behavior to generate a major international commerce with key countries in the region or in other continents. One of them, is the Free Trade Agreement signed with United States since May 2012. This report, will be evidence in a chronologic order the progress of the Free Trade Agreement since the signing day until December 2016, a matter of, Specialized magazines articles, research articles and opinion articles, it means the review of secondary information about the topic related with the trade; within the information found are regulation, advantage of some of the economy sectors, positive and negative effects and advantage and disadvantage evaluation for the companies manager about the FTA. This information was taken for a no concluded research and propose by the authors: Analysis of the perception of the Exporters companies managers form Santander taking into account the United States - Colombia FTA

KEYWORDS:

Free Trade Agreement State of Art Globalization Become International

INTRODUCCIÓN

El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Colombia ha sido uno de los avances más significativos en materia de crecimiento económico para el país.

Durante la última década, la política de comercio exterior de Colombia se fundamentó en la profundización de las relaciones comerciales con la Comunidad Andina[38] y en los esfuerzos para obtener acceso unilateral a ciertos mercados, en especial el de Estados Unidos, a través de los esquemas ATPA/ATPDEA, que fue creado como un régimen de excepción por el país Americano a Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia con el fin de apoyar la lucha contra el tráfico ilícito de drogas.[39]

Sin embargo, durante la última prorrogación del esquema, culminada el 15 de febrero de 2011, Colombia ya tenía un nuevo fundamento o visión clara sobre un nuevo acuerdo con Estados Unidos, referente al Tratado de Libre Comercio (TLC). Un nuevo entorno con miras en brindar posibilidades a empresarios para realizar inversiones a largo plazo, e incrementar su capacidad productiva y de esta manera lograr una estabilidad en tiempo y condiciones favorables para aumentar las exportaciones.

Dicho acuerdo, se entabló como la posibilidad de ser un fiel generador de oportunidades para los colombianos, sin excepción, con la creación de empleo y la mejora del desempeño de la economía nacional. De igual manera, brindar beneficios a los sectores exportadores, pues podían vender sus productos y servicios, en condiciones muy favorables en el mercado estadounidense.

Dentro de los temas que se entablaron en la negociación fueron los considerados como generales, es decir, acceso a mercados, en sus dos grandes afluentes (industriales y agrícolas); propiedad intelectual, régimen de la inversión, compras del Estado, solución de controversias, competencia y competitividad, comercio electrónico, y servicios.

Es importante resaltar que el sector de servicios es ya el más grande de la economía colombiana. Los servicios de alto valor agregado son el gran dinamizador de las economías del mundo, la inversión extranjera se incluye porque hay gran interés en atraerla. También se negoció propiedad intelectual, tema altamente sensible; y compras del Estado, elemento muy importante para dinamizar el comercio.

Esta ponencia pretende evidenciar desde la información secundaria obtenida por bases de datos de investigación especializadas y revistas de índole académico y de opinión sobre el impacto que ha tenido el TLC de Estados Unidos con Colombia.

---

38 http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=189&tipo=QU&title=somos-comunidad-andina

39 https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/02/22/atpa-atpdea/ donde claramente se evidencia la definición de los términos APTA/ATPDEA, con el fin de mostrar en qué consiste y demás.

MARCO TEÓRICO

Como marco teórico se tendrán en cuenta diferentes investigaciones y artículos escritos durante los últimos 10 años sobre la temática en cuestión. Inicialmente se tomaran algunas definiciones: la primera la da Organización Mundial de Comercio (OMC) de lo que es un Acuerdo Comercial Regional entre los que entran los Tratados de Libre Comercio "cualquier acuerdo comercial recíproco entre dos o más partes, que no tienen por qué pertenecer a una misma región. Incluyen los acuerdos de libre comercio y las uniones aduaneras", la segunda (PEREZ TORO, 2010) menciona "las relaciones comerciales reguladas entre bloques de países, en el cual se comprometen las partes a efectuar reducciones arancelarias y celebrar otros convenios en materia de servicios y protección a la inversión". En la Investigación Evaluando el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y los países andinos: promesas y posibilidades (DORRONSORO, 2005) Se evidencia que si puede haber una afectación grave por la entrada del TLC en vigencia, apoyo al narcotráfico mediante la erradicación de cultivos ilícitos. Esta investigación recoge datos sobre el sector agroindustrial colombiano, y la realidad a la que se enfrentan las empresas agroindustriales frente a su par en los Estados Unidos.

Al mismo tiempo (LOPEZ MONTAÑO, 2007) Este estudio referencia que los grandes ganadores con las firmas de TLC en Colombia son el sector financiero, las grandes empresas, las regiones exportadoras y la mano de obra calificada. Dejando atrás los principales actores para el crecimiento regional como los son las Pymes, las cuales son base fundamental en la economía de las regiones. Esta investigación ¿Cómo se negoció un TLC en Colombia? recoge datos sobre la revisión política de los Estados Unidos frente a los diferentes acuerdos suscritos con otros países.

De la misma manera, (PERIODICO EL ESPECTADOR, 2012) en su editorial Efectos del TLC en las Regiones Colombianas: Muestra las fortalezas de los productos de cada región que se puede aprovechar frente al TLC con Estados Unidos. Se concluye que todas las regiones de Colombia se ven favorecidas con el TLC, cada una con sus especialidades (BPO, calzado, Maquinaria, Plástico, Etc.) y las posibles ganancias en ventas que pueden presentarse.

Asimismo, (CANO, 2013) en la investigación: La agricultura colombiana de cara a los pactos bilaterales de comercio utiliza fuentes de estudios por organizaciones internacionales

como la FAO, OECD, OMC, APATDEA, MINISTERIO DE AGRICULTURA y concluye que los TLC son beneficiosos siempre y cuando los recursos naturales explotados para ser productos exportables, deben protegerse, conservarse y restaurar lo utilizado.

Del mismo modo, (GÓMEZ, 2013) en su investigación Avances y perspectivas del aprovechamiento del tratado de libre comercio con Estados Unidos, colabora para el aprovechamiento de los sectores agrícola y ganadero, confecciones, servicios en salud, metalmecánica, agroindustria, entre otros. Se evidencia que el TLC con Estados Unidos puede presentar una oportunidad de negocios para la exportación de Bienes y Servicios.

Finalmente, (SOTO PINEDA, 2014) Expone las características fundamentales de las ayudas públicas, en razón de la capacidad que estas han demostrado para distorsionar el entorno competitivo. Se resalta, igualmente, la importancia de estructurar un marco regulatorio interno de defensa de la competencia, así como también uno supranacional, que en uso de herramientas como los tratados de libre comercio, discipline el ejercicio que los socios comerciales más próximos pueden darle a aquel tipo de ayudas; realiza un paralelo entre las normativas Nacionales e Internacionales frente al marco regulatorio de la competitividad que puede incidir en las negociaciones de un tratado o acuerdo comercial; Como conclusión el autor presenta una posición clara de regulación de las ayudas económicas que tiene el gobierno nacional frente a la inserción de los TLC y Acuerdos Comerciales.

MÉTODOLOGIA

Esta ponencia basa su metodología acorde con la Investigación presentada sobre Análisis de la percepción de los Gerentes de las empresas Exportadoras de Santander frente al TLC Estados Unidos – Colombia.

La Metodología de esta investigación se realizará mediante la recolección de información (primaria y secundaria) sobre el tema se realizarán las siguientes fases las cuales se listan:

Fase A: Revisión e identificación de los Productos listados en el TLC beneficiados en el sector exportador de Santander.

Fase B: Revisión del comportamiento de las exportaciones e importaciones de los productos listados en el TLC en el periodo comprendido desde la entrada en vigencia del tratado hasta finales del año 2015

Fase C: Comparación de los datos suministrados por los entes gubernamentales sobre las exportaciones e importaciones de los productos listados en el TLC Versus la información que se encuentra en el documento oficial del Tratado.

Fase D: Elaborar y aplicar una encuesta que permita medir y conocer la percepción de los gerentes de las empresas exportadoras de Santander frente al beneficio del TLC con Estados Unidos.

Fase E: Analizar los resultados de la encuesta realizada.

RESULTADOS

Como preámbulo al desarrollo del estado del arte, para tener una idea concisa de los temas que se tomaron como base y referencia en antecedentes y señalamientos coyunturales sobre la situación que ha tenido la implementación del Tratado de Libre comercio desde que entró en vigencia y el aporte que ha hecho para la región santandereana. Para abordar la idea, se toma como definición el término Tratado Internacional según la Real Academia Española (RAE), donde se puntualiza como *el "Acuerdo entre Estados u organizaciones internacionales, regido por el derecho internacional, con la finalidad de establecer normas de relación o de resolver problemas concretos".*

Revisando, el artículo *"Ventajas del TLC para empresas colombianas"* (PERIODICO EL TIEMPO, 2017), muestra una oferta que tiene una serie de productos exportables, (alrededor de 850) al mercado estadounidense. Aquí, se hace un análisis de las más de dos mil empresas colombianas que quieren ser amparadas por los beneficios que ofrecen los tratados internacionales. "Gracias a las ventajas que un buen número de empresas han visto en los TLC, hoy en muchos países del mundo circulan bienes de fabricación nacional que no solo impulsan las exportaciones, sino que también ayudan a la diversificación que tanto clama Colombia", señala el documento oficial. Dicho apartado publicado por Periódico El Tiempo, concluye que de la mano de organismos enfocados como ProColombia para la promoción de las exportaciones, se pueden aprovechar más los tratados internacionales que tienen las diversas regiones del país, de esta manera ofrecer productos con un alto valor agregado y buscar la manera de incursionar en mercados internacionales, para promover negociaciones competitivas.

CRONOLOGIA DE HECHOS IMPORTANTES DEL TLC ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS HASTA EL 2012[40]

Se cita a el diario el país en su artículo *"Cronología: TLC entre Colombia y Estados Unidos entra en vigencia",* (mayo 10, 2012), donde realiza un análisis minucioso de los disímiles procesos por los que atravesó el país colombiano con respecto al acuerdo bilateral con Estados Unidos. De este, prevalecen algunas fechas expuestas a continuación que ayudan a la contextualización desde el inicio hasta la entrada en vigor del Tratado de libre Comercio.

AÑO 2003

- 18 de noviembre: El Gobierno de EE.UU. anuncia la apertura de negociaciones para suscribir un TLC con Colombia.

AÑO 2004

- **22 de enero:** La CAN anuncia que los países del grupo tendrán un equipo de asesores comunes para negociar sus TLC con Estados Unidos, que entonces buscaban, además de Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú.
- **3 de mayo:** El Gobierno de EE.UU. anuncia que Perú y Ecuador se unirán a Colombia en las negociaciones del TLC, mientras que Bolivia asistirá como observador.
- **18 de mayo:** Comienza la primera ronda de negociación en Cartagena de Indias para el TLC de Colombia, Ecuador y Perú con EE.UU.
- **14-18 de junio:** Segunda ronda de negociaciones en Atlanta (EE. UU)
- **26 de julio:** Colombia, Ecuador y Perú entregan a EE.UU. varios textos comunes en la tercera ronda de negociaciones en Lima.
- **4 de diciembre:** Concluye una nueva ronda de negociaciones, la cuarta, en Tucson (EE.UU.).

AÑO 2005

- **7 de febrero:** Arranca una nueva ronda de negociaciones en Cartagena, hasta el 11 de febrero.

[40] http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/noticias/cronologia-tlc-entre-colombia-y-eeuu-entra-en-vigor-despues-6-anos-firmado)

- **11 de febrero:** Los negociadores acuerdan dos rondas adicionales y mesas bilaterales para el tema agrícola.
- **16 de marzo:** En Miami, los negociadores discuten sobre el sector textil.
- **7 de diciembre:** Perú logra por su cuenta un acuerdo para el TLC con EE.UU. y Colombia sigue con las negociaciones junto a Ecuador.

AÑO 2006

- **16 de enero:** Los Gobiernos de Colombia y Ecuador se comprometen en Bogotá a desarrollar una "estrategia conjunta" para finalizar las negociaciones.
- **31 de enero:** Colombia y EE.UU. llegan a un acuerdo sobre la regulación del comercio de licores.
- **27 de febrero:** EE.UU. y Colombia acuerdan el TLC.
- **19 de abril:** El presidente venezolano, Hugo Chávez, anuncia que retira a su país de la CAN por los TLC de Colombia y Perú con EE.UU.
- **14 de junio:** El presidente de EE.UU., George W. Bush, recibe a su par de Colombia, Álvaro Uribe, para superar los escollos, aunque sin resultados.
- **7 de julio:** Colombia y EE.UU. llegan a un acuerdo en Washington sobre varios textos que habían demorado el cierre de la negociación.
- **22 de noviembre:** Estados Unidos y Colombia firman el tratado.
- **30 de noviembre:** El Gobierno colombiano presenta al Legislativo una ley para ratificar el TLC.

AÑO 2007

- **21 de febrero:** Comienza en el Legislativo colombiano el debate para aprobar el TLC con EE.UU.
- **4 de julio:** El presidente Uribe sanciona el TLC firmado entre su país y EE.UU.
- **10 de septiembre:** El Gobierno de EE.UU. lanza una ofensiva política para que el Congreso apruebe los TLC con Perú, Panamá y Colombia.

AÑO 2008

- **7 de abril:** Bush envía al Congreso el proyecto de ley para la puesta en marcha del TLC con Colombia.

- **10 de abril:** La Cámara de Representantes de EE.UU. congela la votación sobre el TLC, como una medida de presión para exigir más protecciones a los derechos humanos y laborales en el país andino.
- **14 de abril:** Bush admite que el TLC con Colombia está "muerto" a menos que la Cámara de Representantes de EE.UU. programe una votación para aprobarlo.
- **21 de agosto:** El candidato demócrata a la Presidencia de EE.UU., Barack Obama, exige "menos impunidad" en las investigaciones de asesinatos de sindicalistas en Colombia.

AÑO 2009

- **2 de diciembre:** El senador republicano Charles Grassley pide al ya presidente Obama que promueva la aprobación de los tratados con Colombia, Panamá y Corea del Sur.

AÑO 2010

- **11 de febrero:** Obama afirma que "presionará" al Congreso para que sea aprobado ese mismo año el tratado.

AÑO 2011

- **13 de febrero:** El presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, asegura que, si el TLC con EE.UU. no se aprueba este año, su Gobierno no seguirá insistiendo y buscará otros mercados.
- **7 de abril:** Obama y Santos anuncian que aprobaron un plan de acción para destrabar el TLC.
- **3 de octubre:** Obama envía al Congreso los TLC suscritos con Colombia, Corea del Sur y Panamá.
- **5 de octubre:** El Comité de Medios y Arbitrios de la Cámara de Representantes de EE.UU. aprueba el TLC con Colombia.
- **12 de octubre:** La Cámara de Representantes y el Senado de EE.UU. aprueban de manera definitiva el TLC con Colombia.
- **21 de octubre:** Obama firma los Tratados de Libre Comercio (TLC) con Colombia, Corea del Sur y Panamá.

AÑO 2012

- **26 de enero:** Opositores y sindicalistas colombianos piden en EE.UU. que se aplace la entrada en vigor del TLC hasta que Colombia cumpla con el plan de acción sobre protección laboral.
- **31 enero:** El ministro colombiano del Trabajo, Rafael Pardo, asegura en Washington que el plan se cumple de forma "contundente".
- **1 febrero:** El Departamento de Trabajo de EE.UU. anuncia el desembolso de dos millones de dólares para que la Organización Internacional del Trabajo ayude a Colombia en la aplicación del plan sobre protección laboral.
- **11 de abril:** Colombia da por concluida la gestión legal en el Congreso del acuerdo con la aprobación de una polémica ley sobre derechos de autor y de la "ley de implementación del TLC".
- **15 de abril:** El representante de Comercio Exterior de EE.UU., Ron Kirk, anuncia que Colombia completó el proceso para poner en marcha el TLC. Obama y Santos anuncian oficialmente en Cartagena de Indias la entrada en vigor del TLC el próximo 15 de mayo.

CONCLUSIONES

- El TLC Estados Unidos – Colombia ha beneficiado a sector principales de la economía de nuestro país, se puede resaltar los bienes (calzado, plásticos, etc.) y servicios (BPO).
- Se evidencia que la entrada en vigencia del TLC el sector de PYMES en Colombia sería uno de los grandes afectados, debido a las empresas de los Estados Unidos que podrían entrar a nuestro país a competir.
- Cada región del país tiene productos o servicios que pueden aumentar el volumen de sus exportaciones a los Estados Unidos.

BIBLIOGRAFIA

Cano, Carlos Gustavo. (2013). La agricultura colombiana De cara a los pactos bilaterales de comercio. Revista de Ingeniería, (38), 63-70. Recuperado en 29 de julio de 2016 de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-49932013000100011&lng=es&tlng=es.

Celedon, Nohora. (2012). Analista explica cómo le irá a Santander con el TLC. Vanguardia Liberal.

Dorronsoro, Edgar. (2005). Evaluando el tratado de libre comercio entre Estados Unidos y los países andinos: promesas y posibilidades. Colombia Internacional, (61), 162-165. Recuperado em 29 de julho de 2016, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-56122005000100011&lng=pt&tlng=es.

Efectos del TLC en las regiones colombianas (2012). Periódico El Espectador. http://www.elespectador.com/noticias/economia/efectos-del-tlc-regiones-colombianas-articulo-346308.

Gómez, Hernando José. (2013). Avances y perspectivas del aprovechamiento del tratado de libre comercio con Estados Unidos. Revista de Ingeniería, (38), 60-62. Recuperado en 29 de julio de 2016, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-49932013000100010&lng=es&tlng=es.

Legiscomex (2017). Base de datos. http://legiscomex.com/Corporativo.asp.

López Montaño, Cecilia. (2007). ¿COMO SE NEGOCIA un TLC en Colombia?. Colombia Internacional, (65), 154-161. Recuperado en 29 de julio de 2016, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-56122007000100008&lng=es&tlng=es.

Organización Mundial de Comercio (2017). Definición de Acuerdo Comercial Regional. Ginebra, Suiza. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/scope_rta_s.htm.

Real Academia Española (2017). Diccionario de la lengua española. Madrid, España. http://dle.rae.es/?id=aWyXdpt.

Santander – Oportunidades de negocio para la región en inversión, exportaciones y turismo (2014). Revista de oportunidades PROCOLOMBIA. http://www.procolombia.co/publicaciones/revista-de-oportunidades-proexport-santander-2014.

Soto Pineda, Jesús Alfonso. (2014). la defensa de la competencia y el alcance de las ayudas públicas en el marco de los tratados de libre comercio. Universitas, (128), 315-355. Recuperado en 29 de julio de 2016, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-90602014000100011&lng=es&tlng=es.

RELACIÓN ENTRE INTERNACIONALIZACIÓN E INNOVACIÓN EN EMPRESAS EXPORTADORAS DE SANTANDER

Edgar Javier Gómez Parada[41]

INTRODUCCIÓN

La innovación es un componente cada vez más ligado a la competitividad actual de las empresas, para dar respuesta a los rápidos cambios del entorno desde la estructura empresarial. La innovación es un fenómeno complejo de estudio y su abordaje se ha realizado desde diversos niveles. En el nivel micro son las empresas las que dinamizan procesos de innovación, incluyendo la administración, gestión y generación del conocimiento dentro de las organizaciones a través de la puesta en marcha de capacidades dinámicas y recursos y las interacciones derivadas de todas estas variables (Crossan y Apaydin, 2010).

Desde un punto de vista macro, la innovación es un factor de producción adicional que genera externalidades que afectan al resto de la estructura productiva impulsando el crecimiento y el desarrollo y proviene de las capacidades de la institucionalidad y del ambiente donde se localizan las empresas. Estos dos enfoques no son mutualmente excluyentes, sino que se complementa dados los mecanismos de trasmisión desde el nivel base (agentes individuales, organizaciones) hacia resultados más visibles. (Crossan y Apaydin, 2010).

MARCO TEÓRICO: TIPOLOGÍA DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Schumpeter definió la innovación como la formulación de una nueva función de producción, incluyendo tanto la introducción de nuevas mercancías, como la inclusión de nuevas formas de organización, y afirmó que los procesos de innovación han estado presentes a lo largo de la historia del capitalismo, lo que lo la convierte en un factor interno determinante del sistema que ha permitido su expansión y evolución.

[41] Universidad Santo Tomás
edgar.gomez01@ustabuca.edu.co

Así mismo, Schumpeter citado por Trillo & Pedraza (2007) explicó la innovación como un cambio en el mercado tras introducir un nuevo bien, al incorporar un nuevo método de producción, al introducir una nueva manera de ofrecer comercialmente un nuevo producto o al abrir un nuevo mercado en un territorio concreto.

Pizarro, Real, & De la Rosa (2011) afirmaron que la innovación empresarial es la tendencia de las firmas a apoyar y comprometerse con las ideas novedosas, la experimentación y los procesos creativos que puedan permitir la creación de nuevos productos, servicios o procesos tecnológicos. Igualmente, hablaron de la existencia de una cultura emprendedora en las firmas, capaz de propiciar un lugar para trabajar dinámico y que incentive a la creatividad, y afirmaron que todas las firmas con cultura emprendedora se sostienen por el compromiso hacia la experimentación y la innovación.

El manual de Oslo de la (OCDE & EUROSTAT, 2005) distingue cuatro tipos: a) las innovaciones de producto, las innovaciones de proceso, las innovaciones de mercadotecnia y las innovaciones de organización.

La innovación de producto corresponde a la introducción de un bien o servicio nuevo o mejorado al mercado, esto incluye mejora en sus características, componentes o materiales y otras características funcionales. Incluye el desarrollo de una nueva utilización para un producto cuyas especificaciones técnicas se han modificado, estas mejoras se producen cuando se introducen cambios en los materiales, componentes u otras características que hacen que el producto tenga un mejor rendimiento, otro uso o sea completamente nuevo en el mercado.

Así mismo, el manual internacional considera que una innovación de proceso es la introducción de un nuevo o mejorado proceso de producción o de distribución, lo cual implica cambios ostensibles en las técnicas, los materiales y/o programas informáticos. Las innovaciones de proceso incluyen equipos y programas, nuevas formas de logística de la empresa, técnicas para abastecimiento de insumos y programas de compras, contabilidad, y mantenimiento. Las innovaciones de proceso tienen como finalidad disminuir costos, mejorar la calidad, producir nuevos productos o mejorarlos.

Una innovación de mercadotecnia es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarifación. (OCDE & EUROSTAT, 2005) Fundamentalmente una innovación de mercadotecnia se distingue de una acción de visibilidad porque introduce un método de comercialización que la empresa no utilizaba antes, implica una ruptura fundamental con relación a los métodos y estrategias ya practicados por la empresa. Son consideradas como tal: cambios del diseño del producto, modificaciones del envasado, cambios en el aspecto, sabores, y fundamentalmente nuevos métodos de comercialización, canales de venta y publicidad. Las innovaciones de marketing buscan satisfacer de mejor forma las necesidades de los consumidores, abrir nuevos mercados o posicionar nuevamente un producto en un contexto cambiante que permita alcanzar una ventaja competitiva.

El último eslabón en la tipología de la innovación de la OCDE es la innovación de tipo organizacional la cual queda definida como la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la forma de gestión, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa, se distingue de cualquier otro cambio organizativo por el hecho de no haber sido utilizado antes por la empresa y debe implicar una gran decisión estratégica tomada por la alta dirección.

Este tipo de innovación involucra prácticas empresariales con nuevos métodos de organizar las rutinas y los procedimientos de gestión de los trabajos, incluye así mismo nuevas prácticas para mejorar el aprendizaje y la distribución del conocimiento en la empresa. Así como prácticas de formación de personal, sistemas de educación y formación e introducción de sistemas de gestión de operaciones, de calidad, métodos de atribución de responsabilidades y del poder de decisión entre los empleados en las unidades organizativas.

- **METODOLOGÍA DEL ESTUDIO**

Es un estudio cualitativo correlacional entre dos fenómenos, internacionalización de empresas e innovación empresarial en el contexto del Área Metropolitana de Bucaramanga y Santander.

La variable innovación se mide a partir de una encuesta donde se pidió a los empresarios información sobre la innovación que desarrollaron entre los años 2006 - 2015, los datos fueron tomados directamente de las empresas a través de muestreo aleatorio simple. La unidad de análisis del estudio fue las empresas manufactureras exportadoras del AMB. La aplicación de la encuesta a las unidades de análisis se hizo directamente. En este trabajo se muestran datos sobre innovación de producto, de proceso, organizacional y de marketing.

La población lo constituyen las empresas exportadoras manufactureras con sede principal en el Área Metropolitana de Bucaramanga formalmente constituidas y registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Con esos criterios de inclusión para el año 2015 se obtuvo una población de 170 empresas. La encuesta se aplicó a 70 empresas.

A continuación se presentan las variables utilizadas.

Cuadro. Operacionalización de variables

Innovación de productos	Tipos de Innovación de producto	Número de productos totalmente nuevos por año entre 2006 – 2015
		Número de productos anteriores con modificaciones entre 2006 – 2015
		Número de nuevos bienes o servicios a otros similares en el mercado

Innovación de procesos	Tipos de Innovación de procesos	Número de nuevo o mejoramiento en método de producción de bienes o servicios para cada año entre 2006 – 2015
		Un nuevo o mejoramiento en método de logística, entrega o distribución para cada año entre 2006 – 2015
		Un nuevo soporte de mantenimiento u operaciones de compras, contabilidad o informática para cada año entre 2006 – 2015
Innovación organizacional	Tipos de Innovación organizacional	Número de nuevas prácticas administrativas y organización de procesos, reingeniería de procesos, gestión de calidad por año entre 2006 – 2015
		Número de nuevos métodos para la toma de decisiones y organización de responsabilidades por año entre 2006 – 2015
		Número de nuevas alianzas estratégicas y/o relaciones externas con otras empresas por año entre 2006 – 2015
		Número de nuevos métodos de subcontratación por año entre 2006 – 2015
Innovación de marketing	Tipos de innovación de marketing	Número de cambios significativos en el diseño, envase y embalaje de productos por año entre 2006 – 2015
		Número de nuevas formas de promoción del producto: imagen de marca, nuevos medios publicitarios, nuevas formas de contacto con los clientes por año entre 2006 – 2015
		Número de nuevos métodos para la distribución del producto por año entre 2006 – 2015
		Número de Sistemas de descuentos o de promociones por año entre 2006 – 2015

Elaboración propia

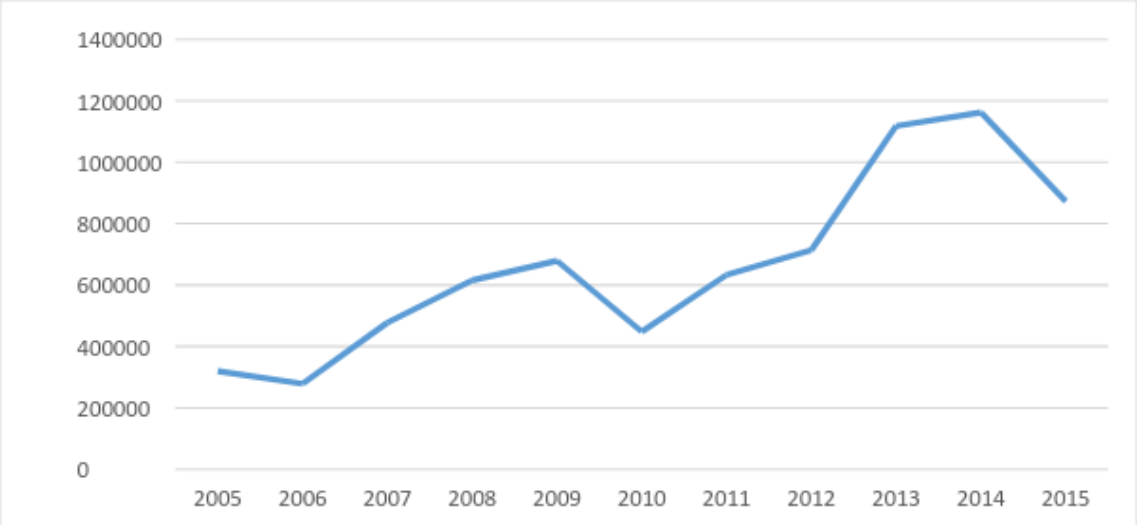
El otro aspecto que se tiene en cuenta son las exportaciones de Santander entre los años 2006 – 2015 y se hace una clasificación por nivel tecnológico, teniendo en cuenta la propuesta hecha por Lall (2000) y presentada por Durán y Álvarez (2011) que clasifica los productos por bienes primarios, manufacturas basados en recursos naturales, manufacturas de baja tecnología, manufacturas de mediana tecnología y manufacturas de alta tecnología. Es de aclarar que las exportaciones de Santander están altamente concentradas en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

RESULTADOS

Características de las exportaciones de Santander

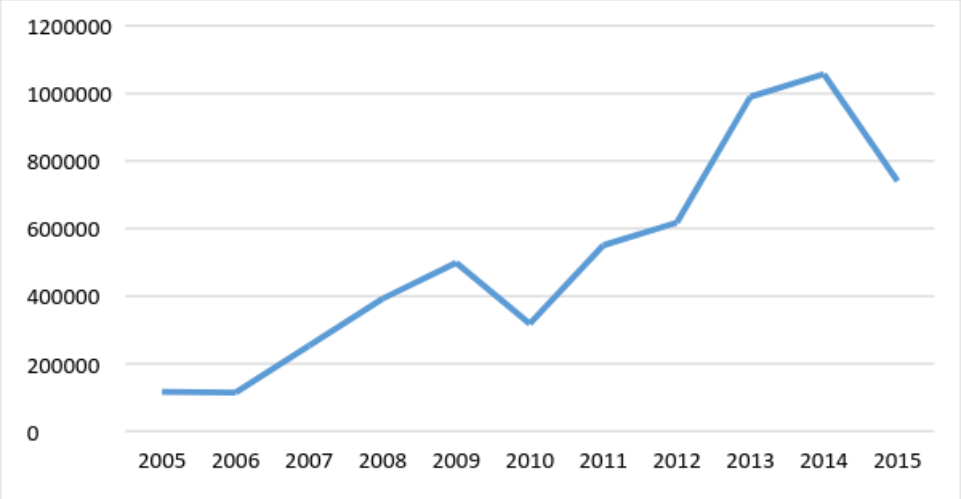
En general las exportaciones de Santander aumentaron entre 2005 - 2015 en valor cercano a 173% con algunos altibajos en el 2010 y 2014. Se alcanzó un valor aproximado de 827 millones de dólares en el 2015.

Gráfica. Comportamiento exportaciones de Santander entre 2005 – 2015



Elaboración propia. Fuente de datos: DANE

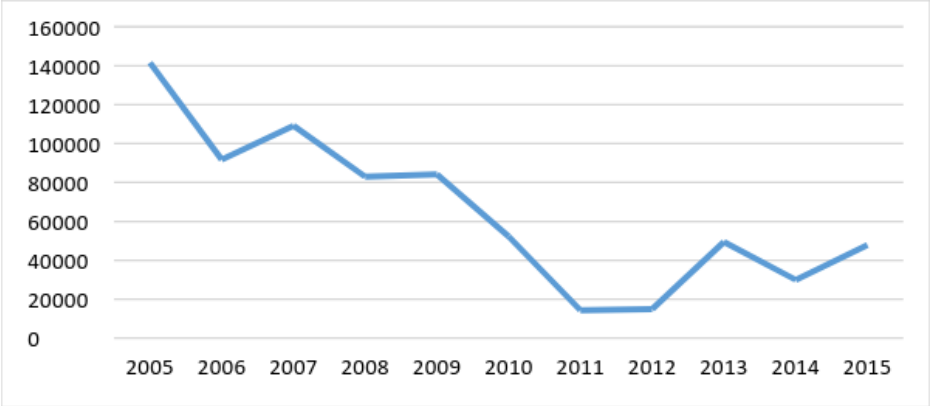
Gráfica. Exportaciones de Santander en bienes primarios.



Elaboración propia. Fuente de datos: Dian – Siex.

Las exportaciones de manufacturas basadas en recursos naturales que incluyen productos como preparaciones de frutas y vegetales, aceites y grasas, cemento, vidrio, productos de piedras preciosas, productos de madera, metales básicos, representan el 5% de las exportaciones del departamento de Santander y presentaron alta disminución entre el 2005 – 2015.

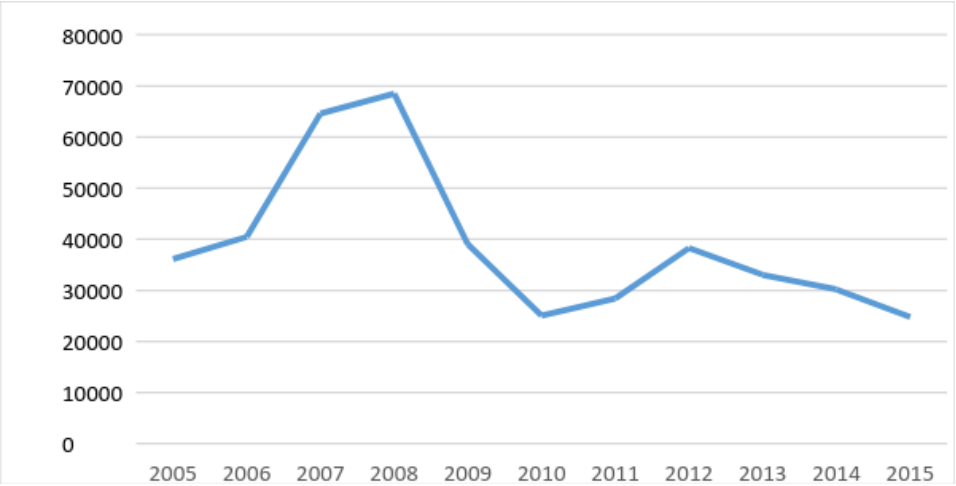
Gráfica. Exportaciones de Santander en manufacturas basadas en recursos naturales.



Elaboración propia. Fuente de datos: Dian - Siex

Las manufacturas de baja tecnología correspondieron en el 2015 al 3% de las exportaciones de Santander representadas en productos de calzado, confecciones, manufacturas de cuero, juguetes, productos plásticos, cerámica, productos básicos de metal, entre otros, presentaron comportamiento con varias fluctuaciones en el periodo 2005 – 2015 y con leve disminución entre esos años.

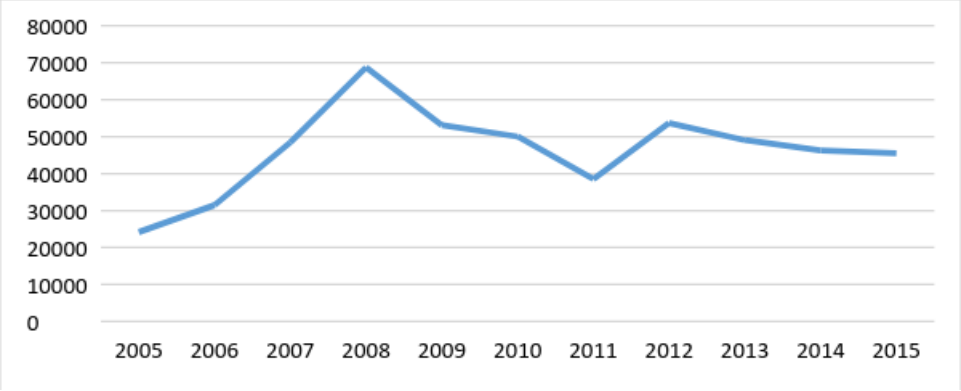
Gráfica. Exportaciones de Santander en manufacturas de baja tecnología



Elaboración propia. Fuente de datos: Dian - Siex

Las exportaciones de mediana tecnología aportaron en el 2015 el 3% a las exportaciones de Santander, representadas en productos como productos químicos, fibras sintéticas, autopartes y maquinaria, aparatos eléctricos entre otros, y presentaron tendencia al aumento entre 2005 – 2015

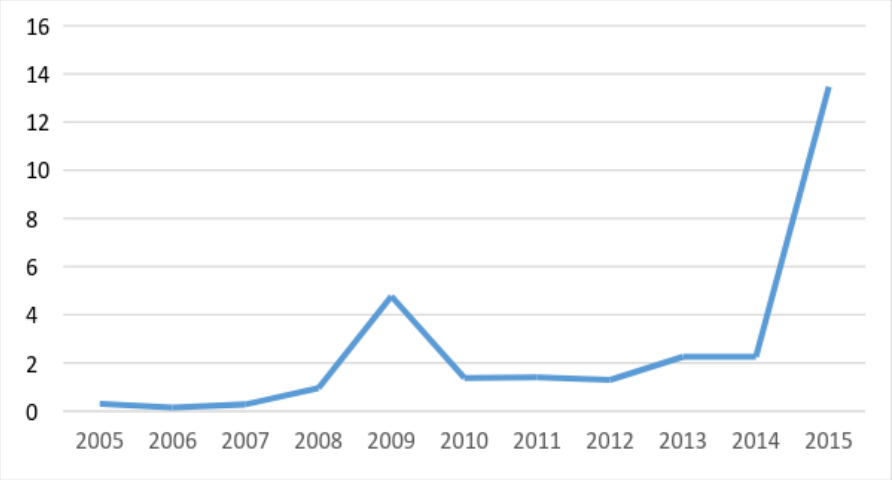
Gráfica. Exportaciones de Santander en manufacturas de media tecnología



Elaboración propia. Fuente de datos: Dian - Siex

Las exportaciones de Santander en manufacturas de alta tecnología incluyen productos farmacéuticos, electrónicos, ópticos y de precisión, entre otros, representaron en el 2015 el 2% del total de las exportaciones con un elevado crecimiento entre el 2005 – 2015, especialmente significativo entre el 2014 y 2015.

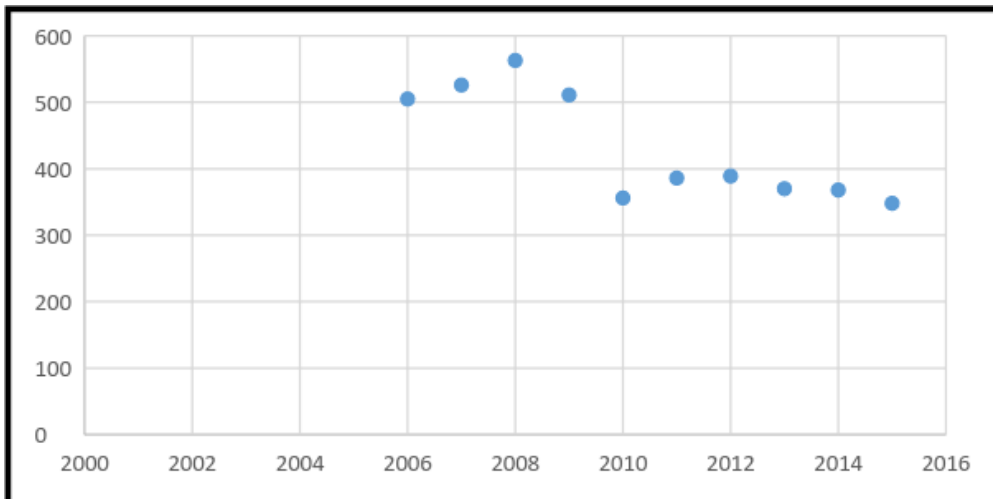
Gráfica. Exportaciones de Santander en manufacturas de alta tecnología



Elaboración propia. Fuente de datos: Dian - Siex

Se complementa este análisis con el número de empresas exportadoras según los boletines reportados por la Cámara de Comercio de Bucaramanga entre los años 2006 – 2015. (Santander exporta, 2006, al 2015). Se aprecia que a partir del 2010 el número de empresas disminuyó respecto a los años 2006 al 2009. Este hecho está influenciado por los problemas que se dieron con las relaciones diplomáticas y comerciales entre Colombia y Venezuela.

Gráfica. Número de empresas exportadoras de Santander



Elaboración propia.

CARACTERÍSTICAS DE INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL AMB

Para clasificar las empresas como innovadoras o no innovadoras se incluyeron las 4 formas de innovación según el manual de Oslo: proceso, producto, organizacional y de marketing en forma amplia, es decir no se establecieron límites en la característica de la innovación, los alcances de la

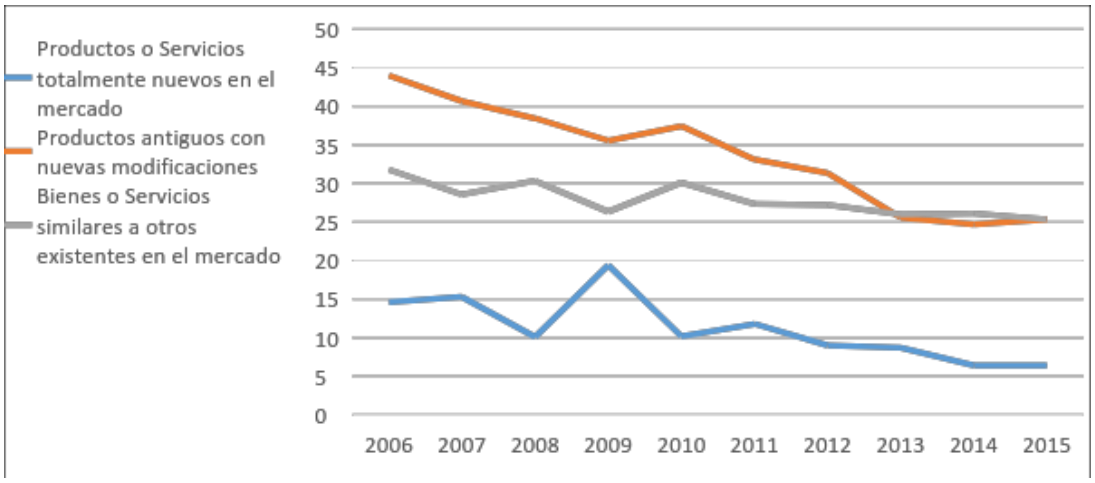
misma o de registros, por lo que abarcan mejoramientos hechos por las empresas y que a consideración de las mismas son significativas.

INNOVACIÓN DE PRODUCTO

La mayor tendencia es a realizar modificaciones a productos existentes, es decir mejoramientos a productos que desarrolla la empresa, seguido por llevar a cabo productos similares a otros que ya existen en el mercado, esto se facilita en sectores manufactureros de mediana y baja tecnología. En menor proporción las empresas exportadoras del AMB generan innovaciones en productos totalmente nuevos en el mercado. Se evidencia una tendencia hacia la disminución de innovaciones en todos los tipos a lo largo del periodo analizado, en todos los casos se reportaron más innovaciones (a juicio de las empresas) en los primeros años (2006 – 2009) que en los últimos años.

Tomando como referencia el promedio del periodo de estudio, el 16% empresas realizan innovaciones de productos totalmente nuevos, 49% realizan innovaciones a partir de modificaciones a productos antiguos y el 40% innovan haciendo desarrollos similares a productos existentes en el mercado.

Gráfica. Comportamiento de los tipos de innovación de producto



Elaboración propia

Las innovaciones de producto son desarrolladas principalmente por las empresas (77)%, solo el 17% se realiza en asocio con otras empresas o instituciones y en menores ocasiones las innovaciones son realizadas por otras empresas o instituciones (mediante contratación o alianzas).

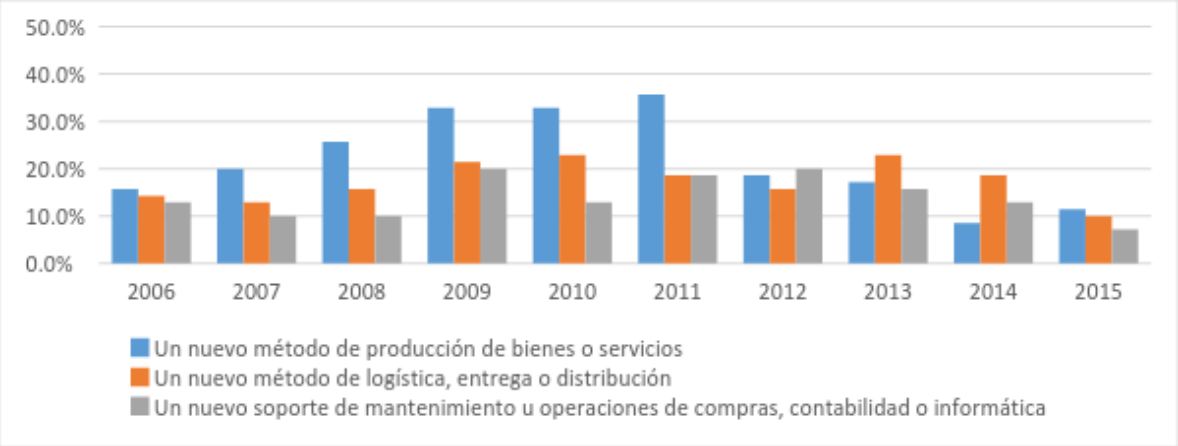
INNOVACIÓN DE PROCESOS

Respecto a la innovación de procesos de las empresas exportadoras del AMB, el 81,4% manifiesta haber realizado algún tipo de innovación; se destaca que se han realizado innovaciones en todos los

años, en nuevos y mejores métodos de producción de bienes y servicios, nuevos métodos de logística y distribución y soportes de mantenimiento. En los primeros años del periodo de estudio había predominancia a nuevos o mejoras en métodos de producción, en el 2012 y 2014 la tendencia es a priorizar mejoramientos en los métodos logísticos.

Tomando como referencia el promedio del periodo de estudio (10 años entre 2006 y 2015) se puede apreciar que el 21% de las empresas exportadoras hacen innovaciones o mejoramientos en los métodos de producción, el 17% hace novedades en los métodos logísticos y 14% innovan en procesos administrativos como compras o contabilidad. Entre los años 2009 a 2011 las empresas exportadoras del AMB presentaron mayor intensidad innovadora de procesos.

Gráfica. Innovaciones de proceso en las empresas exportadoras del AMB



Elaboración propia

INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

Las empresas exportadoras del AMB manifiestan que han realizado innovaciones organizacionales de las siguientes características.

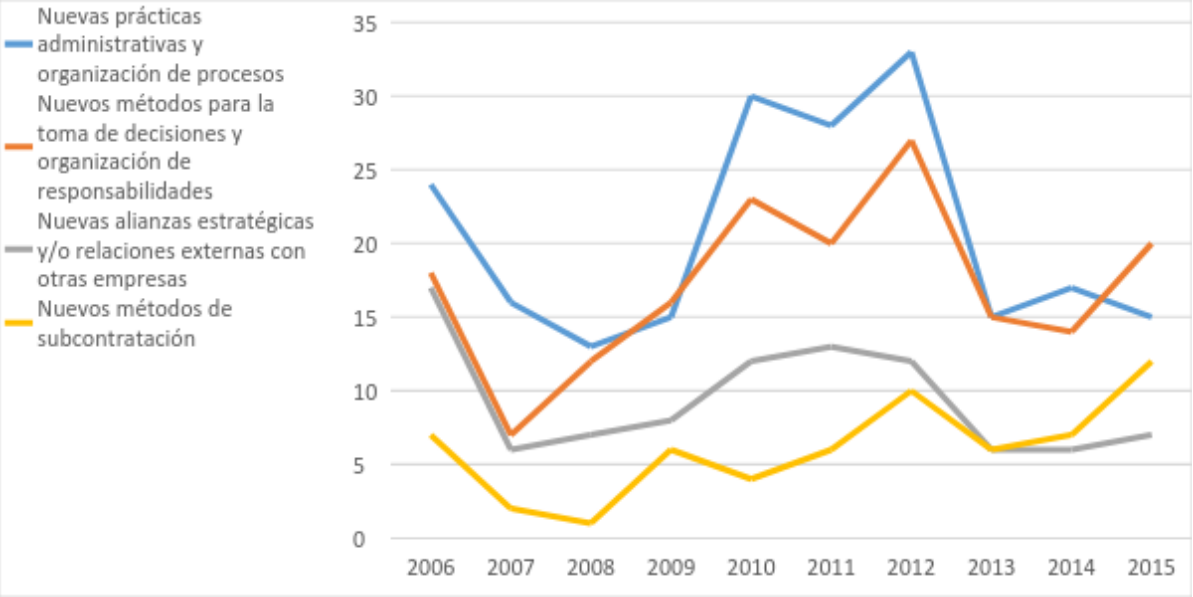
Nuevas prácticas administrativas y organización de procesos (reingeniería, gestión de calidad) en promedio el 30% de las empresas. En el periodo de estudio, los años que más se realizaron innovaciones de este tipo fue en el 2010 por el 42% de las empresas y donde menos se realizaron fue en el 2008 por el 18% de las exportadoras. En general menos del 30% realizan anualmente innovaciones de nuevas prácticas administrativas.

Nuevos métodos para la toma de decisiones: En promedio anualmente el 24% realizan innovaciones de este estilo, el rango es entre 32% y 17%.

Nuevas alianzas estratégicas: El promedio de innovación en este nivel es del 12%. El año que más realizaron innovaciones fue el 2006 con el 24%.

Nuevos métodos de subcontratación: En este tipo de innovación muy poco innovan las empresas exportadoras del AMB. En promedio el 8% de las empresas hacen innovaciones en esta área, el punto más alto se alcanzó en el 2014 con 17% de las empresas.

Gráfica. Tendencia del desarrollo de innovación organizacional por las empresas exportadoras del AMB.



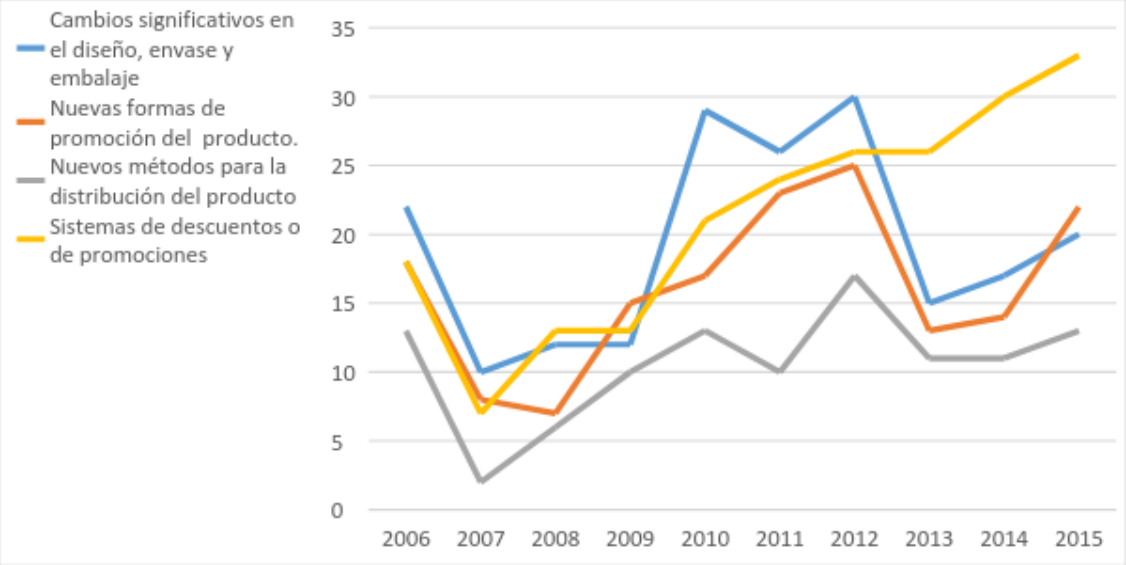
Elaboración propia

Comparativamente entre los tipos de innovación de organización, las empresas hacen más innovación en nuevas prácticas administrativas y menos en nuevos métodos de subcontratación. Se ve bajo nivel en nuevas alianzas o relaciones externas aspectos que son necesarios para acelerar los procesos de internacionalización y en algunos casos para favorecer la innovación de otros tipos.

INNOVACIÓN DE MARKETING.

En innovación de marketing en promedio se orientan más las empresas exportadoras del AMB a sistemas de descuentos y promociones y cambios significativos en la presentación del producto en diseño, envase y embalaje y en menor grado a métodos de distribución del producto, también se destacan innovaciones en manejo de imagen y marca del producto. Entre el 2010 – 2013 se presentaron mayores innovaciones que en los otros años, y luego se presentó descenso. La tendencia fue hacia aumento en los dos últimos años especialmente en sistemas de descuentos y promociones. Relacionando los procesos de innovación de marketing con las exportaciones se supone que debería haber mayor esfuerzo en nuevos métodos de distribución del producto especialmente para la incursión en mercados internacionales, pero infortunadamente el promedio de empresas que hacen innovación en este aspecto es bajo, por lo que se deduce que es una tarea por hacer.

Gráfica 30. Innovación organizacional en empresas exportadoras del AMB.



Elaboración propia

En ese sentido la opinión de los empresarios sobre la influencia de las innovaciones en marketing sobre las exportaciones es de una importancia alta y media en 93%, aunque ningún empresario considera que la influencia es muy alta. Contrastando esta opinión con el nivel de innovación, se puede interpretar más bien a nivel de intención que de efecto.

CONCLUSIONES

El establecer las relaciones entre la dinámica de internacionalización e innovación de forma cualitativa, no se aprecia que la innovación en los diferentes tipos genere un impacto significativo en la internacionalización. Se aprecia un aumento en el valor de las exportaciones de Santander, pero en casi todos los tipos de innovación, especialmente de producto y de proceso la tendencia general es a la disminución en el número de innovaciones desarrolladas por las empresas. En los años que hay mayores innovaciones desarrolladas por las empresas exportadoras, las exportaciones son menores, y en el tiempo en que disminuyen los desarrollos innovadores, las exportaciones son mayores. Sin embargo se observan aumentos de innovaciones entre los años 2009 – 2013, años en los que también se observan aumentos en las exportaciones.

Con respecto al nivel tecnológico de las exportaciones se aprecian disminuciones en las exportaciones basadas en recursos naturales y baja tecnología y se observan aumentos en las exportaciones de mediana y alta tecnología que necesariamente requieren el componente innovador, sin embargo la participación de estos dos últimos grupos de productos es bastante inferior a los dos primeros.

REFERENCIAS

Crossan, M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. Journal of management studies, 47(6), 1154-1191.

Leonidou, L., & Katsikeas, C. (2007). An analytical review of the factors simulatiing smaller firms to export an innovation: Implication for policy makers. Internacional marketing review vol 24 n.6, 735-770.

Monreal, J. (2009). Analisis del comportamiento Exportador de la empresa Española desde el enfoque de recursos y capacidades. Tesis Doctoral .

OCDE, & EUROSTAT. (2005). Manual de Oslo: Guia para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Oslo.

Pizarro , I., Real, J., & De la rosa, M. (2011). La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. Cuadernos de Economia y dirección de empresa, 139-150.

Porter , M. (1979). How competitive forces shape strategy. Harvar Businnes Review, 137-145.

Robledo , J., Gomez, F., & Restrepo , J. (2008). Relación entre capacidades de innovación tecnologica y desempeño empresarial en Colombia. Memorias del primer congreso internacional de gestión tecnologica e innovación (pág. Pag.21). Bogota: Universidad Nacional de Colombia.

Suárez, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. Scientia et technica, 2(25).

Trillo , M., & Pedraza, J. (2007). La influencia de la innovación en el capital intelectual de la empresa. Propuesta de un modelo. Bogota, Colombia.

Zoot, C. (2003). Dynamic capabilities and the emergence of intraindustry differencial firm performance: Insghts from a simulation study. Strategic managment journal 24, 97-125.

PRONÓSTICO DE LAS REMESAS FAMILIARES DE MÉXICO 2017. APLICACIÓN EMPÍRICA MEDIANTE MODELOS ARIMA Y ALISADO EXPONENCIAL

E. Rosas Rojas[42], J. Gámez Arroyo[43], R. Pérez Ramírez[44], J. C. Baltazar Escalona[45]

INTRODUCCIÓN

En la gestión empresarial se requiere la elaboración de pronósticos precisos de un gran numero de series de tiempo univariadas. Por ello un algoritmo que identifique las etapas esenciales que conforman la elaboración de un pronóstico, es una herramienta esencial. Para que la proyección de los datos sea óptima, se debe determinar el proceso estocástico adecuado para que el modelo capture apropiadamente el comportamiento de la variable. Las metodologías más populares para desarrollar pronósticos de series temporales se basan en el alisado exponencial y en los modelos ARIMA.

En las últimas décadas se ha desarrollado una basta propuesta de softwares estadísticos que buscan facilitar la elaboración de pronósticos. La disponibilidad de datos en la actualidad junto con computadoras cada vez más potentes, han guiado a las grandes compañías e instituciones tanto publicas como privadas en el desarrollo de algoritmos que sean capaces de identificar, estimar, diagnosticar y generar proyecciones cada vez más precisas. En el presente trabajo de investigación, se discuten las características y la implementación de los dos métodos comúnmente utilizados para la prospectiva de los datos univariados, y posteriormente se presenta la aplicación empírica para las Remesas de México para el periodo de enero de 1995 a Febrero de 2017, con lo cuál se busca prospectar los próximos 10 meses del año.

METODOLOGÍA

[42] Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México CU Valle de México, Profesor del Posgrado en Economía de la UNAM, Miembro del SNI-CONACYT.
[43] Profesora del Centro Universitario UAEM Valle de México.
[44] Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México CU Valle de México
[45] Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México CU Valle de México

MODELOS ARIMA

Los modelos de series temporales fueron estudiadas bajo un aspecto determinístico hasta 1927, cuando Yule introdujo la noción de componente estocástico. Box y Jenkins (1970) amalgamaron estas ideas y propusieron un enfoque coherente y versátil que identificaba el ciclo iterativo de tres etapas: identificación, estimación y comprobación del diagnóstico. Cuando se combina un proceso de medias móviles con una ecuación en diferencias lineal para obtener un modelo autorregresivo y de medias móviles (ARMA). Se obtiene lo siguiente:

$$Y_t = a_0 + \sum_{i=1}^{p} a_i Y_{t-i} + \sum_{i=0}^{q} B_i E_{t-i} \quad (1)$$

Si las raíces características de la ecuación (1) se encuentran todas dentro del circulo unitario, $\{Y_t\}$ se conoce como modelo ARMA para Y_t. En un modelo ARMA es perfectamente permisible que p y/o q sean infinitos. Si una o más de las raíces características de (1) es mayor o igual que la unidad, la secuencia $\{Y_t\}$ se conoce como proceso integrado y en este caso el modelo es llamado Autorregresivo integrado de medias móviles (ARIMA) (Enders, 2015:50). Este tipo de proceso también se conoce como "no estacionarios". Y debe aplicarse alguna transformación algebraica que los convierta en estacionarios[46].

La metodología para modelar los procesos (Autorregresivos Integrados de Medias Móviles) ARIMA fue desarrollada por los estadísticos George Box y Gwilym Jenkins en 1970. Una de las características que la vuelven atractiva es que los procesos ARIMA son una clase muy rica de posibles modelos y es usualmente plausible encontrar un proceso que proporcione una descripción adecuada de los datos (Hyndman, 2008)

El procedimiento original de la metodología ARIMA involucra un proceso iterativo de distintas etapas y se basa en dos grandes principios: El principio de parsimonia, que consiste en elegir siempre el modelo más sencillo que sea suficientemente representativo de los datos. Y el principio del mejoramiento iterativo, que consiste en partir de un modelo sencillo y factible, al cual se harán mejoramientos sucesivos, hasta llegar a un modelo satisfactorio.

La metodología ARIMA consiste en las siguientes etapas:

[46] Se dice que una serie de tiempo es estacionaria en sentido amplio o débil , si y sólo sí satisface tres condiciones:

- Su media es constante en el tiempo. $E(Y_t) = E(Y_{t+T}) = \mu \ \forall T \in \mathbb{R}$.
- La varianza es conastante en el tiempo. $Var(Y_t) = Var(Y_{t+T}) = \gamma \ \forall T \in \mathbb{R}$.
- La función de autocorrelación es independiente del tiempo. Esta mide la posible dependencia entre un valor observado (Y_t) y otro (Y_{t-k}) que está separado por un intervalo de longitud k.

i) Análisis de Estacionalidad y Estacionalidad. Se debe verificar que la serie sea estacionaria e intentar eliminar la variación estacional, si es el caso.

ii) Identificación del Modelo Tentativo. Se utilizan los correlogramas simple y parcial, con lo que se busca determinar un patrón de las diferentes autocorrelaciones. De igual forma se utiliza el correlograma para evaluar si existe algún tipo de variación estacional, no eliminada por las diferencias estacionales.

iii) Estimación de Parámetros del Modelo. Para cada modelo tentativo se deberán estimar los parámetros. Esto se puede realizar mediante el método de mínimos cuadrados ordinarios, la ecuación de Yule-Walker o el método de máxima verosimilitud.

iv) Verificación del Modelo. Se deben calcular los estadísticos clásicos para medir el ajuste de los datos utilizando medidas de error y/o criterios de información (AIC o BIC), la significancia estadística de los coeficientes estimados, pruebas de raíz unitaria sobre los residuos del modelo, también se debe verificar que no exista autocorrelación.

v) Pronóstico. Los pronósticos serán construidos utilizando el método de iteración adelantada. Es importante señalar que la calidad del pronóstico declina a medida que éste se prolonga.

vi) Validación del pronóstico. Se debe efectuar una prueba Diebold-Mariano[47] (1995), en ésta prueba se busca una función objetivo que no sea cuadrática.

Modelos de Alisado Exponencial

Los metodología de alisado exponencial comenzó en la década de 1950, son procedimientos para ajustar una curva apropiada a datos históricos de una determinada serie de tiempo. Existen diversos tipos, como el suavizado exponencial simple, el método lineal de Holt y el método de Holt-Winters, así como sus variaciones (Gujarati, 2011:774). Hasta hace relativamente poco tiempo aun no se desarrollaba un procedimiento que incorporara una estructura de modelación Ord, *et al*. (1997), y Hyndman (2002) han mostrado que todas las metodologías de alisado exponencial presentan pronósticos óptimos para modelos de innovaciones de estado espacial. Los métodos de suavizado exponencial se clasifican de acuerdo a la taxonomía de Taylor (2003), en un total de 15 métodos:

Tabla 1. Métodos de Alisado Exponencial

	Componente Estacional		
Componente de Tendencia	N (Ninguna)	A (Aditivo)	M (Multiplicativo)
N (Ninguna)	(N,N)	(N,A)	(N,M)

[47] La hipótesis nula es que los dos métodos tienen la misma precisión en el pronóstico, mientras que la hipótesis alternativa es que el método 2 es más preciso que el método 1. (En R-Project: alternative=”greater”).

A (Aditivo)	(A,N)	(A,A)	(A,M)
Ad (Aditivo amortiguado)	(Ad,N)	(Ad,A)	(Ad,M)
M (Multiplicativo)	(M,N)	(M,A)	(M,M)
Md (Multiplicativo amortiguado)	(Md,N)	(Md,A)	(Md,M)

Fuente: Hyndman (2008)

Algunos de estos métodos son mejor conocidos bajo otros nombres. Por ejemplo el modelo correspondiente a la celda (N,N) describe el método de alisado exponencial simple, la celda (Ad, N) describe el método de tendencia amortiguada, la celda (A,A) corresponde al método aditivo de Holt-Winters aditivo, mientras que la celda (A,M) representa el método de Holt-Winters multiplicativo.

Para cada método de Alisado Exponencial Hyndman *et al,* (2008b) se describen dos posibles modelos de innovaciones de estado espacial, uno correspondiente a modelos con errores aditivos y otro para errores multiplicativos[48]. Lo anterior deriva en 30 modelos potenciales. Una vez que el modelo es especificado, se puede estudiar su función de distribución de probabilidad de los valores futuros de la serie, y encontrar la media condicional de una observación futura dado el conocimiento de su pasado. La metodología que se utiliza para estimar los pronósticos de cada modelo tentativo es máxima verosimilitud. La medida de ajuste del pronóstico que se utiliza comúnmente es la media de los errores cuadráticos (MSE, por sus siglas en inglés) o alguna otra medida de error[49].

El procedimiento que usualmente se sigue para el calculo de los pronósticos mediante la metodología de Alisado Exponencial comprende los siguientes pasos:

i) Para cada serie de tiempo, aplicar todos los modelos que sean apropiados, optimizando los parámetros (nivel, crecimiento y estacionalidad) del modelo en cada caso.

ii) Seleccionar el mejor modelo de acuerdo a las medidas de error o con base en el logaritmo de verosimilitud, utilizar los criterios de información de Akaike y de Schwarz[50] (AIC y BIC, respectivamente) y posteriormente estimar sus parámetros.

[48] Los modelos de error multiplicativo son útiles cuando los datos son estrictamente positivos, pero no son numéricamente estables cuando los datos contienen ceros o valores negativos.

[49] También se pueden utilizar las siguientes medidas: ME= (Mean Error) Error Medio; RMSE= (Root Mean Squared Error) Raíz Cuadrada del Error Cuadrático medio; MAE=(Mean Absolute Error) Error Absoluto Medio; MPE= (Mean Percentage Error) Error Medio Porcentual; MAPE=(Mean Absolute Percentage Error) Error Absoluto Medio Porcentual.

[50] $\mathrm{AIC} = \mathrm{T} * \log(\mathrm{SRC}) + 2 * \mathrm{n}$

$\mathrm{BIC} = \mathrm{T} * \log(\mathrm{SRC}) + \mathrm{n} * \log(\mathrm{T})$

Donde n=número de parámetros estimados (p + q + termino constante) y T=número de observaciones utilizadas.

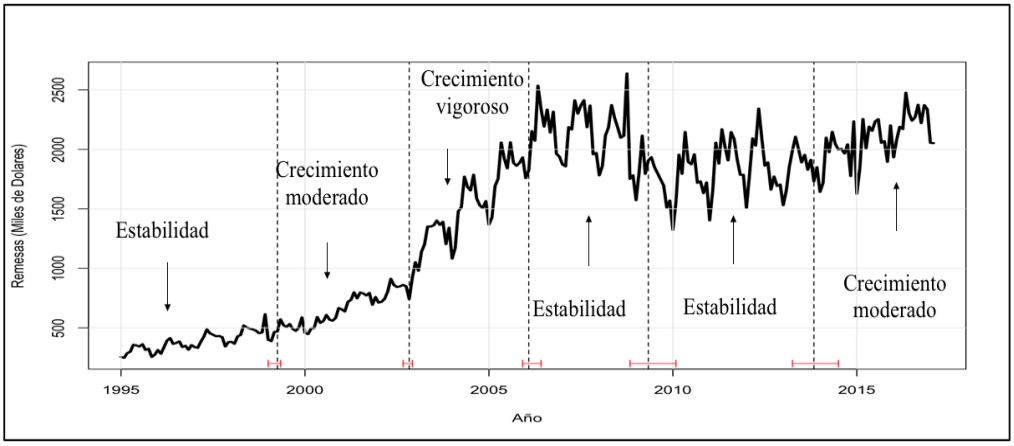
iii) Construir el pronóstico puntual utilizando para ello el mejor modelo (con parámetros óptimos).

iv) Obtener los intervalos del pronostico para el mejor modelo, utilizando para ello el pronóstico puntual como centro.

Existe un mito ampliamente esparcido de que los modelos ARIMA son más generales que los modelos de Alisado exponencial. Esto no es verdad, de hecho las dos clases de modelos se traslapan. Los modelos de Alisado Exponencial Lineal son todos casos especiales de los modelos ARIMA (Hyndman, 2008a). Sin embrago, los modelos de Alisado Exponencial No Lineal no tienen una contraparte equivalente con los modelos ARIMA. Así, las dos clases de modelos se traslapan y son complementarios; cada uno tiene sus fortalezas y sus debilidades.

A continuación se desarrollan las dos metodologías previamente explicadas para identificar, estimar, verificar y pronosticar el modelo adecuado para las remesas en nuestro país. Su importancia radica en que han mantenido un crecimiento sostenido y que en varios periodos han sobrepasado los niveles de la Inversión Extranjera, con lo que han ganado terreno en el diseño de las políticas gubernamentales.

Gráfica 1. Remesas de México (Enero de 1995 a Febrero de 2017)



Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

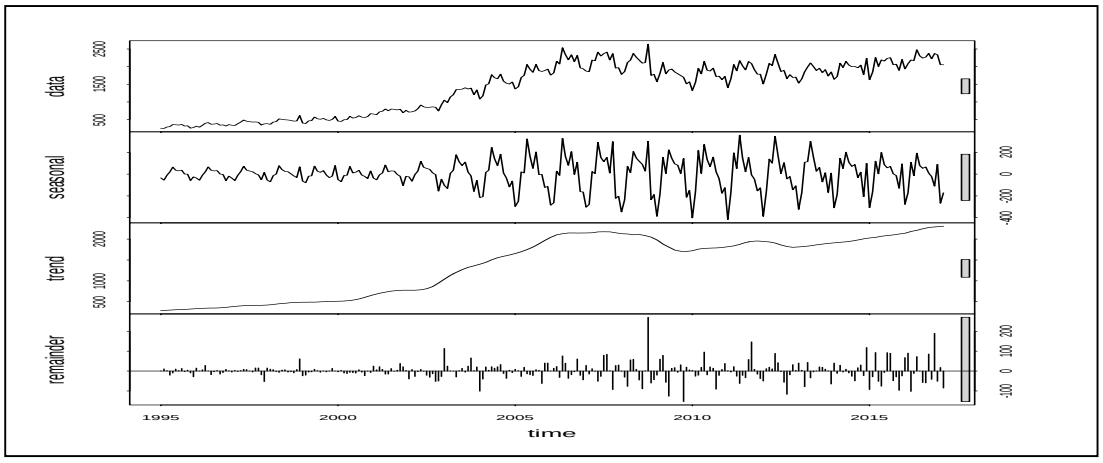
Se observa en la gráfica 1 que la entrada de divisas por concepto de Remesas ha crecido de manera sostenida, no obstante se identifican periodos en los que el crecimiento ha sido más vigoroso, otros en los que ha sido moderado y otros más en los que se ha mantenido estable. El primer periodo abarca de principios de 1995 al mes de abril de 1999 y es considerado un periodo de estabilidad, posteriormente se presenta una etapa de crecimiento moderado hasta noviembre de 2002, de esta fecha en adelante comienza una crecimiento vigoroso que se detuvo en febrero de 2006, el cuarto periodo es de estabilidad y terminó en mayo de 2009, éste comportamiento estable se mantuvo en el quinto periodo para concluir en noviembre de 2013, finalmente, se observa un sexto periodo que aún permanece y que señala un crecimiento moderado de las Remesas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los modelos de Alisado Exponencial son todos no estacionarios. Los modelos con estacionalidad y tendencia no amortiguada tienen dos raíces unitarias; mientras que todos los demás modelos ya sea con tendencia o tendencia amortiguada, tienen una raíz unitaria. La filosofía de los Alisados Exponenciales es que muy pocas series de tiempo son estacionarias. Por lo que si se requiere un modelo estacionario, los modelos ARIMA son mejores (Hyndman, 2008: 12). Una ventaja de los modelos de Alisamiento Exponencial es que pueden ser no lineales. Por lo que las series de tiempo que exhiben un comportamiento no lineal incluyendo heteroscedasticidad podrían ser mejor modelados utilizando modelos de Alisamiento Exponencial. Para datos estacionales, existen muchos más modelos ARIMA que los 30 modelos posibles en la clase de los modelos de Alisado Exponencial.

A continuación se analiza si la serie de tiempo de las Remesas presenta un comportamiento estacional, para ello se filtra en sus componentes: estacionalidad, tendencia y ruido. De la gráfica 2 se identifica un comportamiento claramente estacional, además de la existencia de una tendencia bien definida.

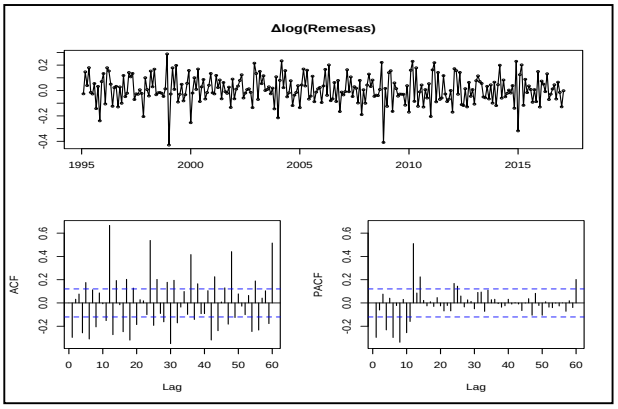
Gráfica 2. Descomposición de la Serie de Tiempo de las Remesas.



Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

Dada la presencia de una raíz unitaria, se procede a transformar algebraicamente la serie de tiempo, para ello se aplican diferencias logarítmicas. Posteriormente se grafica su correlograma simple y parcial, y queda de manifiesto que existe un comportamiento estacional, el cual debe ser incluido en el modelo (Gráfica 3). Respecto a la prueba de raíz unitaria, se desarrolla una prueba Dickey-Fuller Aumentada (DFA) con sus respectivas condicionantes, los estadísticos Tau revelan que la variable a nivel (sin aplicar transformaciones algebraicas) es no estacionaria, mientras que, cuando es transformada claramente se comprueba que la hipótesis nula de estacionariedad es rechazada a un nivel de significancia del 1%, es decir, la diferencia logarítmica de la variable es estacionaria (Tabla 2). Lo anterior establece que se podrían utilizar tanto la metodología de Alisado Exponencial como la metodología de modelos ARIMA.

Gráfica 3. Diferencia logarítmica de las Remesas.



Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

Tabla 2. Prueba DFA para Remesas y Δlog(Remesas)

Variable	Condicionantes	Estadístico Tau	Tau Tablas (1%)
Remesas	Sin Intercepto	0.1138	-2.5800
	Intercepto	-1.6466	-3.4400
	Intercepto y Tendencia	-2.7018	-3.9800
Δlog(Remesas)	Sin Intercepto	-13.654	-2.5800
	Intercepto	-13.792	-3.4400
	Intercepto y Tendencia	-13.858	-3.9400

Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

Se procede a utilizar la librería *"forecast"* que cuenta con las función *"auto.arima"* y *"ets"*. La primera permite definir los parámetros p, d, q considerando diferentes criterios de información como son AIC o BIC. La función indica que se trata de un modelo $SARIMA(2,1,0)x(2,0,0)_{12}$. Esto significa que el proceso estocástico se representa por un orden de integración uno, un componente autorregresivo ordinario de orden dos y otro componente autorregresivo estacional de orden dos. Lo anterior corrobora lo establecido en la primera etapa, respecto a la fuerte presencia del componente estacional. Por su parte, la segunda indica que parámetros para el componente de error (E), tendencia (T) y estacional (S) que debe ser calibrado corresponde a un modelo $ETS(M, A, M)$, es decir, a un modelo Holt-Winters con errores multiplicativos.

Una vez que se han identificado los modelos óptimos para cada metodología, se deben estimar sus parámetros. En la tabla 3 se presentan los resultados de los coeficientes para el modelo (1), que es el propuesto como óptimo para esta metodología. Éste muestra que los cuatro coeficientes son estadísticamente significativos a nivel individual, además se muestran sus criterios de información y sus medidas de error. A su vez, en la tabla 4 se expone el modelo óptimo correspondiente a esta metodología, y también se presentan sus estadísticos para la medición del error.

Tabla 3. Método ARIMA

Modelo (1) (SARIMA(2,1,0)x(2,0,0)[12])

	Var. Dep.: Δlog(Remesas) Modelo(1) SARIMA (2,1,0)x(2,0,0)[12]
AR(1)	-0.4696***
	-0.0604
AR(2)	-0.2794***
	-0.0600
SAR(1)	-0.5064***
	-0.0605
SAR(2)	-0.2709***
	0.0624
Observaciones	266
AIC	**3244.56**
BIC	**3262.46**
log likelihood	-1617.28
ME	3.1017
RMSE	105.9723
MAE	72.9934
MPE	0.126

Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

Tabla 4. Método de Alisamiento Exponencial Modelo (2) (ETS(M,A,M))

Parámetros de Alisado	Var. Dep.: Remesas Modelo(2) ETS (M,A,M)
Alpha	0.5699
Beta	0.0096
Gamma	0.0000
Estados iniciales	
l	288.6292
b	3.578
sigma	0.0689
Observaciones	266
AIC	**3843.061**
BIC	**3903.981**
ME	1.6601
RMSE	98.4346
MAE	64.6566
MPE	0.0007

Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

De acuerdo con la suma de residuos cuadráticos (SRC) resulta evidente que el modelo (2) presentan los valores más bajos para estos estadísticos (ME, RMSE, MAE, MPE). Sin embargo, los criterios de información de AIC y BIC señalan que el modelo que mejor estima los verdaderos parámetros es el modelo (1). También es importante señalar que el modelo no presenta un coeficiente de intersección, esto se debe a que al incluir dicho coeficiente resulta no estadísticamente significativo.

En la siguiente etapa se procede a identificar los residuos del modelo seleccionado y sus funciones de autocorrelación correspondientes para garantizar que se trata de un proceso estacionario. Lo anterior también se puede constatar con la prueba de raíz unitaria de Dickey y Fuller Aumentada en sus tres versiones (Tabla 5), estos estadísticos "tau" indica que los residuos del modelo óptimo, tanto para la metodología ARIMA como para la metodología de alisado exponencial, se distribuyen de forma estacionaria, es decir, no presentan raíz unitaria.

Adicionalmente, para garantizar que los residuos de ambos modelos óptimos se comportan de forma independiente, se realizaron pruebas estadísticas para garantizar la no autocorrelación, las hipótesis se desarrollaron con base en Box-Pierce y Ljung Box, ambas demuestran que no existe correlación serial de primer orden en ambos modelos. No obstante, las perturbaciones del primer modelo no presentan éste fenómeno durante los primeros 6 rezagos con un nivel de significancia del 10%, mientras que los residuos del segundo modelo lo presentan a partir del segundo rezago.

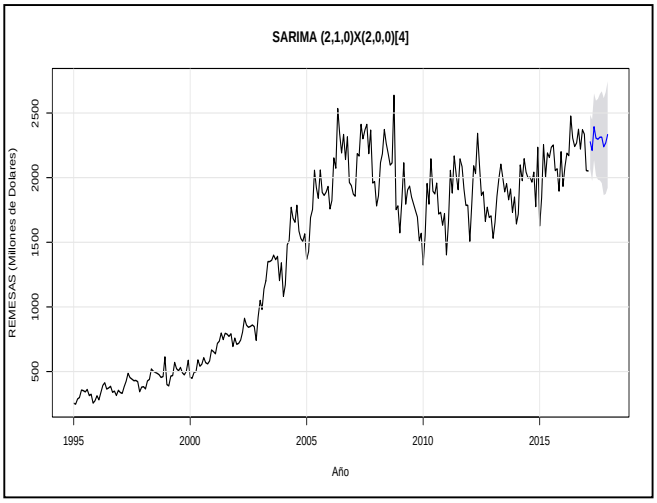
Tabla 5. Prueba DFA para perturbaciones del Modelo (1) y (2)

Variable	Condicionantes	Estadístico Tau	Tau Tablas (1%)
Perturbaciones Modelo (1)	Sin Intercepto	-12.118	-2.5800
	Intercepto	-12.119	-3.4400
	Intercepto y Tendencia	-12.092	-3.9800
Perturbaciones Modelo (2)	Sin Intercepto	-13.877	-2.5800
	Intercepto	-13.963	-3.4400
	Intercepto y Tendencia	-13.979	-3.9400

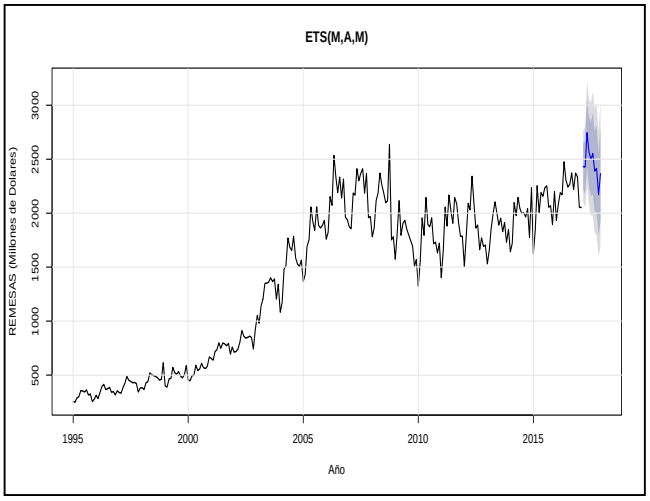
Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

Una vez verificados todos los criterios del diagnostico es posible calibrar el pronóstico de los valores de la secuencia que seguirán las Remesas de México en lo que resta de este año (10 meses). Para esto se construye un pronóstico puntual utilizando ambas metodologías, mediante la técnica de iteración adelantada.

Figura 5. Pronóstico a 10 meses SARIMA



Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3



Fuente: Elaboración propia con R 3.3.3

Figura 6. Pronóstico a 10 meses ETS

La capacidad de predicción de un modelo seleccionado es crucial no solo por la calidad en el pronóstico sino para la correcta aplicación de políticas basadas en el mismo. Una forma de corroborar cuál de los modelos seleccionados posee el mejor desempeño para pronosticar es la prueba Diebold-Mariano[51] (DM) (1995), que ofrece una herramienta de evaluación cuantitativa de la exactitud del pronóstico para las Remesas de México.

Tabla 6. Prueba Diebold-Mariano

	Prueba DM basada en Modelo (1) y Modelo (2)	Prueba DM basada en Modelo (2) y Modelo (1)
Estadístico D-M	**4.1771**	**-4.1771**
p-values	**0.00001**	**0.9999**

Nota: La prueba estadística se basa en los Errores Absolutos Cuadráticos. Fuente: Elaboración propia con el programa R 3.3.3

La prueba DM para la comparación de los modelo (1) y (2) establece que la hipótesis nula al nivel de significancia del 5% puede ser rechaza, lo cual demuestra que las diferencias observadas entre los pronósticos desarrollados es significativa, evidenciando que la exactitud del pronóstico del modelo (2), es mayor respecto al modelo (1). Por tanto, se concluye que el modelo que proporciona una mayor capacidad para pronosticar es el modelo de Alisamiento Exponencial. A continuación se presenta el pronostico puntual de los restantes 10 meses de 2017.

Tabla 7. Pronóstico Remesas de México (Millones de Dólares)

Mes/Año	Modelo (1)	Modelo (2)
Marzo de 2017	**2276.923**	**2432.149**
Abril de 2017	**2210.752**	**2428.011**
Mayo de 2017	**2394.154**	**2745.366**
Junio de 2017	**2305.988**	**2567.926**
Julio de 2017	**2296.919**	**2500.002**
Agosto de 2017	**2312.569**	**2552.676**
Septiembre de 2017	**2313.013**	**2390.382**
Octubre de 2017	**2239.367**	**2412.887**
Noviembre de 2017	**2268.155**	**2172.821**
Diciembre de 2017	**2333.454**	**2365.700**

Fuente: Elaboración propia con el programa R 3.3.3

De acuerdo con los resultados pronosticados por el modelo de Alisamiento Exponencial las Remesas de nuestro país alcanzarán un nuevo tope histórico en mayo de 2017, cifrado en 2,745.4 millones de dólares. Los motivos prevención ante la posibles restricciones al envío de remesas a México, junto a una

[51] La hipótesis nula es que los dos métodos tienen la misma precisión en el pronóstico, mientras que la hipótesis alternativa es que el método 2 es más preciso que el método 1. (En R-Project: Hipótesis alternative=”greater”).

política de apreciación cambiaria son variables clave para el impulso de una cantidad adicional de dinero a nuestro país. A pesar del panorama complicado que se advierte para los migrantes este 2017, a raíz de las medidas proteccionistas anunciadas por Donald Trump, presidente de Estado Unidos, el incremento de las remesas a México se verá impulsado por el dinamismo observado en la economía estadounidense y la baja tasa de desempleo registrado en los meses recientes (4.8 % en enero de 2017).

CONCLUSIONES

La metodología ARIMA es una de las técnicas más versátiles en el pronóstico de series de tiempo estacionales de modelos lineales. La variedad de modelos ARIMA es amplia, y puede representar diferentes tipos de series de tiempo estocásticas estacionales y no estacionales. A través de un proceso iterativo se puede identificar el modelo tentativo, posteriormente estimar sus parámetros, realizar un diagnostico de verificación, y finalmente, construir un pronóstico que pueda ser validado.

Por su parte, los métodos de alisado exponencial se han utilizado con éxito para generar pronósticos confiables para una amplia gama de series de tiempo desde la década de 1950. En estos métodos, los pronósticos se calculan utilizando promedios ponderados en los que las ponderaciones disminuyen de forma exponencial a medida que las observaciones vienen del pasado lejano, a medida que las ponderaciones son más pequeños estás se encuentran asociadas con las observaciones más antiguas. La representación más común de estos métodos es mediante sus componentes de nivel, tendencia y estacionalidad.

Una diferencia fundamental entre estos dos enfoques es que los modelos ARIMA estarán bien especificados siempre y cuando el proceso sea lineal, y el polinomio característico no tenga raíces unitarias, lo que implica que el proceso sea estacionario; mientras que los modelos ETS no se encuentran limitados por la linealidad o la estacionariedad. A pesar de los esfuerzos en la investigación, los estudios existentes sobre la construcción de pronósticos óptimos aún no han llevado a un consenso sobre la supremacía de un enfoque respecto al otro. Lo que se tiene son mecanismos (prueba DM) para identificar la precisión de los pronósticos de cada enfoque. Sin embargo, el desafío para la investigación futura es establecer una base para elegir entre estos y otros enfoques para la predicción óptima de series de tiempo. La evidencia empírica desarrollada en este trabajo de investigación demuestra que el modelo ETS proporciona una mayor exactitud en la construcción del pronóstico para las Remesas de México.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de investigación se desarrolló en el marco del proyecto de investigación: “Análisis de impacto de la política cambiaria en la economía de México” con registro ante la SIyEA con la clave: 4206/2016CAP.

REFERENCIAS

1. **Box, G., E., P, & G., M. Jenkins., (1970),** *Time series analysis: Forecasting and control*, San Francisco: Holden-Day.
2. **Diebold, F.X. & R. Mariano (1995).** Comparing predictive accuracy. *J. Bus. Econ. Stat., 13*, 253–265.
3. **Enders, W. (2015).** Applied Econometric Time Series. New York, NY:Wiley.
4. **Gujarati, D., N., & D.C. Porter** (2011), Econometria básica-5, McGraw Hill, New York.
5. **Hyndman R., J, Koehler A., B, Ord JK, Snyder R., D, (2008).** Forecasting with Exponential Smoothing: The State Space Approach. Springer-Verlag.
6. **Hyndman R., J, (2008a)**. expsmooth: Data Sets from "Forecasting with Exponential Smoothing".
7. **Hyndman R., J, (2008b)**. fma: Data Sets from "Forecasting: Methods and Applications" By Makridakis, Wheelwright & Hyndman, R package version 1.11.
8. **Hyndman R., J, Koehler AB, Snyder RD, Grose S (2002).** "A State Space Framework forcAutomatic Forecasting Using Exponential Smoothing Methods" International Journal of Forecasting, 18(3), 439-454.
9. **Hyndman R., J., & Y. Khandakar. (2008).**"Automatic time series forecasting: the forecast package for R". Journal of Statistical Software, 26(3).
10. **Ord K, & S. Lowe. (1996).** "Automatic Forecasting", The American Statistician, 50(1), 88-94.
11. **Taylor J,. W, (2003).** "Exponential Smoothing with a Damped Multiplicative Trend" International Journal of Forecasting, 19, 715-725.

FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES COMPETITIVAS DE LA PRODUCCIÓN DE FOLLAJE EN EL MUNICIPIO DE CACHIPAY

Efren Eduardo Rojas Burgos[52]

INRODUCCION

La investigación pretende responder y hacer aportes a la pregunta ¿Son adecuados los procesos logísticos posteriores a la cosecha que influyen directamente en la cadena de suministros y que inciden en la sustentabilidad económica y social de los agricultores de Cachipay Cundinamarca? La pregunta planteada pretende determinar la relación existente entre las variables 1) Factores que influyen en la cosecha, pos cosecha, transporte y distribución la calidad del follaje ornamental tipo exportación. 2) el impacto socioeconómico el crecimiento y expansión de los productores campesinos. El desconocimiento del manejo logístico afecta los procesos posteriores a la cosecha y por ende la sostenibilidad económica y social de los agricultores y en gran escala la competitividad económica de la región.

Las posteriores descripciones y la consulta de diversas fuentes para fortalecer el estudio alrededor de lo que implica el saber de los procesos logísticos (como eslabones estratégicos de la cadena de suministros), tendencias, crecimiento y expansión justifican el planteamiento del problema, para llevar a cabo la presente investigación.

Después de ser cosechado el producto se afecta por diversas causas como deterioros por manipulación en pos cosecha, mala hidratación, falta de capacitación para el corte, recolección y almacenamiento, perdida de la cadena de frio, baja tecnología, falta compromiso de los trabajadores por razones culturales, baja educación, capacitación y deficientes sistemas de transporte lo que trae como consecuencia perdidas en la cosecha, mayores costos por la mala manipulación, improductividad, perdida de la credibilidad como productor por incumplimiento en las

[52] Institucion: Universidad Minuto de Dios. Madrid, Cundinamarca, Colombia.

e-mails: erojasburgo@uniminuto.edu.co efren.723@hotmail.com

entregas. Conllevando esto a obtener menores ingresos lo que deteriora significativamente la calidad de vida del productor y su familia.

Teniendo en cuenta que una de las principales causas del problema planteado es la falta de educación tal como lo ratifica el plan de desarrollo del municipio (2015) 45.8% de la población residente en Cachipay ha alcanzado el nivel básica primaria; el 30.4% la secundaria; el 2.4% el nivel profesional y solo el 0,7% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es del 11%.

De otra parte es importante resaltar la distribución geográfica de la producción de flor en Colombia puesto que Cachipay se encuentra estratégicamente ubicado para la explotación de este renglón económico. De acuerdo con la asociación colombiana de floricultores de Colombia (asocolflores). Cundinamarca cuenta con el 73,2 % de hectáreas sembradas de flor en el país seguido por Antioquia con el 23,8% y el eje cafetero con el 1,9%. El municipio de Madrid y el Rosal Cundinamarca son los principales productores con el 13% y el 8% del área cultivada de un total de 6.956,07 hectáreas así lo señaló el ministro de agricultura el 3 de febrero de 2015 en la ceja Antioquia.

El correcto manejo de los procesos logísticos los constituye como ejes estratégicos dentro de las operaciones y por ende requiere que se le dé la importancia necesaria en cualquier actividad económica. Los eslabones de la cadena estratégicamente administrados permiten marcar diferenciales en el desarrollo de las empresas y los productores puesto que mejora la efectividad de las operaciones reduciendo los recursos y optimizando el tiempo tanto de entregas como en calidad del producto. En un mundo tan complejo que avanza a pasos agigantados los empresarios del campo deben tener ventajas competitivas para mantenerse en los mercados pero para ello necesitan el apoyo de las instituciones académicas y gubernamentales con el ánimo que se les indique un camino distinto a lo que conocen hoy tanto en conocimiento como en recursos financieros.

Enfoque teórico y metodología

La producción de follaje en la región es de alta tradición de acuerdo con lo que se conoce data de más de cincuenta años. Se define el concepto de follaje de acuerdo como lo cita Biotrade initiative. (2006). entiende por follaje las partes de plantas que se utilizan en la confección de bouquets y otros arreglos florales. Se estima que Colombia inicio a exportar bouquets alrededor de finales de la década de los noventa los más comunes son los que acompañan a las flores tradicionales de los cuales hay diferentes variedades.

Hasta hace unos treinta años la economía fuerte del municipio la dominaba el café pero con la desaparición del ferrocarril por esta zona, la aparición de plagas enfermedades, la falta de renovación de cultivos, perdida de la tradición cultural mermaron sensiblemente la producción del mismo. En razón a esto los campesinos de la zona se vieron en la obligación de buscar otros renglones económicos y encontraron

una gran fortaleza en la producción de follajes. Debido a que los podían cultivar y se encontraban estratégicamente ubicados por clima, tierras y cercanía a las empresas de la sabana de Bogotá quienes son los que demandan el 95% del mercado de este tipo de productos.

En la actualidad se observan grandes deficiencias en los procesos logísticos por falta de capacitación y organización de los empresarios tal como lo afirma la asociación colombiana de floricultores de Colombia (asocolflores) en el boletín logístico de 2014. En la práctica el transporte multimodal en Colombia no alcanza a movilizar el 1%, mientras que en Europa el promedio es de 65%.A nivel internacional, el país registra los costos de transporte más elevados en relación con países de referencia, situación que se replica en el contexto latinoamericano. El desempeño logístico del país durante los últimos años se ha deteriorado drásticamente. De acuerdo con el Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial, Colombia pasó del puesto 72 entre 155 países en 2010, al puesto 97 entre 160 países en 2014. De acuerdo con el último informe del Doing Business, los costos de exportación e importación de Colombia entre 2010 y 2013 se incrementaron 5,9% y 9,8% en promedio anual, respectivamente.

Esta actividad económica refleja su importancia en la región de acuerdo con los planes de desarrollo municipal donde relaciona la floricultura como la principal actividad económica con un total de 526 fincas sembradas con un área de 204 hectáreas. (Plan de ordenamiento municipal 2015)

El plan de desarrollo municipal (2016) reporta que de esta actividad económica se beneficia el 72% de la población y que este renglón tiene una participación del 42% del total de la economía municipal.

De acuerdo con los productores una hectárea cultivada genera 5 empleos directos es decir que para las 204 hectáreas serian 1020 empleos directos. La importancia radica en que aproximadamente 4000 personas dependen de esta actividad. Esto justifica la investigación si tenemos en cuenta el impacto socioeconómico ya que la población total del municipio según registros del plan municipal es de 12.000 habitantes.

Los pequeños productores no documentan los procesos ni hacen análisis de estandarización de procesos, tampoco existe investigación para la producción de nuevas especies. De algunos acercamientos que se han podido sostener con cultivadores de la zona se puede evidenciar que ellos siembran por que otros lo hacen y que producen rendimientos económicos pero no por que exista evaluación de proyectos o que se realicen análisis previos de oferta y demanda. Por ello es importante categorizar y definir claramente los conceptos de estandarización de procesos, tiempos y movimientos, logística inversa, procesos logísticos, tercerización.

Por otra parte es importante que se estandaricen procesos y se aplique una teoría administrativa conducente al mejoramiento de los mismos para lo cual el proyecto pretende apoyarse en el modelo kanban que se ajusta al perfil y a las necesidades del

mismo tal como lo describe (Kniberg y Skatin (2009). Kanban no pide una revolución radical de la forma en la que las personas trabajan, sino que sugiere un cambio gradual. Es un cambio que surge del entendimiento y el consenso entre todos los trabajadores y sus colaboradores.

Es evidente la necesidad de buscar alternativas para detectar las falencias dentro de los procesos logísticos y es por ello que la investigación se basa en una metodología participativa. Teniendo en cuenta que esta investigación es conducente al cambio, a la transformación social donde se aplica la praxis en la cual se aborda la realidad para transformarla ya que el trabajo no solamente lo hacen los investigadores sino con la participación de la comunidad involucrada en ella que son quienes aportan para la detección de los problemas y solución de los mismos (Ramirez, 2006). El autor también supone que toda investigación parte de la realidad con su situación estructural concreta, la reflexión, para ayudar a transformarla creativamente con la participación de la comunidad implicada.

Según Bourdieu (1984), la praxis constituye el fundamento de la objetividad. En esta perspectiva, se enmarca "la Investigación Participativa diseñada por Fals Borda, quien propone un conocimiento vivencial que supere la oposición sujeto / objeto; mediante una práctica colectiva de investigación compartida con los objetos de estudio, se construye una imagen social que dé cabida al innumerable conjunto de conocimientos subyugados, un problema que se plantea íntimamente ligado a sus formas de representación o asimilación por el grupo destinatario del conocimiento" (Pineda, 1987:104).

En otras palabras se puede afirmar que la investigación participativa es un método educacional y un instrumento valioso de concientización. El estudio de los fenómenos sociales (hechos y procesos), se puede llevar a cabo a través de la comparación en la dimensión histórica, es decir, la comparación en el tiempo de una situación social y la comparación de las relaciones económicas, sociales y culturales, en la sociedad de la cual forma parte.

Para el desarrollo de la primera fase se conformaron grupos convocando líderes de la comunidad y se están realizado visitas de campo entrevistas, encuestas y un mapeo de los productores por veredas. El resultado a obtener es el inventario real de las fincas productoras de follaje y sus especies con cantidad de plantas y área cultivada se espera terminar esta fase en abril 30 de 2017.

Para la segunda fase de trabajo de campo se socializara el problema y se escuchara la comunidad registrando y grabando las expresiones de los ciudadanos bajo la realidad social dando lugar a debate para abordar el problema de diversas formas en esta fase se incluirán las personas que son las directamente involucradas en el problema (productores), en segundo lugar agrupaciones y asociaciones que hacen parte del sector, como tercer elemento fundamental de la comunidad a actores del sector educativo, asesores y profesionales del área

(Calderon, Cardona s.f,p.6) Participar es entonces la posibilidad de actuar como iguales en un colectivo social que busca respuestas críticas a su situación económica, política, ambiental, social y cultural, siendo el educador-investigador uno más del colectivo social, que pone su saber al servicio de dicha reflexión, aunque sin duda la potencia y la sistematiza, pero no por ello, intentar imponer sus concepciones o generar relaciones verticales de imposición cultural.

Dentro de la metodología se realizaran las siguientes actividades:

Autorreflexión o DOFA para evaluar prejuicios que puedan tener los investigadores al inicio de la investigación. Talleres, entrevistas a asociaciones, instituciones, expertos... Recopilación de la información ya existente, realizando "línea del tiempo" .Diseño plan de trabajo y determinar quiénes están dispuestos (objetivos, medios, tiempos, metodología, estrategias). Realizamos un primer Taller de Mapeo de actores. Entrevista a algunos "expertos" para profundizar y detectar temas que son relevantes en la investigación. Mapeo de productores en Cachipay Cundinamarca, análisis y observación permanente de los procesos de transporte, pos cosecha, manipulación y almacenamiento en campo. Toma de evidencias a través de medios audiovisuales.

Entrevistas individuales a dirigentes de las instituciones, asociaciones que sean puentes del mapeo o de la muestra. Talleres con los colectivos más cercanos para ir resumiendo sus posiciones sobre el problema planteado. Entrevistas en grupo a personas de la comunidad que no estén organizadas, y también entrevistas a grupos ajenos y opuestos a los objetivos del proyecto,

Talleres para profundizar en las razones y causas de los problemas, para confirmar lo que encontramos y para priorizar líneas superadoras y creativas

Análisis de la información (tabulación), diagnostico, planes de acción y recomendaciones o mejoras, evaluación.

PRINCIPALES HALLAZGOS O CONTRIBUCIONES

En el municipio los cultivos de follaje se encuentran concentrados en 16 veredas de 24 con las que cuenta el municipio, las cuales se encuentran en la parte alta entre los 1500 y 1750 msnm. Los productores no cuentan con grandes extensiones de tierra ya que este tipo de actividad permite altas densidades de siembra por metro cuadrado dependiendo de la especie por ejemplo. En ruscus y helecho cuero una hectárea puede tener hasta 50.000 plantas.

Dentro de lo que se ha podido establecer existen algunos productores o empresas que tienen sembradas entre 5-8 hectáreas en una misma ubicación geográfica se estima que no más del 5% de los productores están en esta situación. Esto se debe a la topografía y al costo de la tierra. Por las indagaciones preliminares se pueden mencionar empresas como Rumhora ltda, Petaluma Green, Doima flowers, y personas naturales como: Cupertino martinez, Omar garzon, Mery Pardo entre otros productores. "El señor Boada declaró que las especies de mayor demanda son ruscus,

helecho cuero, coculus, liriope y palma robelina". (R. Boada, comunicación personal, 18 de marzo de 2017).

En entrevista personal con la representante legal de la sociedad productora de follajes y agropecuarios (Sopfollagro SAT) evidencia que han existido varios intentos de organizar los productores para mejora de los procesos productivos y de comercialización pero por falta de conciencia de los mismos, desconocimiento de las ventajas que trae el estar organizados, cultura individualista y el no reconocimiento del saber de los profesionales en agronomía no ha sido posible sacar adelante iniciativas de carácter solidario, dijo también que si los pequeños no se organizan tienden a desaparecer puesto que existen variables exógenas como la llegada de la empresa Elite flower a la zona que adquirió recientemente 23 hectáreas para cultivos de follaje. Elite es la bouquetera más grande de la sabana de bogota y es la que demanda la mayor cantidad de follaje para exportación. (H. Florian, comunicación personal, 25 de marzo de 2017).

Indagando con el instituto colombiano agropecuario (ICA) de Mosquera Cundinamarca quien es la autoridad competente en materia fitosanitaria solo refleja 37 productores inscritos para registro fitosanitario de posibles 400 existentes en la zona lo que evidencia una gran indiferencia por parte de los pequeños productores para la legalización de sus cultivos .

En otras entrevistas hemos podido establecer que los productores no planifican los procesos de productivos, y mucho menos la demanda, no cuentan con procesos documentados y las técnicas de producción y pos cosecha son rudimentarias. La capacitación para riegos, fertilizaciones, cortes, hidratación, empaque y embalaje, manejo fitosanitario no se realizan con frecuencia "El Ingeniero Rueda declaró que las devoluciones por calidad no son muchas dependiendo de la especie que se maneje y que los principales factores que afectan la calidad son los climáticos, y la capacitación de la mano de obra. (R. Rueda, comunicación personal, 3 de marzo de 2017).

El Ingeniero Flórez secretario de la oficina de ambiente y desarrollo rural de la alcaldía señalo que no existe en el municipio una base datos actualizada de los productores de follaje y su situación actual. Sin embargo la oficina está dispuesta a prestar toda la asesoría y ayuda a los productores. (J. Florez, comunicación personal, 3 de marzo de 2017).

En reunión realizada el 18 de marzo de 2017 con los asociados del distrito de riego ASOMALABRIGO (42 usuarios) se evidencio que es necesaria la organización de todos los productores para la racionalización del agua puesto que el municipio en épocas secas a si sean cortas sufre de escasez y según los productores se debe a que por un lado la car ha otorgado demasiadas concesiones de agua concentrada en pocos productores y de otra parte existen conexiones ilegales de pequeños productores lo que afecta drásticamente la disponibilidad del recurso.

De acuerdo con lo que se conoce en la zona algunos productores cuentan con vehículos que no son apropiados para el transporte de flor y follaje ya que no son aptos para esta actividad ni por legislación, ni por manejo técnico porque adolecen de equipos de refrigeración o aislamiento térmico para mantener la cadena de frio tal como lo establece la normatividad colombiana lo que altera drásticamente la calidad con respecto a hidratación, color y vida útil del producto.

La problemática se agudiza aún más cuando se observa resistencia al cambio. Al indagar la razón del por qué no se utilizan otros medios o estrategias de transporte más eficientes para poder colocar sus productos de manera directa en las Comercializadoras internacionales (C.I), se obtiene como respuesta que siempre ha funcionado así, lo que fortalece a los intermediarios y les permite continuar con su modelo de negocio sin tener en cuenta el concepto de responsabilidad social y sometiendo cada vez más al empresario del campo a condiciones precarias en su calidad de vida. Esto demuestra que existe una barrera mental ampliamente limitante en razón a la conciencia en los productores que se han acostumbrado a realizar procesos logísticos incipientes sin pensar en un mejoramiento puesto que consideran que es muy difícil cumplir con los requisitos que exigen los clientes por lo tanto dejan el mercadeo a los intermediarios.

Es evidente que Los empresarios utilizan vehículos como motocicletas, camionetas de doble cabina tradicionales, vehículos de transporte público de pasajeros como taxis, vehículos de servicio especial, automóviles particulares y camiones entre otros. Aunque existen algunos empresarios organizados son muy pocos con respecto al grueso de personas dedicadas a esta actividad.

BIBLIOGRAFIA

Lefcovich, M. (13 de 10 de 2004). *monografias.com.* Recuperado el 20 de 08 de 2016, de http://www.monografias.com/trabajos16/fracasos-pequenas-empresas/fracasos-pequenas-empresas.shtml

Bautista, P. (2013) Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca (tesis de maestría). Universidad Nacional, Arauca ,Colombia.

Alexandra Montoya r, I. M. (2010). Situacion de la competitividad en las Pyme en colombia: Elementos actuales y retos . *Agronomia colombiana*, 5.

Biotrade I. (01 de 2006). Diagnóstico de la cadena productiva de heliconias y follajes en los departamentos del eje cafetero y valle del cauca Colombia.

Asocolflores. (2014). Boletin Logistico recuperado de http/asocolflores.org/aym_images/files/centro_de_documentacion/economia/logistica/boletines/logisticos/boletin/logistico/2014.

Alcaldia de Cachipay. (2015). Plan de desarrollo municipal 2012-2015

Alcaldia de Cachipay. (2016). Plan de desarrollo municipal 2016-2019

Ministerio de Agricultura. (2015). esperamos exportar 500 millones de flores a Estados

Unidos. https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Esperamos-exportar-500-millones-de-flores-.aspx.

MARKETING HOLÍSTICO EN LA INDUSTRIA HOTELERA EN PUNO-PERU

Emilio Flores Mamani [53] Angélica Yapuchura Sayco[54]

Resumen

El artículo trata sobre el marketing holístico desarrollado por las empresas de turismo dedicadas a la industria hotelera en Puno, visto desde el uso integral de marketing en un escenario de cambios constantes. El estudio responde al método descriptivo con la aplicación de la técnica de encuesta a los representantes de las empresas de tres a cinco estrellas; los datos obtenidos permitieron conocer las actuaciones respecto al uso del marketing holístico en un ambiente competitivo cambiante. Los resultados más importantes destacan: el diálogo personal con sus trabajadores; mejor clima laboral ofrecido; la capacitación a los trabajadores en el área de relaciones humanas; el uso de internet y la página web para los anuncios; mientras el marketing social es el que no fue aplicado por la mayoría de las empresas en el cuidado y protección el medio ambiente. De esta manera, las empresas hoteleras en Puno usan parcialmente las estrategias de marketing holístico para la satisfacción de las necesidades de los visitantes turistas.

53

54

EL PAPEL DE LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LA RELACIÓN CONSUMIDOR – TENDERO EN LA CIUDAD FLORENCIA CAQUETÁ COLOMBIA

Orlando Celeita Murcia[55], Dora Lilia Garrido Hurtado[56], Enna Alexandra Valderrama Cardona[57]

INTRODUCCION

A nivel económico, son innegables los cambios que se han producido por cuenta de los diversos procesos de apertura vividos en Colombia desde 1990. En medio de esta confrontación de estrategias de mercadeo, ha ocupado un lugar muy especial la presencia de las empresas multinacionales de la venta al detal que decidida a satisfacer amplias capas de la población, no han dudado en hacer notables inversiones. Así, *han ingresado multinacionales como la holandesa Makro en 1994, las francesas Carrefour en 1998 y Casino a través de Almacenes Éxito en 1999 y, la chilena Sodimac a través de HomeCenter* (Rojas et al, 2004).

Todo este panorama de modernización de *los canales de distribución llegó a presagiar grandes cambios en el denominado comercio tradicional en el que se inscriben las llamadas tiendas de barrio, como su más clara expresión* (Londoño y Navas, 2005). Fue tal el pesimismo que, incluso en 1992, un experto internacional del comercio que visitó a Colombia, Henry Salem, se atrevió a "*vaticinar que a comienzos del siglo XXI no existirían las tiendas de barrio ni las centrales de abasto, debido a la consolidación del comercio*" (citado por Pinilla y González, 2004). Pronóstico que tuvo que ser modificado por muchos sobre todo por el mismo Salem cuando regresó años después a Colombia a explicar cómo negociar con el canal tradicional, teniendo que reconocer que había subestimado muchos factores que gravitan alrededor de los tenderos, enfatizando los aspectos culturales como uno de los determinantes para evitar su fin.

[55]Contador Público, Especialista en Derecho Público Financiero, Especialista en Pedagogía, Magister en Administración, docente investigador, Universidad de la Amazonia, grupo de investigación CIFRA, orcemu22@hotmail.com, Florencia.
[56]Administrador Financiero, Especialista en Pedagogía, Magister en Finanzas de la; docente investigador Universidad de la Amazonia, grupo de investigación CIFRA, dorilla74@gmail.com, Florencia
[57]Administradora de empresas, Especialista en Gerencia del Talento Humano, Magister en Administración; docente investigador, Universidad de la Amazonia, grupo de investigación CIFRA, vennaalexandra@yahoo.com, Florencia.

Para este estudio se adaptó el marco teórico, metodológico y la recopilación y análisis de datos, propuestos y desarrollados por el Profesor Páramo como continuación de su tesis doctoral defendida en la Universidad de Ginebra en Suiza en el 2009. Así, la búsqueda de conocer el carácter de espacio reforzador de la cultura que juega la tienda tradicional colombiana, se convierte en un aporte al estudio en otras ciudades de Colombia (Barranquilla, Medellín, Cali, Neiva, Manizales, Valledupar, Villavicencio, Popayán, Ibagué), concebido para profundizar en las relaciones establecidas a lo largo del tiempo entre consumidores y tenderos.

MARCO TEORICO

Hacia un concepto de cultura

Dada la importancia que recientemente ha adquirido la cultura muchos autores desde diferentes ópticas han tratado de conceptualizarla. Más de 200 definiciones han sido encontradas sin haber logrado un consenso, ni siquiera conceptual, entre las distintas perspectivas existentes. Entre ellos y tras haber desarrollado diversa evidencia empírica y teórica, McCracken (1990) propuso una perspectiva antropológica para estudiar la relación entre cultura y comportamiento del consumidor, pilar fundamental de toda la aproximación ideológica y moral del marketing moderno. Soportados en los resultados de estos planteamientos estrechamente relacionados con el papel del marketing en las sociedades actuales, entender la cultura desde esta perspectiva y dimensionarla en sus verdaderos alcances, se convierte en un deber obligado tanto de los practicantes del marketing nacional e internacional, como de académicos e investigadores de la conducta humana y las ciencias políticas.

Las manifestaciones culturales, propias de cada nacionalidad, se encuentran ahí, abiertas o encubiertas, implícitas o explícitas, habladas o sentidas; pero siempre ahí, detrás de cada individuo, de cada grupo social, actuando como un resorte que incita a cada persona a responder, a pensar, a actuar, a moverse, a solucionar los problemas, a organizarse, a sonreír, a caminar. En fin, la cultura es ese conjunto de formas de hablar, de pensar, de hacer y de ser que enmarca el comportamiento, el pensamiento y la acción humana

La cultura es aprendida, no innata; compartida e interrelacionada. Es el resultado de la interacción humana permanente. No es heredada; es transmitida. Se deriva de nuestro entorno social, no de nuestros genes (Dussart, 1993) Citado por Paramo et. al. 2007). La cultura influencia, decide, establece un marco de comportamiento (Ward et al, 1987); actúa como un resorte que incita a cada persona a responder, a pensar, a moverse, a solucionar los problemas, a organizarse, a sonreír, a caminar. En fin, la cultura es ese conjunto de formas de hablar, de pensar, de hacer y de ser que enmarcan la conducta, el pensamiento y la acción humana (Páramo, 1994).

Consumo y consumidores

Apoyados en los recientes desarrollos del marketing dirigido hacia la consecución de un matiz mucho más social y humano desde la perspectiva de su activa participación en la construcción del bienestar de la sociedad en su conjunto.En este

sentido, los consumidores como sujetos activos de su propio deambular histórico que ha caracterizado la postmodernidad en la que vivimos, no pueden ser ajenos al paquete de presiones que deben soportar desde el seno de la misma cultura de la que provienen y en la que han venido construyendo su actual accionar como sutil resultado de sus más delicados años de vida.

Bajo esta novedosa y a veces veleidosa forma de vida, el marketing ha desplegado denodados esfuerzos por colocarse en la mitad entre lo social y lo individual, a través del diseño de los productos que al comportar parte de los simbolismos imperantes, han servido como puente obligado para que las personas se reconozcan a sí mismas en su constante lucha por encontrar su propia identidad.

Es por ello por lo que los consumidores abocados a suplir sus carencias producidas e impuestas por la sociedad y sus reglamentaciones aceptadas y acatadas, están sometidos a la coacción de un conjunto de simbolismos concebidos –casi exclusivamente- para darle el reconocimiento social que por su naturaleza cultural y humana reclaman con angustia y por el que están dispuestos a entregar casi lo que sea necesario para obtenerlo. Y es aquí donde el marketing como expresión de una cultura dada hace digna su presencia por cuanto al conocer, estudiar e interpretar tales simbolismos altamente demandados y traducidos meticulosamente en productos, logra entregarle al consumidor lo que él con tanto ahínco está demandando aunque a veces sin percatarse.

La tienda tradicional

Entendida la tienda tradicional como la más clara expresión de la historia comercial de Colombia desde los albores coloniales en los que por el influjo español empezó a constituirse la cadena de distribución cuyos vestigios hoy aún subsisten, se ha convertido en el punto de venta al detal que se resiste a fenecer a pesar de los embates que la postmodernidad le ha impuesto.

No obstante no existir un claro consenso respecto a lo que significa las tiendas, éstas pueden ser descritas como "negocios micro empresariales que generalmente son desarrollados por un grupo familiar y de muy pequeña escala, en el cual se expenden artículos de primera necesidad, comestibles, bebidas, licores, miscelánea y productos de aseo" (Pinilla y González, 2004) Citado por Paramo et. al. 2007).

. Cumpliendo no solo el rol comercial de servir de enlace entre productores o mayoristas y el consumidor final con las consabidas funciones espaciales y temporales propias de los canales modernos, la tienda sigue siendo un lugar de encuentro entre pobladores, vecinos, amigos.

Es tal la relevancia de la tienda que además de seguirse viendo como un baluarte de las prácticas culturales populares, se ha convertido en el eslabón invisible de la globalización (Ramírez y Pachón, 2004) resistiéndose a desaparecer en ese indetenible proceso de hibridación (García Canclini, 2001) que viven las actuales economías latinoamericanas en las que se combinan las expresiones modernizantes de las culturas dominantes y las manifestaciones populares ancladas en la tradición.

METODOLOGIA DE ESTUDIO

Se llevó a cabo una investigación de tipo cualitativa, toda vez que con ella se buscó conocer y comprender una realidad social existente como es el caso de la relación del

consumidor y el tendero en la ciudad de Florencia. Investigación propuesta desde la complementariedad etnográfica, cuya filosofía radica fundamentalmente en las realidades del paradigma cualitativo (desde las perspectivas ontológica, epistemológica, axiológica, retórica, metodológica) y en los principios sugeridos por las escuelas de pensamiento antropológico y sociológico mencionadas. En este sentido, *la investigación cualitativa busca conocimiento detallado de casos específicos, tratando de descubrir cómo ocurren (u ocurrieron) las cosas, la meta primaria es que los hechos sean comprensibles, con menor énfasis en la extracción de inferencias o de predicción* Ragin, Nagel y White (citado por López y Salas, 2009).

La naturaleza del estudio planteado induce a la utilización del paradigma relativista como base epistemológica. Este en su búsqueda de conocer e interpretar el comportamiento de los seres humanos desde una perspectiva más integral, en la cual la conducta humana es analizada de una manera contextualizada y en función de los anhelos y desasosiegos que de la experiencia vital se puedan extraer, busca explicaciones de los participantes de intercambio y beneficio mutuo implicado en la concepción e implementación del marketing.

Teniendo en cuenta el enfoque cultural de esta investigación *se recurrió a la etnografía para la recopilación de la información, a la etnología para analizar y comparar los hallazgos y a la antropología para su interpretación* (Páramo, 2009). Se hizo una preparación previa que permitió acercarse a la realidad. *Teniendo en cuenta que desde la etnografía el investigador es prácticamente el instrumento para recopilar información* (Guber, 2001).

Para tener una completa visión sobre la relación establecida entre consumidores, tenderos y tiendas, se utilizaron diferentes técnicas para la recolección de información, cómo:

- Entrevistas. Se realizaron siete (7) entrevistas individuales en profundidad, estructuradas.
- Observación no participante: Se realizó la visita de 20 tiendas, seleccionadas al azar, para captar la situación que en su interior se vive, no solo desde lo que hacen los consumidores, sino desde la distribución del mobiliario y los elementos propios de este tipo de negocios.
- Observación participante. Se hizo la observación a cada una de las tiendas en las que los entrevistados afirmaron hacer sus compras cotidianas, con el objetivo de comprobar lo hallado en el análisis de las entrevistas desarrolladas. Se hizo durante un promedio de 20 minutos por tienda, totalizando más de tres horas.
- Video-filmación. Todas las entrevistas fueron grabadas en audio, transcritas y analizadas una por una. Con ello fue posible conocer comunicación no verbal que no siempre los entrevistados dejan conocer.

Los participantes fueron escogidos con base en dos criterios: el primero, por su voluntad de colaboración; y el segundo, por estar directamente involucrados con el tema investigado. La muestra se determinó por conveniencia.Dada la naturaleza cualitativa de la investigación, las categorías fueron surgiendo en la medida en que el análisis y la interpretación se fueron realizando. Este proceso de extracción de las categorías se suspendió cuando se descubrió la

saturación de ellas. Esto explica las razones por las cuales se hicieron siete entrevistas en profundidad y veinte observaciones en las tiendas. A partir de esta saturación es posible hacer generalizaciones categóricas, verificables como patrones de comportamiento de los consumidores estudiados.

RESULTADOS

Tabla 2

Papel de la cultura en la relación entre el consumidor florenciano y su tienda

ASPECTOS CULTURALES	RESPUESTA CONSUMIDOR
Valores	
Fidelidad	**6**
Confianza	**4**
Familiaridad	**4**
Buen servicio	**4**
Amistad	**4**
Reconocimiento	**3**
Respeto	**2**
Comodidad	**2**
Amabilidad	**1**
Creencias	
Considerar al tendero alguien familiar	**5**
El tendero conoce lo que pasa en el barrio	**4**
En la tienda los precios son más altos	**3**
En la tienda se encuentra de todo	**3**
El tendero es buena persona	**2**
Costumbre	
Comprar toda la vida en la tienda	**7**
Ir desde pequeña a la tienda	**4**
Pedir Fiao	**4**
Conversar con el tendero y los vecinos	**4**
Ir toda la familia a la tienda	**3**
Comprar a diario	**3**
Esperar que lo atiendan	**3**
Comprar galguería	**1**
Tradición	
Varias tiendas en el barrio	**6**

Al observar la tabla 2 se puede apreciar que en la relación que ha nacido entre consumidores y tenderos, juega un papel fundamental diversos aspectos culturales que influyen de forma directa en dicha relación. Entre estos se tienen: valores, creencias, actitudes y costumbres, los cuales han permitido que con el paso del tiempo no solo se establezca una relación permanente sino que está se dinamice y se prolongue en el tiempo.

Valores. Los valores detectados entre los diferentes informantes son 9; estos son fidelidad, familiaridad, amistad, respeto, reconocimiento, confianza, buen servicio comodidad, amabilidad.

Fidelidad. fue el valor más nombrado por los consumidores de tienda florenciana dicho valor esta visto desde el punto de vista de mantener la relación con la tienda de siempre de asistir a esta por todos los beneficios que percibe de ella no solo desde el punto de vista comercial, sino experiencial y social esto se puede apreciar mediante lo siguiente:

- *"Sí claro, eso hay hartísimas, casi en cada esquina hay una. No, muy poco. tiene que no haber ahí el articulo o hay veces él lo manda a conseguir a uno, pa que no estese uno por allá". (Entrevistado No 6 Mariana Chavarro)*
- *"Si claro hay más tiendas, pero me gusto ahí donde ese señor. no, las frecuento Voy a ir por lo que me queda más cerquito, en estos momentos estoy frecuentando puro esa la tienda de don miguel" (Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

La confianza. Se refiere a la opinión favorable en la que una persona o grupo es capaz de actuar de forma correcta en una determinada situación. En este caso se ve reflejada en la forma como el tendero otorga crédito a sus consumidores basado solo en que esté va a pagarle de forma cumplida en la fecha pactada el valor total de la deuda, sin exigirle papeles, referencias o fiadores basado solo en la amistad, en la confianza y en la imagen que el consumidor es una persona correcta y responsable. Dicha confianza, a su vez, está relacionada con la fidelidad, pues el hecho de que el tendero confíe en el consumidor o le preste un servicio adicional como lo es el crédito hace que este sea fiel a tu tienda habitual y que solo sea en caso extremo cuando la cambie por otra. Esto se pude evidenciar en las siguientes afirmaciones:

> *"Claro que sí, pues yo soy fiel a esa tienda, primero porque el hombre tiene buena relación conmigo y lo segundo, porque ahí me fían, porque en otras partes no me fían tengo que tener la plata." (Entrevistado No. 7 Orlando Ramos)*
>
> *"Uno siempre está con la misma tienda por la atención del tendero, porque le da el crédito a uno"* (Entrevistado No. 3 Judith Ramírez)

La familiaridad. Es vista aquí como el trato cordial que nace de relación entre el consumidor y la tienda, debido al tiempo que llevan de conocerse los unos con los otros y a la identidad que se siente en el trato con las personas, expresándose esto con sentimientos de lealtad, reciprocidad y solidaridad. Esta relación se afianza cada vez más gracias a este valor, pues es ahí donde no se ve solo la relación del intercambio comercial, sino el favorecimiento con muchos otros beneficios desde el punto de vista personal y

social, lo cual hace que esta perdure con el tiempo. Esta familiaridad puede verse reflejada en las siguientes respuestas.

> *"Si lo conocen a uno desde niño entonces ya el trato es más familiar." (Entrevistado No. 2 William Artunduaga)*
>
> *"Casi siempre, hace más de 10 años están ellas [las dueñas de la tienda], ellas le compraron a una señora… soy muy amigo"* (Entrevistado No.1 Humberto Ríos)

Con lo anterior se puede apreciar cómo el tendero ya no es solo quien vende los productos si no que es ese amigo indispensable en el barrio que conoce a niños y adultos.

En esta investigación **el respeto** esta visto como esa herramienta fundamental para lograr una armoniosa interacción social, y bajo la premisa que para ser respetado debo respetar, ser tolerante y reconocer que los demás individuos también hacen parte del entorno en el que se convive a diario.

El respeto ha sido un valor cultural defendido y sembrado por generaciones enteras se refleja en afirmaciones como las siguientes:

> *"Espero que me atiendan porque muchas veces la señora ésta ocupada y entonces uno debe esperar el turno" (Entrevistado No. 5 María Mercedes Muñoz)*
>
> *"Pues si la señora está ocupada, espero que me atienda o a veces me atiende otra señora de la tienda".* (Entrevistado No. 4 María Helena Useche)

Con las anteriores frases, se afirma como el respeto también va de la mano con la paciencia que pese a que se llegue con afán, se debe saber esperar y de esta forma se logra una mejor convivencia y el fin último que todos esperan de la tienda, que es obtener un servicio rápido y oportuno, se debe tener en cuenta que todo esto se da también gracias al gran sentido de familiaridad y amistad que existe entre los vecinos que hacen parte de comunidad de una tienda.

El buen servicio. Está dado por el gran conocimiento que tiene el tendero de cada uno de sus clientes y es ahí donde él le conoce sus gustos, preferencias, necesidades y puede ofrecerle valores agregados que generen una mayor afinidad en la relación y de esta forma el consumidor se sienta a gusto con el servicio que se le está prestando. Además de que se sienta en confianza cuando es saludado por su nombre, y conocen a cada uno de los miembros de su familia.

La búsqueda del trato personalizado o buen servicio se refleja de forma clara en las siguientes afirmaciones:

> *"Tiene que no haber ahí el articulo o hay veces él lo manda a conseguir a uno, pa que no esté uno por allá." (Entrevistado No. 6 Mariana Chavarro)*
>
> *"Manejamos buena relación, el saludo y todas esas cosas. No se invitan pero si se saludan, se pregunta cómo están los niños, llega uno allá con el nieto, lo saludan, hay cierta camaradería" (Entrevistado No.1 Humberto Ríos)*

Lo anterior corrobora que el consumidor percibe un buen servicio cuando es tratado con amabilidad, se le ofrece un trato personalizado, lo atiende con rapidez, le ofrecen un ambiente agradable, y lo hacen sentir cómodo y seguros.

La presencia de estos valores ratifica aún más la tradicional importancia que han tenido las tiendas entre los habitantes del municipio de Florencia, la mayoría de ellos han sido adquiridos en el seno familiar, donde se aprende a visitar la tienda obedeciendo las decisiones de los padres o adultos quienes incentivan que los menores, hijos o sobrinos, vayan a la tienda a hacer las compras que se requieren. Se va construyendo la confianza entre unos y otros, se ven los aspectos económicos de la relación, se reproducen esquemas de trato personalizado, se replica el respeto aprehendido, y, finalmente, se aprende a ser fiel.

Como se puede apreciar en la tabla 2 se pudieron detectar también otros cinco valores culturales amistad, reconocimiento, respeto, comodidad y amabilidad.

La amistad se refleja en:

- *"Si claro, y amigos de la vecina también."(Entrevistado No 3 Judith Ramírez)*
- *" La tienda la tenía un hermano y entonces ya el hermano se terminó la tiendita y entonces la cogió el sí señor, claro amistad" (Entrevistado No6 Mariana Chavarro)*
- *"Somos amigos y la voy bien con el hombre y él la va bien conmigo" (Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

El reconocimiento es percibido por el consumidor de tienda Florencia así:

"como esta uno en el mismo barrio, entonces ya uno se distingue con la gente, conversa con otros, así sucesivamente entra en relación con otras personas" (Entrevistado No 1 Humberto Ríos

Respeto. Es un valor que durante años se ha transmitido de generación en generación y a su vez ha permitido que las diferentes relaciones fluyan y sean duraderas en el tiempo:

- *Espero que me atiendan porque muchas veces la señora ésta ocupada y entonces uno debe esperar el turno para que lo atiendan o para pagarle. (Entrevistado No 5 María Mercedes Muñoz)*

Comodidad. Esté valor va de la mano con la cercanía y el buen manejo del tiempo que la tienda de barrio le permite al consumidor:

- *"Voy a ir por lo que me queda más cerquito" (Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

Amabilidad. Se pude apreciar por medio de la siguiente expresión:

- "Pues vecinos que al menos uno sabe quién es, vecino pa ca vecino pa allá, muchas gracias" (Entrevistado No 5 María Mercedes Muñoz)

La práctica de estos valores a lo largo de la existencia de las tiendas seguramente es lo que ha permitido que estas perduren en la historia y de la misma forma aseguren su futuro y presencia en las generaciones venideras, como un negocio prospero admirado y respetado por todos.

Creencias. Algunas de las creencias están relacionadas de forma directa con el papel del tendero ("considerar al tendero como alguien familiar", "el tendero sabe todo lo que pasa en el barrio", "el tendero es una buena persona") y otras, específicamente con

la tienda en sí misma (“en la tienda los precios son más altos”, “en la tienda encuentra todo”.

Las creencias respecto al tendero son de diversa naturaleza: Unas se asocian con su condición personal y otras con el conocimiento que tiene de todo lo que sucede en el entorno del barrio. De una u otra forma, el tendero, según los consumidores, está en la vida de la comunidad y como tal, es un vecino, un amigo que está dispuesto a colaborar en los asuntos colectivos que se puedan presentar.

Desde este aspecto las tiendas son vistas como ese lugar donde se encuentra todo lo que se necesita en un momento dado aunque casi siempre los productos son más costosos.

Dentro de las creencias hay un factor diferente respecto a los hallazgos descubiertos, por el profesor Paramo en las ciudades de Barranquilla, Valledupar y Manizales, donde se ha evidenciado que los productos en la tienda son más baratos. Los consumidores de la tienda florenciana creen que los productos ofrecidos por está son más costosos, pero pese a esto siguen asistiendo a la tienda, teniendo en cuenta que allí, se sienten bien atendidos, hay una relación de amistad, cierta familiaridad y sobre todo, encuentran un gran respaldo al obtener crédito sin, mayores exigencias:

> *“Si no hubiera crédito uno iba a otra parte donde fuera más barato” (Entrevistado No. 2 Willian Artunduaga)*
>
> *“Porque en las tiendas es siempre un poco más caro.” (Entrevistado No. 3 Judith ramírez)*

La Figura 3 agrupa las creencias desde tres puntos de vista, la tienda, el tendero y el barrio, estas están explicadas desde el punto de vista expresado por cada uno de los entrevistados, quienes a su vez manifiestan que estas han sido recibidas de generación en generación, teniendo en cuenta que la tienda es un sitio que existe desde muchos años atrás.

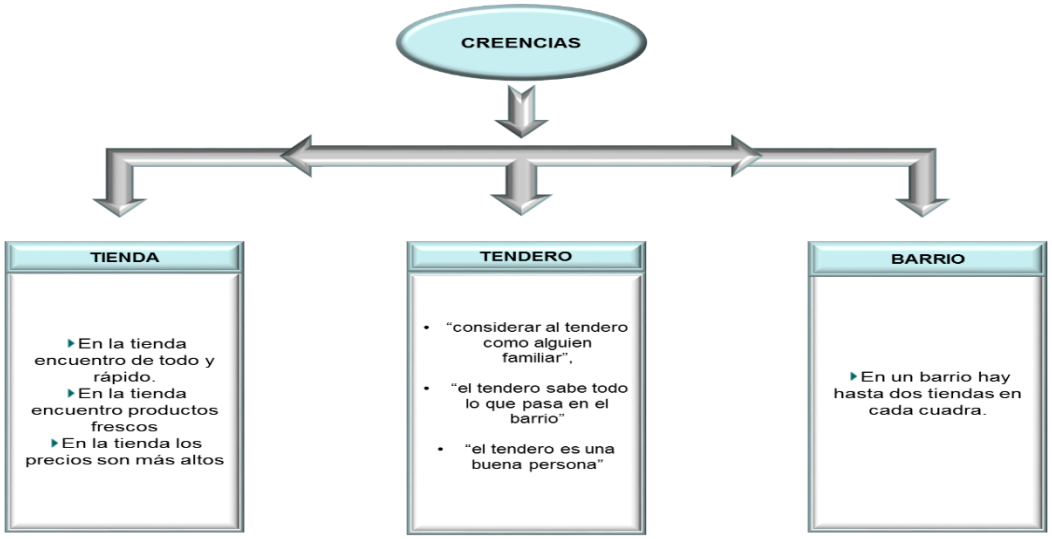


Figura 3. Las Creencias Tomada de Paramo 2009 y modifica por los autores.

Creencias basadas en la tienda

En la tienda encuentro de todo y rápido:

“Una tienda tiene de todo un poquito” (Entrevistado No 4)

Creencias basadas en el tendero

Considerar al tendero como alguien familiar:

"Si, Lo conocen a uno desde niño, entonces ya el trato es más familiar." (Entrevistado No 2 William Artunduaga)

El tendero sabe todo lo que pasa en el barrio, es decir este por la afinidad y la estrecha relación, con las personas que frecuentan la tienda vive informado de lo que pasa en su alrededor:

- *"Eso si se pone a guarichar uno ahí, que el que está bueno, que la vecina que mire que esa vieja como anda, siempre el tendero es el que más guarichea de todo Sabe dónde vive fulanita" (Entrevistado No3 Judith Ramírez)*

El tendero es una buena persona:

"Claro que sí, pues yo soy fiel a esa tienda, primero porque el hombre tiene buena relación conmigo" (Entrevistado No7 Orlando Ramos)

Creencias basadas en el barrio

En un barrio hay hasta dos tiendas en cada cuadra:

- "Sí claro, eso hay hartísimas, casi en cada esquina hay una." (Entrevistado No 6 Mariana Chavarro)

Costumbres. Son el conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una sociedad o persona, son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que hacen parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia.

Aquí se puede analizar que las afirmaciones de los entrevistados permiten ver las costumbres desde dos perspectivas: una es desde el punto de vista del aprovisionamiento (donde se asiste a la tienda porque desde pequeño se le estímulo que en la tienda encuentra lo que se necesita) y, la otra es la relacional, la cual tiene que ver con ese hábito de compartir con otras personas o vecinos. Por lo anterior la tienda ya no es ajena a ninguno de los miembros de la familia y hace parte de ellos y es vista no solo como el lugar donde se puede comprar las cosas del diario vivir, la papelería, las galguerías, sino también como n lugar donde se puede compartir e interactuar con los vecinos, amigos y conocidos. Figura 4.

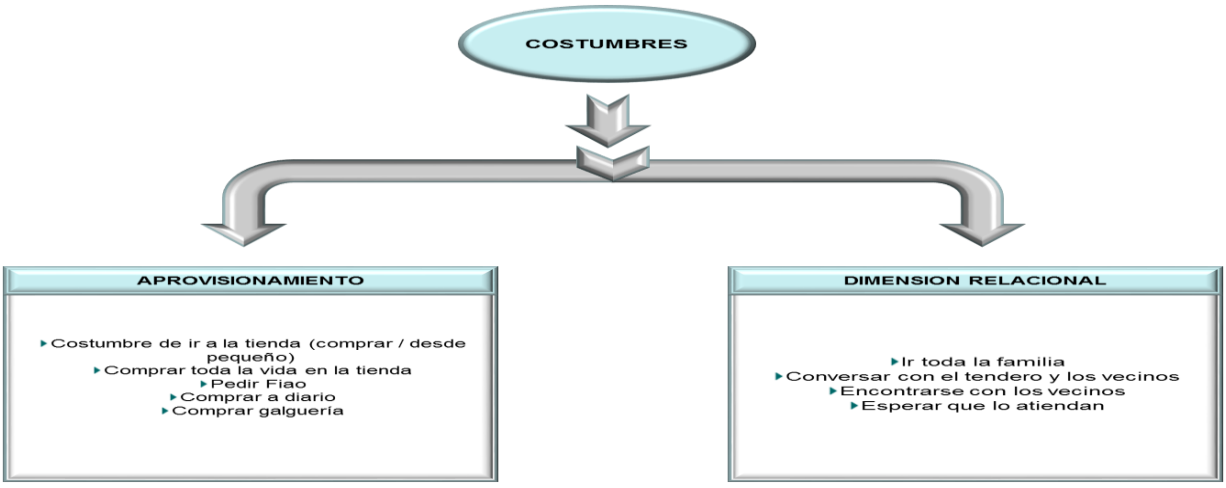


Figura 4 Perspectivas de las Costumbres tomada de Paramo 2009 y modifica por los autores.

Costumbre de ir a la tienda desde pequeño. Esta dada por la obediencia que se tiene por los padres quienes desde pequeños envían a sus hijos a realizar diversos mandados a la tienda del barrio.

- *"Si cuando yo era pequeño mi mamá me mandaba a las tiendas"(Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

Expresiones como visitar la tienda por "galguerías" es una manifestación de estos niveles de construcción de significados que la comunidad ha aceptado, promovido y defendido:

"Que galguerías que se antojó de un bocadillo, de eso, si se frecuenta"

Tradición. Esta es vista como un legado que se ha dejado de generación en generación, es ahí donde se puede apreciar como el concepto de tienda aparece desde muchos años atrás y se ha venido consolidando como un negocio sostenible que además contribuye a la tradición de cada sociedad y que son el epicentro de las compras de las familias sin importar las distinciones sociales, por lo tanto no es extraño ver cómo estas, están presentes en todos los barrio y se pueden encontrar dos o tres a muy pocos pasos la una de la otra.

CONCLUSIONES

Culturalmente estas relaciones han estado influidas por valores, creencias costumbres y tradiciones propias de los florencianos entre los valores culturales se destacan en orden de importancia: fidelidad, confianza, familiaridad, buen servicio, amistad, reconocimiento, respeto, comodidad y amabilidad. Las creencias encontradas fueron clasificadas alrededor de la tienda el tendero y del barrio; de igual manera como se ha hallado en los trabajos de (Paramo 2009). Las creencias respecto al tendero fueron: "considerar al tendero como alguien familiar", "el tendero sabe todo lo que pasa en el barrio", "el tendero es un buena persona". En cuanto a la tienda las creencias fueron: "en la tienda encuentro de todo y rápido", "en la tienda encuentro productos frescos", "en la tienda los precios son más altos". Respecto al barrio la única creencia encontrada fue: "en un barrio hay hasta dos tiendas en cada cuadra.

La tienda tradicional florenciana es un espacio de reforzamiento cultural del consumidor, quienes deciden visitarla ya sea para aprovisionarse de los productos que allí se expenden o para fortalecer los vínculos personales y sociales entre consumidores y tenderos; es una práctica cultural que buena parte de los miembros de un barrio repiten sin razonamiento lógico alguno, solo por la tradición, que se ha adquirido desde niño en el hogar, de visitar la tienda todos los días así sea para adquirir artículos básicos como las arepas, los huevos o simplemente para tomar una gaseosa.

Es de resaltar que la relación consumidor y tienda, ha tomado una nueva perspectiva, dejando a un lado solo el carácter económico, es decir el negocio que se abre con el ánimo de obtener una ganancia, el cual se ha sostenido por años y ha pasado a estructurarse en una relación de familiaridad y amistad haciendo que la confianza se afiance cada día más y se refleje en una colaboración mutua, mostrando con esto las dos funciones que se le han asignado: una en términos comerciales y otra en los aspectos sociales, los cuales se vuelven factores indispensables de éxito para este tipo de negocio pues si se quiere sostener desde el punto de vista comercial debe fortalecer y estrechar la

relación con sus consumidores de tal forma que este si sienta como un amigo más al cual se le debe fidelidad.

REFERENCIAS.

Alwitt, L., Donley, Th. (1997). Retail stores in poor urban neighborhoods. The Journal of Consumer Affaires. Vol. 31. 1.

Chubg, Ch., Myers, S. (1999) Do te poor pay more for food? An analysis of grocery store availability and food price disparities. The Journal of Consumer Affairs. Vol. 33. 2.

Globokar, T. (1990) "L'entreprise polonaise face à l'entreprise française. Etude comparative de gestion". Travaux sociologiques du LSCI. CNRS-IRESCO. Vol.19,

Guber, Rosana (2001). "La etnografía. Método, campo y reflexividad. Editorial Norma. Colombia.

López, H. y Salas, H. (2009). Investigación cualitativa en administración. Recuperado el 20 de 03 de 2017, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2009000200004.

Páramo, Dagoberto (2005). Ethnomarketing, the cultural dimension of marketing. Revista Pensamiento & Gestión No. 18. División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte. Barranquilla.

Páramo, Dagoberto; Acevedo, Christian. (2005). "Valores culturales, creencias y orientación temporal de los consumidores de la tienda barranquillera". Ponencia. Encuentro Nacional de Investigadores en Administración. ASCOLFA. Noviembre. Cali.

Páramo, Dagoberto (2009). Le commerce traditionnel colombien: un espace de renforcement culturel pour le consommateur. These de doctorate. HEC. Université de Genève.

Pinilla, Olga; González, Gisella (2004). "Estudio comparativo de las características del merchandising aplicado la tienda tradicional de Barranquilla en estratos 2 y 5". Trabajo de Grado Especialización en Gerencia de empresas comerciales. División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte.

Ramírez, Ofelia; Pachón, Ana (2004). "Una forma para entender la ciudad. Relaciones sociales y prácticas culturales en tres escenarios de mercado". Editorial Universidad Surcolombiana.

Rojas, Diana; Rivas, Porfirio; Rojas, Zabrina (2004). “Diagnóstico del sector comercio en Colombia y la situación de los trabajadores”. Uniaméricas. Bogotá.

ESTUDIO DEL PROCESO LOGÍSTICO Y PROMOCIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE BARRAS DE CHOCOLATE GOURMET AL MERCADO MEXICANO.

España Girón Nadia,García Rios Jessica,Mendoza Kuffó Bryan,Zea Taboada Andrea

Resumen

Este artículo esta basado en el análisis logístico y promocional que ha tenido las barras de

chocolate gourmet en el mercado mexicano, al ser Ecuador un país rico y biodiverso tiene la gran facilidad de cultivar frutos exóticos y de alta calidez como lo es el cacao, el cual es la materia prima para el chocolate gourmet. Con la gran demanda en el mercado internacional de este chocolate exótico con ingredientes únicos, han hecho factible que se exporte, uno de los principales compradores es México, país que tiene un consumo per capita de $7,90 un tamaño de mercado de $1’011.50 millones de dólares, que además tiene una tasa de incremento anual aproximada a 5.3%, mucho mayor a la de otros países como Estados Unidos y Canadá.

En los supermercados mexicanos se encuentran muchas clases de barras de chocolate, de distintos países, precios y calidad. Estas traen diversas mezclas con frutos secos, frutos cítricos y otros rellenos, con precios que varían de entre $5 y $2 por barra.

Ecuador es el octavo mayor proveedor de chocolate gourmet al mercado mexicano, siendosuperado en gran parte por países que no son productores de este como lo es Estados Unidos, el cual se encuentra en el primer lugar de dicha lista. El chocolate fino nacional se caracteriza por su sabor semiamargo, bajos porcentajes de grasa y un olor frutal o floral, tiene muchos premios importantes a nivel nacional por su gran calidez y aroma, haciéndolo muy demandado a nivel mundial, aunque, no hay cifras exactas de cuántas son las empresas que producen este tipo de chocolate en el país y que lo exportan. El detalle de aumentar la

exportación de este tipo de chocolate en el país se encuentra en dejar de exportar materia prima y empezar a producir más en el Ecuador.

Palabras Clave

Chocolate gourmet, Demanda, Exportaciones, Per capita, Promocional.

Introducción

El cacao desde la antigüedad ha sido uno de los frutos mayor cultivados y más reconocidos

del Ecuador, por lo tanto, no podemos hablar del Ecuador sin referirnos al cacao. Este fruto es sinónimo de cultura, desarrollo, identidad, patrimonio y de un gran legado para este país.

La riqueza y abundancia de los recursos naturales que caracterizan las zonas de producción

del cacao en el Ecuador han permitido que este a lo largo de los años desarrolle atributos

únicos de sabor, calidad y aroma.

En la actualidad Ecuador es reconocido por ser el país que provee más del 60% de la

producción mundial de cacao "fino aroma" materia prima muy codiciada en los países

europeos y del norte del continente americano para la elaboración de chocolate gourmet.

Así también el chocolate ecuatoriano es conocido por ser uno de los mejores del mundo,

ganando muchos premios por su calidez y finura. En los últimos años con la creciente

demanda de alimentos finos o gourmet se ha dado una gran mejora a las barras de chocolate

nacionales, implementando en ellas sabores exóticos de diversas frutas para darles un toque

único, ofreciendo a los consumidores finales un producto que no tiene competencia alguna

debido a la originalidad de los mismos.

Marco teórico

Mexico actualmente cuenta con tratados de libre comercio con 46 países y además ha suscrito varios de alcance limitado con los países pertenecientes a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) además de participar activamente en organismos y foros multilaterales y regionales. En el caso de Ecuador puede acceder a preferencias Arancelarias otorgadas por México mediante el Acuerdo Regional No. 2, acuerdo regional No. 4, Acuerdo Regional No. 7 y el Acuerdo de Alcance Parcial No. 29 todos correspondientes al marco de la ALADI.

La mayoría de los productos importados desde el Ecuadpr ingresan por via marítima a México hacia los puertos de Veracruz y Manzanillo, además de otros puertos como lázaro cárdenas.

Teniendo como principales tres canales de distribución para la comercialización de productos ecuatorianos en México en las cuales se ven involucrados el importador, distribuidor, cadenas de autoservicios, consumidor final. Siendo la Asociación Mexicana de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), en el año 2015 las ventas en sus tres categorías de asociados (autoservicios, tiendas especializadas y departamentales) sumaron $1,325 miles de millones de pesos ($83,375 millones de dólares, crecimiento del 10% con respecto al año 2014), en donde las cadenas de autoservicios representaron el 57% de las ventas totales.

En los últimos años, la tendencia creciente de consumo de alimentos gourmet ha impactado

de manera positiva en el mercado de barras de chocolate gourmet. Con la finalidad de ofrecer al consumidor sabores innovadores, hoy en día, existe en el mercado una variedad de chocolates que combinan ingredientes exóticos; además, se distinguen del resto de chocolates por otros aspectos como el empaque y presentación. Por otra parte, diversos estudios demuestran que el consumo de chocolate amargo aporta beneficios a la salud, por ejemplo, el consumo de chocolate con porcentaje mayor al 70% de cacao reduce problemas a la presión arterial, así como también favorece el aprendizaje y eleva el grado de alerta por su alto contenido de flavonoides, inclusive en pequeñas cantidades, aporta energía para los

deportistas.

De acuerdo a cifras de Euromonitor, en el año 2016, el consumo per cápita de chocolate en

México fue de $ 7.90 dólares y el tamaño aproximado de mercado fue de $ 1,011.50 millones de dólares; además, se espera que en el período 2016 - 2021, la tasa de crecimiento promedio anual sea del 5.3% (superior los Estados Unidos 1.9% y Canadá 2.9%).

Metodología del estudio

Diseño de Investigación

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental descriptivo ya que no se sometió a

prueba ninguna variable de estudio y todos los datos que fueron usados son de fuentes

secundarias es decir libros, artículos científicos y documentos y se están utilizando para poder obtener una visión general de las ferias internacionales de alimentos procesados y bebidas.

Es no experimental porque son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente para después analizarlos (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2003).

Es descriptiva porque pueden partir de hecho, de hipótesis afirmativas cuyos resultados, a su vez pudiesen dar pie a elaborar hipótesis de relación causa-efecto entre variables; esto es posible en tanto que de “estas se han demostrado sus relaciones a través de la indagación descriptiva. (Bavaresco , 2006)

Método de investigación

Esta investigación es de método inductivo ya que se caracteriza por llegar a conclusiones generales a partir de ideas particulares. Aplicando a la presente investigación, a través de este método se ira explicando la importancia que han adquirido las ferias internacionales.

Es inductivo porque es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular (Ávila Baray, 2006)

Resultados

Muchos estudios demuestran que el consumo de chocolate amargo aporta grandes beneficios a la salud, en los últimos años la tendencia creciente del consumo de alimentos gourmet ha impactado de manera positica en el mercado de barras de chocolate gourmet.

Más del 70% de la producción mundial de cacao fino de aroma se encuentra en el Ecuador, convirtiéndonos en el mayor productor de cacao fino de aroma del mundo. El cacao fue el

quinto producto más exportado por el Ecuador durante el 2012, dentro de las exportaciones no petroleras.

En el 2012 se registró una exportación de cacao y sus elaborados por un total de 496.63

millones de dólares y 182,794 toneladas. Los principales mercados de destino de las

exportaciones de cacao y elaborados en el 2012 fueron: Estados Unidos con 26%, Holanda

10%, Malasia 9%, México 8%, Alemania 8% y Brasil con 7%.

De acuerdo a cifras de Euromonitor en el año 2016 el consumo per cápita de chocolate en

México fue de $7.90 dólares y el tamaño aproximado de mercado fue de $1,011.50 millones de dólares; además se espera que en el periodo 2016-2021, la tasa de crecimiento promedio anual sea del 5.3% (superior los Estados Unidos 1.9% y Canadá 2.9%) (Ministerio de Comercio Exterior , 2017)

Conclusiones

Después de haber realizado esta investigación y analizar toda la información recabada se llegó a la conclusión de que el chocolate gourmet es muy bien aceptado y consumido en el

mercado, aunque exista una gran competencia, tenemos mucha ventaja ya que nuestro

chocolate gourmet es un producto artesanal el cual está teniendo una buena aceptación en el

mercado mexicano, por sus ingredientes exóticos y también por su presentación y empaque

del producto.

Recomendaciones

Se debe considerar y tener en cuenta en el mercado mexicano sus gustos para así poder crear nuevos sabores y también poder llegar a diferentes mercados y no solo con el chocolate si no también promocionar otro tipo de productos artesanales, para esto se debe tener en claro los objetivos y lo que queremos lograr con la participación de estas; además poner atención en otras cosas como:

 Establecer objetivos de producción, fomentar la diversificación, realizar nuevas estrategias de marketing y lo más importante brindar un producto saludable y que nos haga diferenciar hacia los futuros consumidores.

 Tener un diseño único, novedoso y llamativo.

 Realizar inspecciones constantes durante el proceso de fabricación de las barras de chocolate para asegurarnos de que los productos a exportarse cumplan con las normas de calidad y lo que solicita el cliente consumidor.

 Efectuar otro estudio de mercado para tomar en cuenta otro producto típico de nuestro país, el cual se considere necesario para darlo a conocer a nivel internacional.

Bibliografía

Ávila Baray, H. (2006). Introduccion a la Metodologia de Investigacion. Chihuahua. Recuperado el 3

de Marzo de 2017, de

http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/eureka/pudgvirtual/introduccion%20a%20la%20metodo

logia%20de%20la%20investigacion.pdf

Bavaresco , A. (2006). Proceso Metodológico en la Investigacion. Maracaibo: La universidad del Zulia.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). Metodologia de la

Investigacion (Cuarta ed.). Mexico: McGraw Hill.

Ministerio de Comercio Exterior . (19 de Enero de 2017). ProEcuador. Obtenido de

https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-

content/uploads/2017/02/PROEC_BIC2017_01_MEXICO.pdf

ESTUDIOS CUANTITATIVOS SOBRE CORRELACIÓN DE LA TRM Y PRECIO DEL PETRÓLEO REFERENCIA WTI CON BASE EN LA PRUEBA DE NORMALIDAD JARQUE - BERA Y EL MÉTODO DE COEFICIENTE DE HURST.

Alejandro Acevedo Amorocho[58], Vilma Gutiérrez[59], Duwamg Prada Marín[60],

Helio Fernández Aranda[61]

Resumen—Uno de los factores relevantes en los Ingresos de la Balanza de pagos de la nación, es el precio del petróleo WTI y su variación en el tiempo, unido a la fluctuación de la TRM, variables que a su vez afectan otros índices como Inflación, tasas de interés, crecimiento económico, devaluación, entre otros, generando expectativa por el futuro del Gasto y las Inversiones públicas. Un modelo econométrico de correlación entre estas dos variables bajo el Método de Coeficiente de Hurst y la prueba de Normalidad Jarque-Bera, puede explicar dicho fenómeno. ¿Por qué baja el precio del petróleo cuando sube el dólar?, ¿Es el precio del petróleo inversamente proporcional a la fluctuación de la TRM? De acuerdo con Behar (2015), esta "regla de oro" parece confirmarse sobre todo en el 2008, parcialmente del 2011 al 2013 y a finales de 2014. Sin embargo, el comportamiento de ambas variables en el 2007 y a finales del 2013, no confirma la fuerza de esta regla, lo cual apunta a otros factores que influyen sobre los precios del dólar y del petróleo. En el corto plazo también hay fluctuaciones que no confirman la regla. Mientras el dólar ha mantenido su curso ascendente en los últimos dos meses, el precio del petróleo subió desde finales de enero hasta mediados de febrero. En las últimas semanas, el petróleo WTI también ha subido levemente.

Es posible generar una serie de tiempo para observar y analizar la incidencia de la tasa representativa del mercado (TRM) y el valor del precio del petróleo WTI, para obtener información relevante en términos de la persistencia o incertidumbre en el tiempo; esto se evidencia bajo el

[58] *Docente, Escuela de ciencias Estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana. Seccional Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta. Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: Alejandro.acevedoa@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0003-0603-7261*

[59] *Docente, Escuela de Arquitectura, Universidad Santo Tomás de Aquino. Bucaramanga. Docente, Escuela de Ciencias Estrategicas. Universidad Pontificia. Bolivariana Seccional Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta, Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: vilma.gutierrez@upb.edu.co.*
Código ORCID 0000-0002 9979-2663

[60] *Docente planta Departamento de Ciencias Básicas, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta,. Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: duwamg.prada@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0002-7856-379X*

[61] *Docente, Escuela de ciencias Estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana. Seccional. Bucaramanga, Km 7 vía Piedecuesta, Floridablanca, Colombia. Correo electrónico: helio.fernandez@upb.edu.co. Código ORCID 0000-0002-5045-4866*

método del coeficiente de Hurst, que genera ruido negro (serie persistente) o ruido rosa (serie antipersistente) o si la serie presenta un movimiento Browniano conocido como ruido blanco.

Palabras clave—TRM, Petróleo WTI, Fractales, Dimensión, Coeficiente de Hurst, prueba de Normalidad Jarque-Bera

Abstract— Contribute to the study of the Economy in Colombia, where one of the relevant factors in terms of Income in the balance of payments of the nation is the reference oil price (WTI) and its variation In time, coupled with the fluctuation of the TRM, variables that in turn affect other economic indices such as inflation, interest rates, economic growth, devaluation, revaluation, exports, imports, CPI; Generating expectations for the future of Spending and Public Investments. An econometric correlation analysis between these two variables is presented under the Hurst Coefficient Method and the Jarque-Bera Normality test. ¿Why does the price of oil fall when the dollar goes up? ¿Is the price of oil inversely proportional to the fluctuation of the TRM? According to Behar (2015) , This "golden rule" seems to be confirmed especially in 2008, partially from 2011 to 2013 and at the end of 2014. However, the behavior of both variables in 2007 and at the end of 2013 does not confirm the force of this rule, which In the short term there are also fluctuations that do not confirm the rule. While the dollar has maintained its upward course in In the last two months, the price of oil rose from the end of January to the middle of February. In recent weeks, WTI oil has also risen slightly. So, what mechanisms are behind this situation?

Keywords— TRM, Oil WTI, Fractals, Dimension, Hurst coefficient, Harque-Bera normality test.

Introducción

Acorde al Informe No. 200 del FMI (2014), A partir de la segunda mitad de 2014 la economía Colombiana comenzó a ser afectada por una significativa reducción de sus términos de intercambio como resultado,en especial, de la fuerte caída del precio del petróleo, la cual se caracterizó por ser sorpresiva, acelerada y de magnitud considerable, y según los analistas, podría ser persistente y extenderse por varios años. El descenso del precio del petróleo afecta la economía de diferentes maneras. Entre las más importantes se ha observado una caída en los términos de intercambio, reducción del ingreso nacional, menor inversión, desmejora del balance externo y de las cuentas fiscales, así como menor dinámica de las entradas de capital extranjero por inversiones directas.

Debido a que el petróleo es un commodity que reúne dos características: riesgoso y volátil; situaciones que se dan a menudo en la inversiones financieras y que desencadenan pánico y escándalo cuando la fluctuación es extrema, existen instrumentos de pronóstico y de análisis que permiten entender mejor la situación de este tipo de variables cuantitativas que no dejan de ser afectadas por variables cualitativas. Es decir que la correlación de estas dos variables también se ve afectada por otros factores más complejos que son motivo de análisis del presente estudio.

Según el profesor Behar (2017), el dólar como divisa y el petróleo como materia prima son opciones de inversión que pueden afectarse mutuamente, pero esto dependerá de otros factores como la coyuntura general, las tasas de interés, expectativas sobre la inflación, la estructura de la IED (Inversión extranjera directa) de un país, y la geopolítica, entre otros.

Aproximación teórica

Para realizar un análisis, en una serie de tiempo objeto de estudio, que presenta estructuras caóticas y fractales, es importante observar, que dicha serie no presente linealidad ni normalidad. La importancia de utilizar esta técnica de los fractales se basa en la idea de la autosimilaridad (Mandelbrot, 1997) (Mandelbrot, 2009), la cual es una característica de los objetos que es independiente de la escala a la cual se observe, para este caso podríamos interpretarlo según el tiempo en la serie, es decir, que podemos analizar la serie pensando en el comportamiento pasados segundos, minutos, horas, días, semanas, años, etc.

Según (Díaz, 2007),

"Las series de tiempo que se generan con los precios de valores bursátiles, deben presentar las características de los objetos fractales: autosimilaridad, comportamiento caótico y tener dimensión fractal. Con estas características es posible contradecir los supuestos de independencia y de comportamiento normal de los rendimientos bursátiles contenidos en la teoría del paseo aleatorio y en la hipótesis de los mercados eficientes."

Existe una técnica que permite relacionar la dimensión fractal y el grado de correlación entre precios bursátiles, esta técnica se basa en el cálculo de un exponente llamado "Exponente de Hurst." El hidrólogo Harold Hurst realizó estudios sobre el movimiento fluctuante del río Nilo con el fin de predecir el comportamiento de este en las épocas de sequía (Hurst, 1951) (Mandelbrot, 2010) (Mandelbrot 1997) (Mandelbrot, 2009). Con base en las observaciones y estudios genera una metodología estadística con la cual se puede observar las tendencias de una serie de tiempo en términos de su persistencia para medir la duración de los ciclos (Rodríguez, 2012). El coeficiente de Hurst es una técnica que permite analizar datos de diferentes series de tiempo para clasificarlas según la persistencia y volatilidad (en términos de ruido negro, ruido rosa o movimiento aleatorio).

Según Pitareque (2014) el exponente de Hurst (H), muestra el grado de persistencia o anti persistencia que tienen las series que presentan dependencia a largo plazo. Este método ha sido utilizado en diferentes series económicas tales como el índice de la bolsa de valores de Colombia (IGBC), la tasa representativa del mercado (TRM) el índice representativo del mercado de deuda pública interna (IDXTES) Pirateque, 2014) y en el comportamiento de las acciones del banco Davivienda en (Rodríguez, 2012).

Existen diversos métodos para realizar análisis sobre las variables más incidentes en el desarrollo económico de un sector o de un país. Uno de estos métodos involucra un área de las matemáticas conocida como la geometría fractal y sus aplicaciones.

El método de Hurst se presenta bajo unos pasos básicos para calcular un exponente denominado (coeficiente H), con este es posible medir la volatilidad para el análisis de riesgo de una serie de tiempo (Mandelbrot, 2010), los pasos para calcular dicho coeficiente son (Rodríguez, 2012):

Fraccionar la serie de datos en particiones (grupos de datos más pequeños).

Calcular la media, las desviaciones con respecto a la media, la suma acumulada de las desviaciones y la desviación estándar (S), para cada partición.

Calcular el rango de cada partición (R).

Elaborar gráfico de logaritmo natural (N) contra logaritmo de Rango sobre Desviación estándar (R/S), donde N es el número de datos de la partición.

Elaborar ecuación de ajuste del gráfico y establecer su pendiente, que en este caso se denomina exponente de Hurst (H) y que también sirve para calcular la dimensión fractal D.

Este valor de H satisface la ecuación $log\left(\left(\frac{R}{S}\right)N\right) = Hlog(N) + \log(c)$, donde c es una constrante. Años más tarde Benoit Maldelbrot dedujo que la dimensión fractal está directamente relacionada con el exponente de Hurst para un conjunto de datos estadísticamente auto-similares, si 0 < H < 0,5 el exponente de Hurst tiene una dimensión fractal alta es decir existirá para una serie de tiempo con comportamiento antipersistente. Un mayor exponente de Hurst 0,5 < H < 1 tiene una dimensión fractal más baja y un comportamiento persistente (Mandelbrot, 2010) (Peters, 1991) (Mandelbrot 1997).

Según la mecánica estadística, si H es igual a 0.5, la serie presenta un recorrido aleatorio (Peters, 1991). La siguiente definición nos garantiza el cálculo de la dimensión fractal utilizando un método conocido como Box Counting, la cual revela una correspondencia entre el número de cajas necesarias para cubrir un objeto y la longitud del lado de las cajas. Seguidamente enunciamos un teorema que permite comparar la dimensión fractal con el coeficiente de Hurst (H).

Definición 1. Sea F un subconjunto de R^n acotado no vacío y sea N_δ (F) el menor número de conjuntos de diámetro a lo más δ los cuales cubren a F. La dimensión superior e inferior box counting de F respectivamente se definen como en (Barnsley, 2012), (Falconer, 2006), (Mandelbrot, 2010), (Rubiano, 2009).

$$\overline{dim_{\mathrm{B}}\mathrm{F}} = \overline{lim_{\delta\to 0}}\frac{Ln(N_\delta(\mathrm{F}))}{-Ln(\delta)} \quad \text{y} \quad \underline{dim_{\mathrm{B}}\mathrm{F}} = \underline{lim_{\delta\to 0}}\frac{Ln(N_\delta(\mathrm{F}))}{-Ln(\delta)} \qquad (1)$$

Si estas dimensiones son iguales entonces nos referiremos al valor común como el valor de dimensión box counting o dimensión por caja de F como:

$$dim_{\mathrm{B}}\mathrm{F} = lim_{\delta\to 0}\frac{Ln(N_\delta(\mathrm{F}))}{-Ln(\delta)} \qquad (2)$$

Teorema 1 (Falconer, 2006). Con probabilidad igual a uno, la gráfica de un índice alfa de función Browniana simple X: [0,1] → R tiene dimensión box counting dos menos alfa.

El teorema anterior nos evidencia que existe una relación entre la dimensión fractal box counting (D) junto con el coeficiente de Hurst (H) y que dicha relación es D=2-H. Según (Díaz, 2008) Peters menciona que Mandelbrot demostró que el inverso de H es la dimensión fractal, por lo que una serie verdaderamente aleatoria sería bidimensional y llenaría un plano, o si H es mayor a 0.5 las dimensiones fractales oscilarán entre 1 y 2.

Metodología

Respecto al análisis cuantitativo de la serie de tiempo, con datos mensuales desde el día 21 del mes de Abril de 2014 hasta el día 19 del mes de Abril de 2017, del índice TRM (gráfico 1) y del Petróleo WTI (gráfico 2) obtenido del Banco de La República, es necesario realizar los test de normalidad y de no linealidad.

Figura 1. Gráfico del índice TRM de abril de 2014 a abril de 2017

Elaboración propia

Durante el periodo observado, se observa una marcada tendencia al alza en los precios de la TRM, alcanzado su mínimo precio el 25 de Julio de 2014 y el máximo precio, el 12 de febrero de 2016.

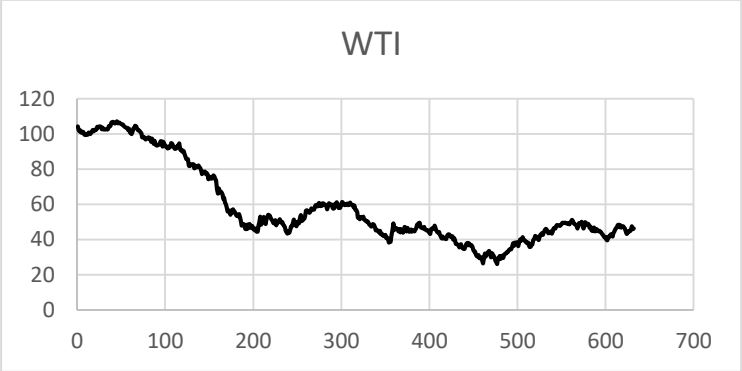


Figura 2. Gráfico del índice Petróleo WTI de abril de 2014 a abril de 2017

Elaboración propia

En cuanto al precio WTI del petróleo, el precio mínimo se dio un día antes que la TRM experimentara su máximo, es decir, 11 de febrero de 2014, a su vez, el precio máximo del petróleo WTI, se dio el 21 de abril del 2014

La prueba de normalidad de Jarque-Bera (JB) (Gujarati y Porter, 2010) es una prueba asintótica, o de muestras grandes. También se basa en los residuos de MCO. Esta prueba calcula primero la asimetría y la curtósis de los residuos de MCO, con el siguiente estadístico de prueba:

$$JB = n * \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24}\right]$$

Donde n representa el tamaño de la muestra, S es el coeficiente de asimetría y K es el coeficiente de curtósis.

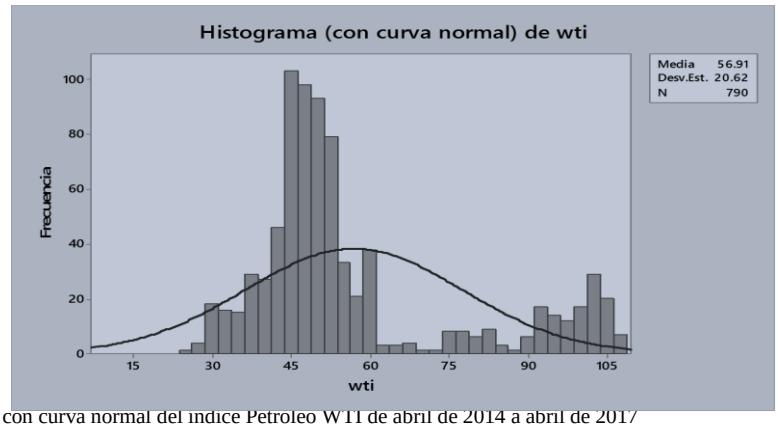


Figura 3. Histograma con curva normal del índice Petróleo WTI de abril de 2014 a abril de 2017

Elaboración propia

El histograma de normalidad, nos muestra que los datos tienen una media diferente a 0 y una desviación estándar diferente a 1.

En los datos presentados en la Tabla 1, se observa una asimetría positiva en el precio WTI del petróleo en el periodo observado, es decir, la mayoría de día, dicho precio, superó el promedio, mientras tanto, el precio de la TRM, presenta una asimetría negativa, indicando que el precio de dicha variable en la mayoría de días, estuvo por debajo del promedio del periodo observado. El valor de la prueba JARQUE – BERA, que nos indica que los residuos del modelo, tienen media diferente de 0 y desviación estándar diferente de 1.

TABLA 1. Prueba de Normalidad Jarque-Bera

ITEMS	WTI	TRM
Q DATOS	790	790
ASIMETRIA	1.25	-0.59
CURTOSIS	0.35	-0.91
JARQUE-BERA	436.886458	549.066458

Fuente: Elaboración propia de autores.

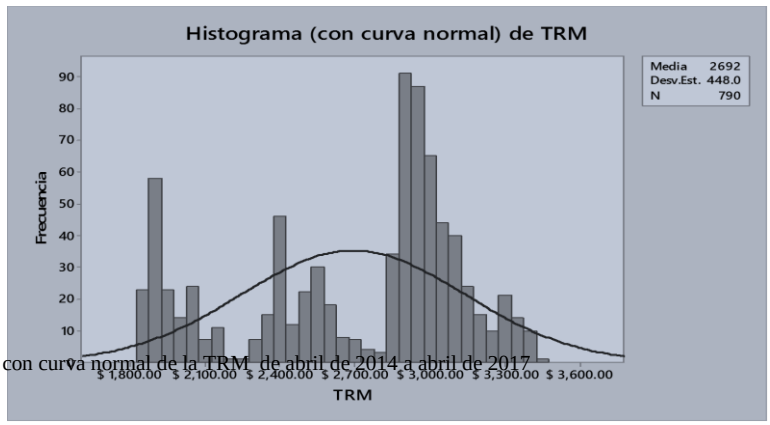


Figura 4. Histograma con curva normal de la TRM de abril de 2014 a abril de 2017

Elaboración propia

Para una variable normalmente distribuida, S = 0 y K = 3. Por tanto, la prueba de normalidad JB constituye una prueba de la hipótesis conjunta de que S y K son 0 y 3, respectivamente. En este caso, se espera que el valor del estadístico JB sea igual a cero. Si estadístico de prueba JB > 6, se rechaza, es decir, se rechaza que la Media es cero y la Varianza es uno, lo que quiere decir que la serie de tiempo no presenta normalidad alguna.

A continuación, se muestran los resultados de la aplicación de la prueba JARQUE – BERA, a las variables WTI y TRM.

Se plantean las siguientes hipótesis:

Ho: Media = 0; Varianza = 1, es decir la distribución es normal.

H1: Media ≠ 0; Varianza ≠ 1, es decir la distribución es no normal.

Estadística de Prueba JB = 436.88 WTI y 549.06 TRM. Quiere decir que la serie de tiempo de los índices analizados, no es una distribución normal.

La cantidad de datos suministrados fue de 798 y cómo se mencionó anteriormente, el índice TRM presentó valor mínimo de 1846,12 registrado el día 25 del mes de julio de 2014 y presentó valor máximo de 3434,89 el día 12 del mes de febrero de 2016, de igual manera con esta misma cantidad de datos el Petróleo WTI presentó valor mínimo de 26,21 registrado el 11 de febrero de 2016 y presentó un valor máximo de 107,26 registrado el día 20 de junio de 2014.

Dados los 790 datos, se realiza una partición de cinco grupos. El primer grupo con los 158 datos iniciales (de 21 de abril de 2014 a 26 de noviembre de 2014). El valor promedio para el índice TRM para esta serie fue de 1952,63981 con desviación estándar de 86,7211906 y rango reescalonado de 5789,70063 para estos datos.

Los resultados obtenidos con esta subserie son:

Tabla 2. Datos primer grupo (abril 2014 a noviembre 2014)

Desv stand	Número datos	Rango reesc	Máx	Mín	promedio
86,7211906	158	5789,70063	7,8216E-11	-5789,7006	1952,63981

Datos de la desviación estándar, número de datos y rango reescalonado.

El valor promedio para el índice Petróleo WTI para esta serie fue de 94,9364557 con desviación estándar de 9,58847763 y rango reescalonado de 622,751899 para estos datos.

Los resultados obtenidos con esta subserie son:

Tabla 2. Datos primer grupo (abril 2014 a noviembre 2014)

Desv stand	Número datos	Rango reesc	Máx	Mín	promedio
9,58847763	158	622,751899	622,751899	-2,006E-12	94,9364557

Datos de la desviación estándar, número de datos y rango reescalonado.

De igual manera, se realizó el análisis a los otros cuatro grupos de datos de la serie de tiempo. El segundo grupo está conformado por 316 datos tomados del día 21 de abril de 2014 al día 1 de julio de 2015.

El grupo 3, está conformado por 474 datos tomados del 21 de abril de 2014 al 8 de febrero de 2016.

El grupo 4, está conformado por 632 datos comprendidos entre el día 21 de abril de 2014 y el día 12 de septiembre de 2016.

El último grupo, grupo 5, está conformado por los 790 datos comprendidos entre el día 21 de abril de 2014 y el día 19 de abril de 2017.

Después de realizar este primer análisis para cada uno de los cinco grupos, se realiza una nueva tabla que relacione la cantidad de datos, junto con la desviación estándar y el rango reescalonado.

Tabla 3. Datos relacionados según el rango y desviación estándar para índice TRM.

Número N	Rango R	Desv Stand
158	622,751899	9,58847763
316	3204,70165	21,803501
474	4940,95924	23,7970097
632	5818,75122	22,7014678
790	6100,94291	20,6208233

Datos de la serie de tiempo de cada uno de los cinco grupos.

De igual manera se calculó los datos de la Tabla 3, para la serie de tiempo de los incrementos del índice Petróleo WTI.

Tabla 4. Datos relacionados según el rango y desviación estándar.

Número N	Rango R	Desv Stand
158	5789,70063	86,7211906
316	40142,2758	270,865662
474	92168,6079	469,876429
632	132579,985	476,84852
790	153793,966	447,987257

Datos de la serie de tiempo de incrementos de los cinco grupos.

Resultados

Con los datos obtenidos del rango reescalonado y la desviación estándar (ver tabla 3 y tabla 4), se realiza el proceso de encontrar las tendencias de los datos de la serie de índice TRM y el índice Petróleo WTI desde el día 21 de abril de 2014 al día 19 de abril de 2017. En la siguiente tabla se relacionan las tendencias de fluctuación.

Tabla 5. Relación de tendencias del índice de TRM.

Ln(N)	Ln(R/S)
5,06259503	4,2011376
5,75574221	4,99856233
6,16120732	5,27890513
6,44888939	5,62774253
6,67203295	5,83860431

Cálculo del logaritmo natural del número de datos y del logaritmo

Natural del cociente entre el rango reescalonado y la desviación estándar.

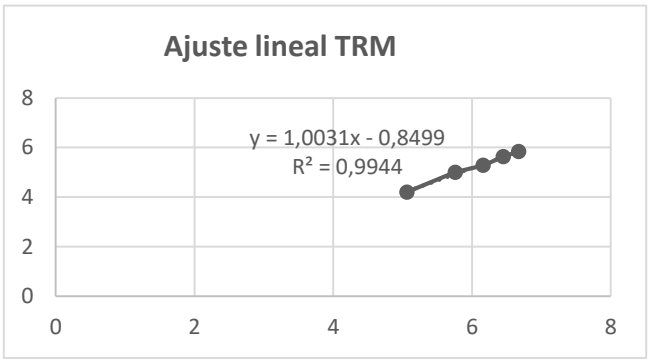


Figura 5. Gráfico de ajuste lineal. Línea de tendencia.

Elaboración propia

Se observa que la pendiente del ajuste lineal del modelo es = 1,0031, es decir > 0.5, lo que indica que la serie asociada (TRM) a este fenómeno, presenta un comportamiento persistente, es decir, la serie de tiempo tiene memoria a largo plazo,

Tabla 6. Relación de tendencias del índice de Petróleo WTI.

Ln(N)	Ln(R/S)
5,06259503	4,17358607
5,75574221	4,99030372
6,16120732	5,33575484
6,44888939	5,54641137
6,67203295	5,68989721

Cálculo del logaritmo natural del número de datos y del logaritmo

Natural del cociente entre el rango reescalonado y la desviación estándar.

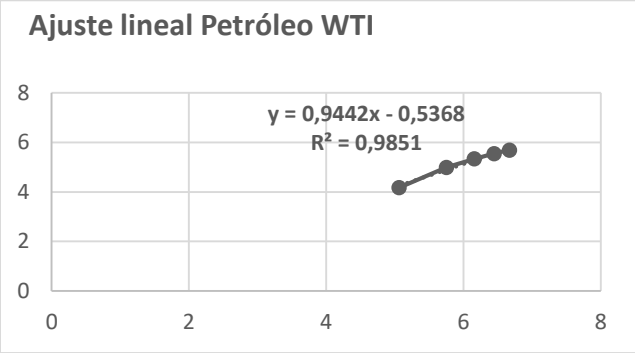


Figura 6. Gráfico de ajuste lineal. Línea de tendencia.

Elaboración propia

Se observa que la pendiente del ajuste lineal del modelo, es = 0,9442, al igual que la serie anterior, el coeficiente > 0.5, lo que indica que la serie asociada (WTI) a este fenómeno, presenta un comportamiento persistente, la serie de tiempo tiene memoria a largo plazo,

Según los datos analizados con el método de Hurst, se halló el coeficiente H tanto para el índice TRM como para el índice de Petróleo WTI.

Tabla 7. Resultados TRM

TRM		
Hurst	Df	vol
1,0031	0,9969	49,85%

Tabla 8. Resultados Petróleo WTI

Petróleo WTI		
Hurst	Df	vol
0,9442	1,0558	52,79%

Conclusiones

Con los datos analizados en las series de tiempo del índice TRM y el índice Petróleo WTI, se observó que dichas series no presentaban homogeneidad ni linealidad, utilizando la prueba de normalidad de Jarque-Bera (JB) (Gujarati y Porter, 2010).

Mediante el método de reescalamiento se calculó el coeficiente de Hurst (H), la volatilidad, persistencia y riesgo en la serie de tiempo financiera de los índices TRM y Petróleo WTI. Para la serie de tiempo del índice TRM con el método de reescalamiento se encontró que H=1.0031 y por tanto el valor teórico de la dimensión fractal es D=0.9969 cuya volatilidad es del 49,85%, y para el índice Petróleo WTI con el método de reescalamiento se encontró que H=0.9442 y por tanto el valor teórico de la dimensión fractal es D=1.0558 cuya volatilidad es del 52,79%

Respecto al análisis de la serie respecto a su fluctuación, esta serie es persistente debido a que H>0.5, de lo cual podremos concluir que la serie tiene memoria y comportamientos similares en el futuro que se representa con un ruido negro, y que esta serie podría tener la misma tendencia en el futuro.

Tabla 9. Relaciones entre el coeficiente H, la dimensión fractal D, la volatilidad, el ruido el riesgo en las series de tiempo analizadas.

índice	H	D	Volatilidad	Ruido	Riesgo
TRM	1.0031	0.9969	49,85%	Negro	Medio
WTI	0.9442	1.0558	52,79%	Negro	Medio

Elaboración propia

Habiendo analizado las probabilidades de un descenso en los precios del petróleo que son de gran importancia unido a la variabilidad de la TRM y sus momentos de correlación, unido al impacto de otras variables macroeconómicas, políticas y sociales que generan niveles altos de

vulnerabilidad de nuestro país ante este fenómeno, este artículo evalúa los efectos y presenta algunas recomendaciones a tener en cuenta.

En el resumen Ejecutivo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo "Colombia frente a una destorcida en los precios del petróleo" (2014), Cada vez son más los analistas que plantean que para el año 2020, salvo una fuerte agitación geopolítica en los países productores, los niveles por encima de los 100 dólares por barril de petróleo son virtualmente inalcanzables, sugiriendo un fuerte sesgo a la baja. Esta expectativa de menores precios del crudo se explica por tres fenómenos: i) la perspectiva de crecimiento de la producción de hidrocarburos no convencionales y fuentes alternativas de energía, ii) el mayor potencial de obtención de petróleo en pozos ya existentes gracias a nuevas tecnologías de extracción, y iii) la debilidad de los fundamentales para explicar los altos precios actuales del crudo.

Al finalizar este documento, no es más que un signo de alerta en el manejo de nuestra economía en Colombia sabiendo de la vulnerabilidad externa del país; insistir para que se adopten medidas que prevengan el impacto de este escenario sobre el crecimiento social, económico y político en general, visto desde la academia y permitiendo a los estudiantes aplicar de una manera práctica los métodos cuantitativos y cualitativos en al análisis de variables micro y macroeconómicas que les permita aportar desde el conocimiento generando cambios favorables y siendo partícipes del desarrollo de nuestro país.

Referencias Bibliográficas

Barnsley, Michael, Fractals everywhere. Dover publication. New York. 2012.

Díaz Mata, Alfredo., "Algunas consideraciones sobre el uso de técnicas fractales en el análisis del mercado accionario burstátil mexicano". Contaduría y Administración, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, núm. 224, enero-abril, México, 2008.

Falconer, Kenneth, Fractal Geometry, Mathematical foundation and applications. 2nd ed.Willey Publication. England. 2006.

Falconer, Kenneth, Fractal Geometry, Mathematical foundation and applications. 2nd ed.Willey Publication. England. 2006.

Gujarati, D y Porter D. Econometría 5ta Edición. México DF, México: McGraw Hill.

Hurst, Harlod., Long-terms Storage of Reservoirs, Transactions of the American Society of Civil Engineers 116. 1951.

Mandelbrot, Benoit., Los objetos fractales, forma, azar y dimensión. 6th ed. Metatemas. España. 2006.

Mandelbrot, Benoit, La geometría fractal de la naturaleza. Metatemas. 2nd ed. España. 2009.

Mandelbrot, Benoit, Fractals and Scalind in Finance, Springer, EUA, 1997.

Mandelbrot, B y Hudson, R., Fractales y finanzas, una aproximación matemática a los mercados: arriesgar, perder y ganar. Metatemas. España. 2010.

Peters, Edgar. Chaos and Order in the Capital Markets, John Wiley & Sons, Inc. EUA, 1991.

Peters, Edgar, Fractal Market Analysis, John Wiley & Sons, Inc. EUA, 1994.

Pitareque, Javier., Cálculo Del Exponente De Hurst Mediante La Metodología Wavelets Para La Validación De La Regla De La Raíz Del Tiempo Y Su Aplicación Al Riesgo De Mercado. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. 2013

Rodríguez, Edgar., "Hidrología de Hurst y Box counting para el análisis de persistencia, volatilidad y riesgo en dos series de tiempo colombianas". Cuadernos latinoamericanos de administración (3): 41-50. 2012.

Rubiano, Gustavo., Iteración y fractales, con mathematica. Universidad Nacional, Colombia. 2009.

ANÁLISIS DE SUSTENTABILIDAD DE LAS PYMES DE CONFECCIONES CON POTENCIAL EXPORTADOR DE LA ZONA 8 DEL ECUADOR

Anzules Peñafiel Tania Gabriela[62], Victor Hugo Briones Kusactay[63], Merchan Galarza Diana Maria[64]

INTRODUCCIÓN

Las pymes aportan al desarrollo económico del país, por ende se debe realizar un análisis para corregir las debilidades para que logren exportar sus productos derivados del sector textiles y confecciones ya que Ecuador cuenta con materia prima de calidad. No obstante, cumplir con todas las exigencias del mercado internacional con respecto a los términos de sustentabilidad y así mismo la normativa internacional de Responsabilidad Social Empresarial como lo es la ISO 9001.

Las PYMES de confecciones tienen un papel importante en la economía nacional del país este sector ha evolucionado con el trascurso del tiempo aportando de manera significativa en la balanza comercial con las exportaciones y cada vez es más notorio el crecimiento de estas en el mercado generando plazas de empleos. Orientándonos a las actividades de confecciones se encuentra la manipulación de tejidos o telas de origen vegetal como, algodón, lino, yute etc. y animal tenemos lana, alpaca, seda etc. y entre otras como el manejo de fibras artificiales todas estas obtenidas de la industria textil.

De acuerdo a los datos estadísticos de PRO ECUADOR el sector de textiles y confecciones en el año 2016 registro un FOB de 99 millones USD y con un total de 24 (miles) de tonelada de productos derivados del sector analizada; además en cuanto a las importaciones registradas por el Banco Central de materia prima para el sector fue 5.687.699,7 millones USD en el año 2016.

[62] gabyanzules19@gmail.com

[63] victor.brionesk@ug.edu.ec

[64] diana.merchang@ug.edu.ec

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la sustentabilidad

El término sustentabilidad vino del Informe Brundtland presentado en 1897 por Comisión del Medio Ambiente y Desarrollo para Organización de Naciones Unidas (ONU) llamado "Nuestro Futuro Común" en el cual la sustentabilidad se basa en satisfacer las necesidades de las personas siempre y cuando no se comprometa a las futuras generaciones para que ellos puedan atender sus propias necesidades.

> Realmente lo que se busca a partir de la sustentabilidad es dar pasos agigantados con un vínculo distinto entre la economía, el ambiente y la sociedad. No persigue obstaculizar el avance ni retornar a períodos prehistóricos. Por el contrario se busca esencialmente impulsar un progreso pero desde un orientación disímil y más y más extensa, y ahí es donde habita el indudable combate (Calvente Arturo, 2007, pág. 3).

Sim embargo existe autores que dan enfoques diferentes a los términos sustentabilidad ya que el mismo nació hace treinta años en un documento respaldado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Vargas Valencia (2010) profesor del Instituto de Ecología de la UNAM considera que las sostenibilidad y la sustentabilidad son conceptos que se pueden aplicar por igual.

Sostenibilidad nace del verbo "sostener"que significa conservar, mantener, defender, sujetar, conservar, apoyar, proteger, sustentar. Sustentabilidad se origina del verbo sustentar resultando sustentar, amparar en buen estado, atender, conservar, apoyar, mantener.El significado de este término es análogo al inicial (sostener) puesto que en realidad germina a partir de una de sus formas (sustentar) (pág. 7).

La sustentabilidad en las empresas gira entornos a tres direcciones la ambiental , economica y social lo cual genera en ellas compromiso, innovacion, competitividad e intenacionalización .Estas son capaces de preocuparse por el bienestar de sus involucrados o llamados stakeholdes.

Alta Dirección Empresarial y de Negocios menciona la importancia de la sustentabilidad en las pymes "una empresa es sustentable, cuando toma en cuenta de manera coordinada y consistente los impactos en los planos económico, social y ambiental, no solo en sus actividades productivas, también en la definición de sus políticas, acciones y proyectos" (Ovadia & Beatriz, 2010). Esto significa que aquellas empresas que consideren aumentar sus ingresos teniendo en cuenta el medio ambiente , la comunidad y la calidad de sus productos pues asegura el éxito de la misma a traves del tiempo.

Tabla 1

Factores involucrados

Económico	Aumento de la productividad Incremento del beneficio Retorno de la inversión
Social	Salud Educación Igualdad de oportunidades
Ambiental	Recursos naturales Impacto al medio ambiente Emisión de gases

Fuente: (García, 2015)
Elaborado por: Gabriela Anzules P.

La RSE y la sustentabilidad

Los conceptos de RSE y sustentabilidad han tenido hoy en día gran repercusión considerandos a tal punto significancia igual; claro está que para algunos autores ambos términos son iguales pero hay otros quienes discrepan y llegan a la conclusión de que es aplicado al tema ambiental.

> Sustentabilidad no es lo igual que responsabilidad social empresarial, no obstante se consigue restringir a la obtención de un armonía tolerable entre equilibrio económico, social y ambiental. No obstante la RSE se fundamenta en seguir operando como hasta en este momento, colocando pequeños cataplasmas a los dificultades que van manando y se encamina regularmente como un plan secundario, autónomo de los movimientos importantes de la compañía (Sanchez, 2014, pág. 13).

Según De la Cuesta y Valor (2010) mencionan a la Responsabilidad Social Empresarial como la integración y el vínculo de las operaciones por parte de las empresas con el medio ambiente dando paso a la implementación de programas empresariales que mejoren la relación en beneficio de ambas partes (pág. 7).

En cuanto al desarrollo sustentable de las pymes (Pequeña y Media Empresa) de confecciones en la zona propuesta, los organimos, entidades u otras deberian ayudar mas de cerca el desenvolvimiento de las pymes. (Rodriguez & Govea, 2006) indica que America Latina ha sido inspiradora de diversos metarrelatos constituyendo el desarrollo sustenteable uno de los temas que ha dado lugar y sigue dando lugar a una serie de confrotaciones de todo tipo en los ultimos sesenta años. Por lo tanto hoy en dia la sustentabilidad empresarial es un tema importante para el desarrollo economico tanto de la organización como del pais, en lo que conlleva a buscar estrategia y modelos favorables para las pymes de la zona 8 del Ecuador

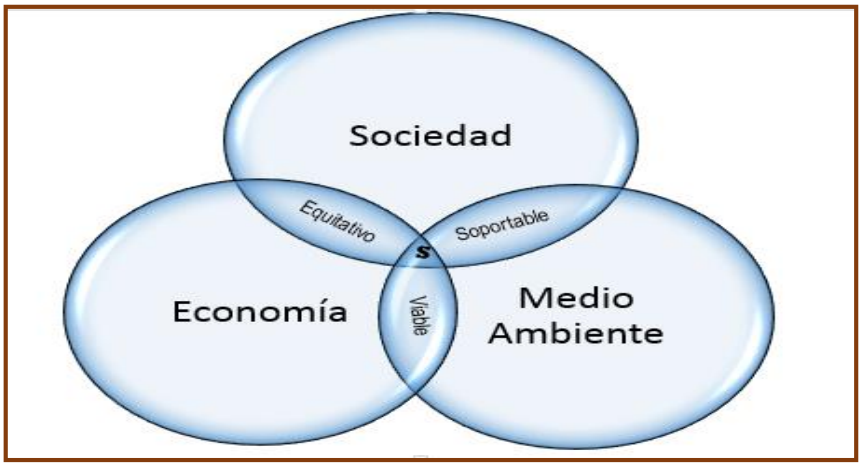
Componentes de la Sustentabilidad

Para que las empresas sean realmente sustentables deben cumplir con tres componentes económico, social y ambiental los mismos que hacen que estas sean competitivas y

rentables, aunque hablar de sustentabilidad es un gran desafío. Existen tres palabras con las cuales se pueden asociar los componentes de la sustentabilidad: profit (producto)-**económico**, people (personas)-**social**, planet (planeta)-**ambiental**.

Figura 1

Factores de la sustentabilidad



Fuente: (García Jesús, 2014)
Elaborado por: las autoras

Factor social:

Dentro de este factor encontramos importantes aspectos como la igualdad distributiva de los recursos, el constante mejoramiento de los servicios sociales la igualdad de sexos entre otros. Luis y Consuelo (2013) creen que el factor social "se establece la necesidad de generar un desarrollo del capital y talento humano (…) .Establecen que por intermedio su inversión en el perfeccionamiento de sus situaciones de vida, los métodos de carrera y la aprendizaje constante se establecerá un balance" (pág. 5).

Factor económico:

Este factor garantiza la rentabilidad y productividad en las empresas, cuando las mismas realizan inversiones en establecer programas de buenas prácticas están logrando que dicha inversión a largo plazo fomente el desarrollo y/o crecimiento económico del negocio.

Factor ambiental:

Estos factores tienen una gran importancia para lograr negocios competitivos y sustentables promoviendo la capacidad de satisfacer la demanda y necesidades actuales y futuras del mercado. El aspecto ambiental, mismo que está caracterizado por la búsqueda por la reducción de las materias primas y la eficiencia en el uso de los recursos de la empresa tanto económicos como materiales (Portales & García, 2013).

METODOLOGÍA DE ESTUDIO

La metodología aplicar en el proyecto serán las técnicas de investigación como mecanismos para definir la sustentabilidad en las pymes de confecciones, así mismo se utilizará los métodos descriptivo, cuantitativo y exploratorio se utilizaran formularios de encuestas bajo la escala de Likert y entrevistas estructuradas a los sectores involucrados

de confecciones, pymes, comercio, gobierno, universidades y otros de interés para correlacionar las respuestas y procesarlas bajo el programa estadístico SPSS.

Por lo tanto el presente trabajo investigativo utilizara la metodología descriptiva, ya que describe loo que se investiga y de acuerdo a Hernández, Fernandez & Baptista (2006) define que:

> Los estudios descriptivos buscar especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes al fenómeno a investigar (pág. 102).

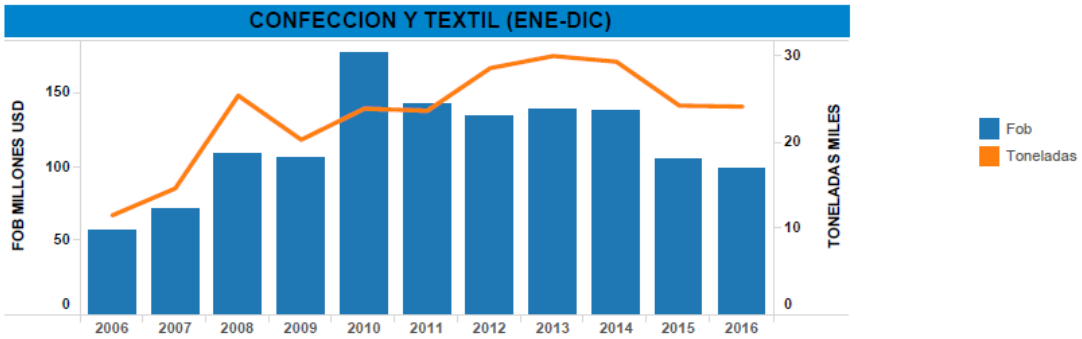
RESULTADOS

A continuación presentamos la evolución del sector textil y confecciones, según la balanza de pagos del 2017. Esta información refleja el impacto en el producto interno bruto del presente periodo.

En la figura 1 se puede observar la evolución de las exportaciones de textil y confecciones; y realizando un análisis de los 3 últimos años, en el año 2014 se obtuvo un FOB de 138 millones USD con un total de 29 (miles) toneladas de los productos de dicho sector, en cuanto al periodo 2015 existió un FOB 106 millones USD con 24 (miles) de tonelada de los diferentes ítems de textiles y confección, y para el año 2016 se registró un FOB de 99 millones USD con 24 (miles) de tonelada del sector analizado respectivamente.

Figura 2

Evolución de las exportaciones de textil y confecciones desde enero a diciembre



Fuente: Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (2017)

De acuerdo al respectivo análisis estadístico de la evolución del sector textil Entonces se puede visualizar que para el año 2014 al año 2015 hubo una variación de un FOB del 23.51%; con 17.33% en toneladas; y para el año 2015 al 2016 hubo variaciones en cuanto al FOB del 6.11% y en toneladas un 0.48%.

Importaciones del sector de textil y confecciones

A continuación se presentas las estadísticas de las importaciones por tipo de productos del sector textil registrados en el año 2015 y 2016. Cabe recalcar que son datos obtenidos por la AITE Asociación de Industrias textiles en el Ecuador.

Entonces la figura 3 se logra observar que el producto que más se adquirió en el año 2015 por la industria de textil y confecciones fue el tejido plano con un total de 21,256,668 de tonelada; y un FOB de 102,286,681 USD; y en CIF 105,612,328 USD. Seguido de materia prima con un total de 23,848,875 toneladas; con un FOB de 46,022,734.

Figura 3

Importaciones por tipo de producto año 2015

TIPO DE PRODUCTOS (Ámbito textil total)	IMPORTACIONES 2015		
	TON.	FOB.	CIF.
Alfombras, tapices	966,473	3.611,400	3.852,613
Hilado	12.374,391	31.620,242	33.279,600
Materia prima	23.848,875	46.022,734	48.538,686
Otros usos	4.925,734	23.256,973	24.193,078
Prenda de punto	2.439,765	63.873,196	65.998,272
Prenda, exc. de punto	3.439,096	90.076,843	93.586,302
Prenderia,trapos	33,473	18,249	24,575
Prod. Especial	14.535,927	78.709,340	82.909,828
Ropa Hogar	556,286	4.050,950	4.213,168
Tejido de punto	9.547,587	48.097,523	49.676,398
Tejido plano	21.256,668	102.286,681	105.612,328
Total general	93.924,275	491.624,131	511.884,848

Fuente: AITE-Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (2015)

En la figura 4 se puede observar las importaciones que realizo el sector de textil y confecciones en el año 2016 datos obtenidos de la AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador). Entonces realizando un breve análisis de los tipos de productos que fueron exportados por dicho sector; y el producto que fue más comprado fue la materia prima con un total de 26,970,596 toneladas, y un FOB de 41,969,066 USD; en cuento al CIF se registró un total de 44,069,974 USD.

Figura 4

Importaciones por tipo de producto año 2016

TIPO DE PRODUCTOS (Ámbito textil total)	IMPORTACIONES a Diciembre 2016		
	TON 2016	FOB 2016	CIF 2016
Materia prima	26.970,596	41.969,066	44.069,974
Tejido plano	24.539,790	103.764,743	107.082,928
Hilado	18.232,030	37.616,150	39.260,583
Prod. Especial	17.062,753	64.775,455	67.477,551
Tejido de punto	12.621,506	53.740,226	55.429,013
Otros usos	6.028,407	26.874,985	27.719,930
Prenda, exc. de punto	3.566,452	88.521,843	91.500,997
Prenda de punto	2.394,551	65.311,386	67.390,690
Alfombras, tapices	682,468	2.807,679	2.997,063
Ropa Hogar	481,621	4.793,223	4.935,261
Prenderia,trapos	0,703	7,376	7,840
Total general	**112.580,877**	**490.182,133**	**507.871,830**

Fuente: AITE-Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (2017)

Análisis FODA de las Pymes en el sector de confecciones

Según Strickland considera que la matriz FODA permite reconocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa o individuo, el mismo que lo define como un balance estratégico que ayudará a la empresas a permanecer y alcanzar su desarrollo en corto plazo combatiendo y mejorando cada uno de los aspectos que la componen ejecutando estrategias adecuadas (Valda, 2015).

Tabla 2

Análisis FODA del sector Pymes de confecciones

Fortalezas	Debilidades
1.- El sector de confecciones se caracteriza por la diversidad de diseños y estilos que lo convierten en un mercado competitivo y rentable.	**1.-** Falta de implementación de la certificación ISO 9001 y estándares de calidad en sus productos
2.- Las Pymes de confecciones brindan oportunidades de emprendimiento generando fuentes de empleo.	**2.-** Falta de mano de obra capacitada y especializada para incrementar la producción.
3.- Valor agregado en las confecciones que diferencian y posesionan al sector como uno de los más importantes en la economía del país.	**3.-** Poco abastecimiento de materiales e insumos nacionales por ejemplo la producción del algodón abastece en un 3% a las necesidades del sector.
4.- La existencia de instituciones que respaldan y representan al sector de confecciones como ACONTEX (Asociación de Confecciones y Textiles).	**4.-** El sector de confecciones cuenta con maquinarias no modernas y la producción se lo realiza mediante pedidos lo que restringe sector y lo vuelve artesanal, por lo general es limitado el volumen de producción.
Oportunidades	**Amenazas**
1.- El incremento de la demanda de consumo de confecciones en Estados Unidos constituye un intensivo para aumentar la producción.	**1.-** La introducción de productos extranjeros dañan al sector de confecciones afectado la producción y economía local y nacional de las pymes posesionadas.
2.- La disminución del IVA al 12% y la adopción de políticas para proteger la producción nacional frente a las importaciones por parte del estado.	**2.-** La inexistencia de acuerdos comerciales con clientes como Estados Unidos que el mayor importador de confecciones ecuatorianas.
3.- Programas impulsados el MIPRO y Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social con los proyectos “Hilando el Desarrollo” y la certificación “¡Mucho mejor si es hecho es Ecuador!”.	**3.-** El incremento de contrabando, la competencia desleal o el conocido dumping y la falta de políticas direccionadas a este sector.

4.- El acuerdo comercial con la Unión Europea hace que los productos confeccionados entren a este mercado con la liberación del 0% de arancel.	**4.-** Fuerte competencia de las grandes empresas dedicadas a esta actividad con alto poder negociación teniendo ventaja frente a las pymes de confecciones.

Fuente: (Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, 2011)
Elaborado por: las Autora

CONCLUSIONES

En conclusión las sustentabilidad de las pymes de la zona 8 del Ecuador son capaz de exportar sus productos derivados del sector, ya que puede mejorar su capacidad competitiva y también pueden implementar programas de Responsabilidad Social Empresarial como es el buen uso de los insumos y el tratamiento de los desperdicios.

Esto ayuda a las organizaciones para que cumplan con toda la normativa internacional.

RECOMENDACIONES

Recomiendo que los organismo mejoren el control y registro de las pymes la zona 8 del Ecuador, y así mismo como las asociaciones de dicho sector implemente programas para la motivación de las pequeñas y medianas empresas o también a través de talleres o capacitaciones que ayuden al desarrollo de las mismas y de esta manera las industria de textil y confecciones en el país aporte al cambio de la matriz productiva por ende se genera más economía para Ecuador

Referencias

Calvente Arturo. (07 de 2007). *El concepto moderno de Sustentabilidad.* Obtenido de http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar/pdf/sde/uais-sds-100-002%20-%20sustentabilidad.pdf

Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, P. y. (2011). *Boletin Mensual de analisis sectorial de MIPYMES* . Obtenido de https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf

Cuesta, V. (2010). Responsabilidad social de la empresa: concepto ; medición y desarrollo en España. *Boletin ICE Económico: Información Comercial Española*, 7-19. Obtenido de http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloId=222958

de Miguel Corrales, L. (2011). *La responsabilidad social en la pequeña y mediana empresa.* Obtenido de http://www.foroempresarias.com/userfiles/archivos/Documentaci%C3%B3n/Gu%C3%ADa%20RSE%20PYME%20DEFINITIVA.pdf

Devoto, L. (2016). La sustentabilidad en las pymes ¿es posible? *Cuadernos del centro de estudio en diseño y comunicación*, 105.

Espinoza, M. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro , pequeñas y medianas empresas del Ecuador. *Revista Latinoamaerica de Investigación en organizaciones ,ambientes y sociedad*, 3.

García Jesús. (05 de 06 de 2014). *Componentes del desarrollo sustentable*. Obtenido de https://desarrollosustentableuaehiceamkt07030114.wordpress.com/

García, M. (2015). *La cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line* . Obtenido de http://www.accid.org/revista/documents/LA_CUENTA_DEL_TRIPLE_RESULTADO.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodologia de la Investigación.* Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Irma, L., Diana, L., & Paulina, D. l. (24 de 04 de 2015). *Prácticas sustentables en las mipymes de la zona metropolitanadeGuadalajara en relación alcuidado delmedio ambiente.* Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Irma_Livier_De_Regil_Sanchez/publication/280577965_Practicas_sustentables_en_las_mipymes_de_la_zona_metropolitana_de_Guadalajara_en_relacion_al_cuidado_del_medio_ambiente/links/55bba70a08aec0e5f4419026.pdf

Kuhlman, T., & Farrington, J. ,. (2010). *What is sustainability?* Obtenido de file:///C:/Users/Gabriela/Downloads/sustainability-02-03436%20(1).pdf

Ovadia, J., & Beatriz, C. (2010). *Empresas Sustentables*. Obtenido de http://altadireccioncabrerae.bligoo.com/empresas-sustentables#.WREO-9y1vIU

Portales, L., & García, C. (10 de 2013). *La sustentabilidad empresarial en las pymes veracruzanas , una aproximación desde su competitividad.* Obtenido de http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.21.pdf

Rodriguez, I., & Govea, H. (2006). El Discurso del Desarrollo Sustentable en America Latina. *Revista Venezolana de Economia y Ciencia Sociales*, 37-63.

Sanchéz Nathalia. (2015). *La sostenibilidad en el sector empresarial.* Obtenido de http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf?sequence=1

Sanchez, N. (2014). *Sostenibilidad en el sector empresarial.* Obtenido de http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf?sequence=1

Suárez, A. (2013). Sustentabilidad empresarial, seguridad energética y ética ambiental en Chile. *Acta Bioethica*, 192-208.

Valda, J. C. (2015). *Grandes Pymes* . Obtenido de http://www.grandespymes.com.ar/2012/10/11/analisis-f-o-d-a/

ESTUDIOS DE LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR DE BARRAS ENERGETICAS DE PRODUCCION ECUATORIANA, EN EL MERCADO DE LOS ANGELES (EEUU)

Genesis Janella Carranza Bazurto, Lolita Carolina Chamba Viscarra, Macias Nieves William Joel, Guaiña Atupaña Alexandra

INTRODUCCION

La demanda de alimentos inocuos y nutritivos es cada vez mayor en todo el mundo, y comer una dieta balanceada es la forma correcta para prevenir o corregir los problemas de salud, tales como la obesidad, la diabetes, la malnutrición, las enfermedades del corazón, y otros que se originan en gran parte en errores dietéticos. Las barras de cereales responden a ésta tendencia y se han extraído de la extrusión de la masa de cereal sabor dulce y agradable, con vitaminas, minerales, fibra, proteínas e hidratos de carbono. Las barras de cereales de varios componentes son las más nutritivas. Los ingredientes deben combinarse adecuadamente para garantizar que se complementan entre sí, en sabor, textura y propiedades físicas, sobre todo el equilibrio de la actividad del agua. La barra de cereal en éste proyecto es a base de granola producto de una pasta cocida con la adición de pulpa de frutilla. Las ventajas de las barras son múltiples: pesan poco, caben en cualquier bolsillo, aguantan mejor el calor y el frío sin necesidad de aislante térmico, se deshacen en la boca casi sin esfuerzo y se digieren fácilmente. Los hidratos de carbono son el ingrediente principal de estos productos, en concreto en forma de glucosa y fructosa, lo que permite recargar rápidamente los depósitos de glucógeno. Además, contienen minerales y vitaminas esenciales para el organismo. Las vitaminas B1, B2 y B6, favorecen la asimilación de los hidratos de carbono para liberar energía; la vitamina C, además de su efecto antioxidante (evita la oxidación de los radicales libres), mejora la recuperación y la absorción de hierro (mineral indispensable para el transporte de oxígeno, desde los pulmones a todos los tejidos, sobre todo los músculos). Otros ingredientes de las barritas son las Frutas secas (almendras, maníes), Semillas (sésamo), Frutas deshidratadas (durazno, damasco, manzana, ciruela, pasas de uva), Frutos del bosque deshidratados (frutilla, frambuesa, cereza, mora), Cáscara de naranja, Soja, Chocolate negro o blanco, Coco rallado, Miel, Gelatina, Yogur. Leche, Salvado de trigo y avena.

MARCO TEORICO

BARRAS ENERGETICAS

Las barritas energéticas son un complemento calórico y nutricional para casos en los que haya que incrementar la energía o los nutrientes que aporta la dieta. Se trata de productos comercializados bajo diferentes marcas y que, en poco espacio y peso, aportan gran densidad de energía. El peso de cada unidad, envuelta individualmente, suele oscilar entre los 25 y los 70 gramos, y resultan muy fáciles de transportar, conservar y tomar, datos a tener en cuenta cuando se deben portar durante mucho rato. Por estos motivos, su uso se está generalizando en muchos terrenos como el deportivo.

Su textura y sabor son objeto de estudio y mejora constante, y esto hace que los tipos, marcas y ejemplares de barritas diferentes se hayan multiplicado en los últimos tiempos, y que sus composiciones y perfiles varíen con mucha rapidez. De ahí que su seguimiento sea complejo.

Es importante advertir que estos productos no están ideados como sustitutos de una dieta equilibrada, que es capaz de aportar los nutrientes que el organismo requiere por sí sola. Además, es relativamente fácil elaborar barritas energéticas caseras, utilizando ingredientes presentes habitualmente en nuestra cocina (WebConsultas, 2017)

DEMANDA

El mercado de las barras energéticas en Estados Unidos ha experimentado un fuerte crecimiento con niveles muy altos de actividad en nuevos productos en los últimos años. Esto se refleja en parte dada la imagen nutritiva y saludable que muestran estos productos pero también su papel como una opción conveniente de reemplazo de comida o un on-the-go snack. El desarrollo más notable en las barras energéticas es su paso de un producto dirigido para los atletas de resistencia y alto rendimiento, a un posicionamiento más amplio donde una serie de consumidores buscan su potencial en términos de beneficios tales como: la saciedad y el control de peso. El mercado de barras energéticas es un mercado existente que está creciendo de manera constante.

Como se observa en un análisis de International Markets Bureau sobre bocadillos, cereales y barras de nutrición, este mercado ha estado enfrentando un crecimiento anual de 4% desde 2013 y se espera que continúe creciendo hasta 2017 a este ritmo.

El tamaño del mercado proyectado para las barras de alimentos fue de 8.3 billones de dólares en los EE.UU. para 2016, teniendo un 6,6% de crecimiento desde el 2015. (MARKETS BUREAU, s.f.)

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Sectores económicos prósperos	En particular, tres sectores muestran los índices de crecimiento más agresivos: informática/matemática, comunidad/servicios sociales, y empleos de prácticas en salud. Se prevé que crezcan más del 20% en las próximas décadas.
Comportamiento del consumidor	La crisis mundial aumentó la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, llevando a muchos de ellos a cambiar sus marcas habituales por unas menos caras. Entre los consumidores jóvenes, el nuevo mantra es 'acceso no posesión'. Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra.
Perfil del consumidor y su poder adquisitivo	El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros.
Recurso al crédito por parte del consumidor	La utilización de créditos de consumo es muy alta
Asociaciones del Consumidor	Sindicato a consumidores

En los Ángeles (EEUU) existe un total poblacional de 321.418.8210 habitantes en donde se encuentran hombres y mujeres con una densidad de la población de 35 hab/km ^{2}, De acuerdo a la Oficina del Censo de Estados Unidos la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de del Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la

población, y los Nativos de Hawaii y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población. (U.S. Census Bureau, s.f.)

CONSUMO DE LOS HABITANTES DE LOS ANGELES

Estados Unidos es uno de los mayores consumidores de productos orgánicos, en donde 1 de 4 adultos elige tener una alimentación y estilo de vida en base a ellos. Estos factores, han motivado a las empresas alrededor del mundo a invertir en él, lanzando productos innovadores y creativos. Según el estudio realizado por el Organic Trade Association en el 2009, las ventas de este mercado fueron de $24803 en miles de millones de dólares, con un incremento del 5.1% en comparación al 2008, siendo inferior a periodos pasados debido a la crisis económica a nivel mundial. El segmento de alimentos artificiales durante el 2000-2008 tuvo un crecimiento promedio de 4 % mientras que los alimentos orgánicos del 19. 3%. (Organic Trade Association, 2017)

PANORAMA EN EL ECUADOR

Ecuador es un país que tiene los recursos necesarios e ingredientes idóneos para elaborar estos productos y marcar diferencia en el mercado estadounidense debido a la extensa variedad de ingredientes que se pueden incluir en estas barras y que el país norteamericano no posee. Actualmente, hay una interesante oportunidad para emprender en este sector para el mercado ecuatoriano de barras energéticas en lo respecta a exportaciones hacia los Estados Unidos.

Las barras energéticas son productos consumidos en todo Estados Unidos por el aporte energético que brindan: grasas, proteínas y carbohidratos. Originalmente estos productos estaban dirigidos a atletas como aporte de energía durante los eventos deportivos pero con el tiempo, las barras energéticas se están convirtiendo en un producto dirigido, no solo a gente buscando algún beneficio específico, como en el caso de los deportistas, sino a todo tipo de consumidor, pues las barras energéticas brindan una rápida solución para satisfacer la necesidad de comer y, al mismo tiempo, brindan beneficios saludables al consumidor. (PROECUADOR, 2017)

PRECIOS

Generalmente, cuando los consumidores de barras energéticas se acercan a un local a comprar estos productos, tienen algunas opciones para comprar el producto: caja con unidades específicas o varias unidades por separado. (PROECUADOR, 2017)

Los precios referenciales del mercado sobre las barras energéticas estas varían dependiendo de la cantidad de unidades que el consumidor compre.

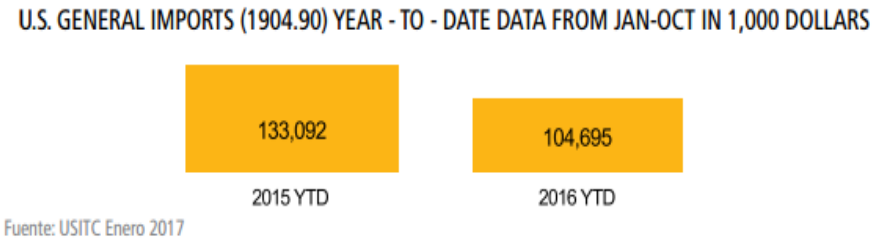
Caja	**Costo cada Barra**	**Incremento**
1/12unid	$1.50	$2.00
100 unid	$1.25	$1.75

DEMANDA

El mercado de las barras energéticas en Estados Unidos ha experimentado un fuerte crecimiento con niveles muy altos de actividad en nuevos productos en los últimos años. Esto se refleja en parte dada la imagen nutritiva y saludable que muestran estos productos pero también su papel como una opción conveniente de reemplazo de comida o un on-the-go snack. El desarrollo más notable en las barras energéticas es su paso de un producto dirigido para los atletas de resistencia y alto rendimiento, a un posicionamiento más amplio donde una serie de consumidores buscan su potencial en términos de beneficios tales como: la saciedad y el control de peso. El mercado de barras energéticas es un mercado existente que está creciendo de manera constante. Como se observa en un análisis de International Markets Bureau sobre bocadillos, cereales y barras de nutrición, este mercado ha estado enfrentando un crecimiento anual de 4% desde 2013 y se espera que continúe creciendo hasta 2017 a este ritmo. Según Market Research, el tamaño del mercado proyectado para las barras de alimentos fue de 8.3 billones de dólares en los EE.UU. para 2016, teniendo un 6,6% de crecimiento desde el 2015. (PROECUADOR, 2017)

TENDENCIAS - IMPORTACIONES

Las barras energéticas hechas en EE.UU. dominan el mercado en general y tienden a liderar el desarrollo de productos, en un mercado relativamente complejo. Por esta razón y aunque se ve un incremento en el tamaño del mercado, las importaciones han experimentado una reducción de 21% del 2015 al 2016. El consumidor norteamericano, al preferir productos norteamericanos, impactan directamente en la cantidad de importaciones de barras energéticas, y en consecuencia países exportadores de estos productos se ven afectados.



CONSUMIDOR

Las tendencias dietéticas han tenido una gran influencia transformadora en la industria de las barras energéticas. Las marcas ahora están abasteciendo a una gama de las preferencias dietéticas. Los consumidores están en busca de atributos de salud y bienestar, así como atributos funcionales en la compra de barras. Sin gluten, veganos y no-GMO lideran las afirmaciones que son prominentes a nivel mundial, no obstante, otras afirmaciones como: libre de lactosa, dieta paleo están teniendo impacto.

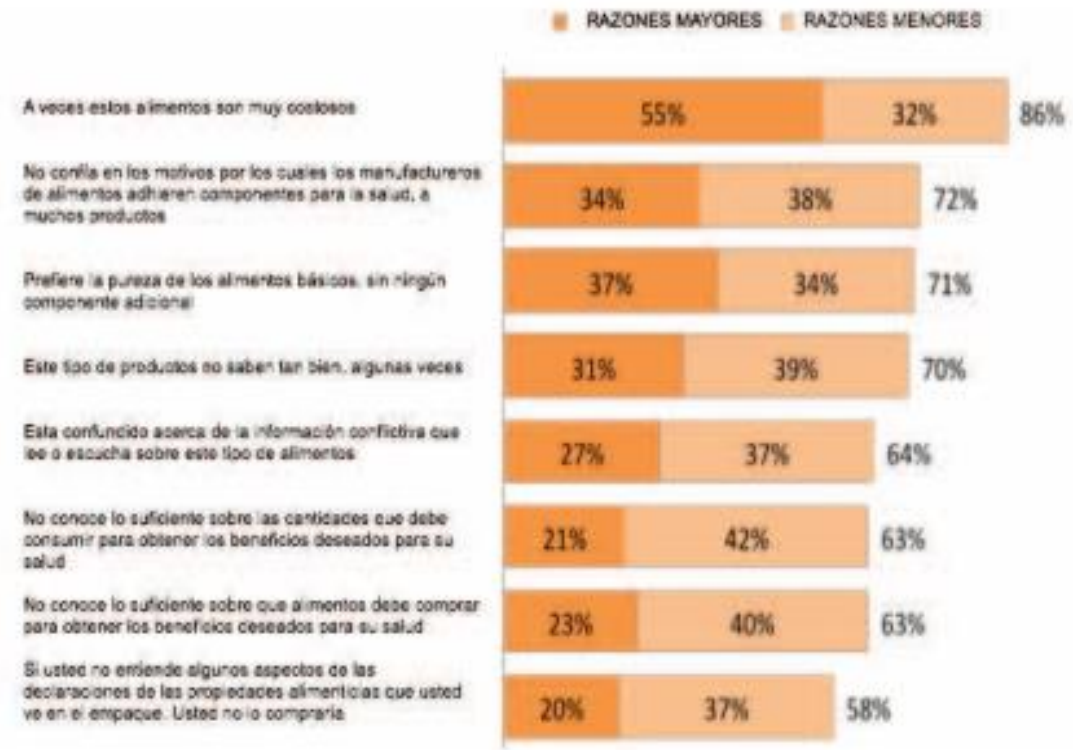
METODO DEL ESTUDIO

Descriptivo.- Este método es utilizado en este trabajo porque se pretende realizar un tipo de análisis de las barras energéticas del porque los norteamericanos la prefieren.

RESULTADOS

Todo alimento es esencialmente funcional de una u otra manera, siempre y cuando este provea de energía y nutrientes a su consumidor. Sin embargo, según la Academia de Nutrición y Dietética, existe evidencia creciente de que algunos componentes adheridos en ciertos alimentos, no considerados como nutritivos en la manera tradicional, pueden proveer beneficios positivos a la salud humana. Es así como todo alimento que contenga este tipo de beneficios, puede ser reconocido como "alimento funcional

Estas son las posibles Barreras sobre los alimentos funcionales de EEUU la cual dentro de estas se encuentra las Barras energéticas Ecuatorianas ya que contiene nutritivos y proteínas. (PROECUADOR, 2014)



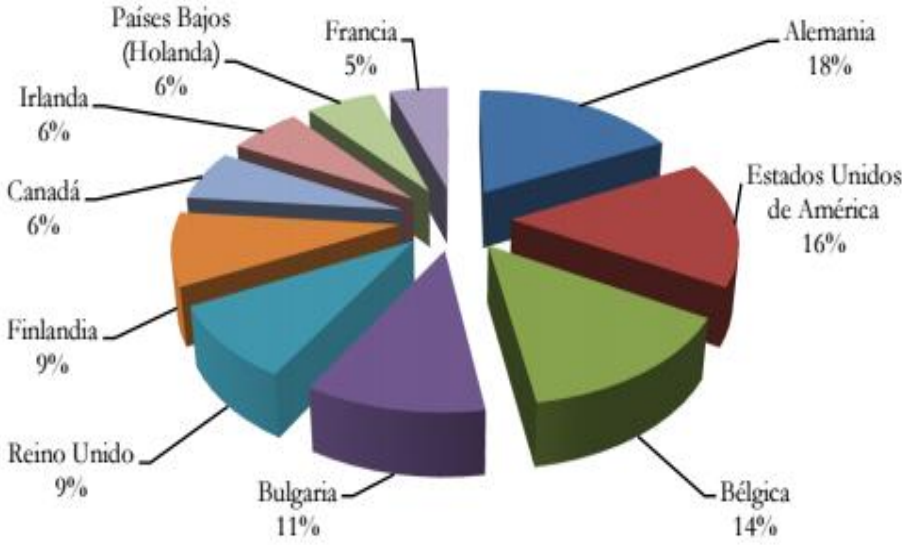
Fuente: Institute of Food Technologist - (IFT)
Elaborado y trabajado por: OCE Nueva York

BARRAS ENERGETICAS INTERNACIONALES

	Valor nutricional por 100g de producto:	Energía (Kcal)	Hidratos carbono (g)	Azúcares (g)	Proteínas (g)	Grasas
Powerbar	Energy Bar (Chocolate)	364	66,0	38,0	13,4	4,3
	Energy Bar (Banana Punch)	368	71,6	42,5	10,5	4,0
	Natural Energy Cereal (Cacao crunch)	389	65,5	20,0	8,6	9,0
	Natural Energy Cereal (Strawberry Cranberry)	385	68,7	25,5	7,9	7,5
Multipower	Fruit Power	344	74,0	47,0	4,0	3,4
	Energate	440	56,0	45,0	13,0	18,0
Isostar	Long Energy Cereales y Fruta	389	71,3	31,0	5,0	8,9
	High Energy Multifrutas	395	72,3	37,1	4,9	9,3
226ers	Endurance Fuel Bar (Chocolate)	334	63,2	50,0	4,9	5,9
	Salty Snack Bar (Indian)	371	65,1	41,6	7,1	9,1
Hacendado	Muesli con chocolate	359	51,2	26,2	5,7	15,6
	Muesli con albaricoque y yogur	340	75,6	29,2	6,0	4,0

Tabla 10 Barras Energéticas internacionales

PRINCIPALES CONSUMIDORES DE BARRAS ENERGETICAS



Como se puede visualizar en el pastel EEUU es uno de los países que más consume nuestro producto con un 16% de exportación, entonces se podría decir que estas son consideradas como una de las preferidas en el mercado norteamericano gracias a su aporte energético que brinda tales como grasas, proteínas y carbohidratos, ya que Ecuador es un País que cuenta con los recursos necesarios para la elaboración de este producto.

Según Market, el tamaño del mercado proyectado para las barras de alimentos fue de 8.3 billones de dólares en los EE.UU. para 2016, teniendo un 6,6% de crecimiento desde el 2015. (MARKETS BUREAU, s.f.)

CONCLUSION

El mercado de alimentos orgánicos procesados y no procesados está en constante crecimiento, y los supermercados en Estados Unidos están apostando por esta tendencia. Los consumidores de barras energéticas optan por este alimento debido al aporte nutricional que esta les ofrece. Estados Unidos demanda barras energéticas nutritivas orgánicas en donde hay una mezcla de cereales con frutas tropicales. El consumidor de productos orgánicos no es sensible al precio del producto. El lugar preferido para comprar las barras energéticas son los supermercados. Las barras nutricionales son productos especialmente diseñados para contribuir a optimizar el rendimiento físico y proporcionar energía.

BIBLIOGRAFÍA

MARKETS BUREAU. (s.f.). *BARRAS ENERGETICAS EN LOS ANGELES*. Recuperado el 20 de 05 de 2017, de PROECUADOR: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/02/PROEC_BIC2017_01_LOS_ANGELES.pdf

Organic Trade Association. (20 de 05 de 2017). *Consumo de los Angeles*. Obtenido de dspace Casagrande: http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/389/1/Tesis395TORp.pdf

PROECUADOR. (2014). *Barras Energeticas Ecuatorianas en los Angeles.* http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/Boletin-BAM-JUN-JUL-final.pdf: Proecuador.

PROECUADOR. (2017). *Barras Energeticas, la preferencia del consumidor norteamericano se incrementa.* Los Angeles: Proecuador.

U.S. Census Bureau. (s.f.). *Poblacion de los Angeles*. Recuperado el 19 de 05 de 2017, de Portal.santandertrade: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor

WebConsultas. (20 de abril de 2017). *Barra energeticas, deporte y nutricion*. Obtenido de WebConsultas: http://www.webconsultas.com/ejercicio-y-deporte/nutricion-deportiva/barritas-energeticas-12142

LA PRODUCTIVIDAD, SOPORTE PARCIAL EN LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL- ESTADO DE LA CUESTION

Gladys Mireya Valero Cordoba[65] Manuel Rodenes[66] Gladys Elena Rueda[67]

Resumen— El número de empresas colombianas presentes en los mercados mundiales de bienes y servicios, ha aumentado progresivamente y la vertiente internacional ha pasado a formar parte relevante de la política económica colombiana en función del desarrollo y crecimiento económico; no obstante, la presencia colombiana en el exterior aún está por debajo de su capacidad internacional; lo que implica mantener la globalización de nuestra economía como una prioridad nacional. Favorecer la participación de las empresas colombianas en los mercados mundiales, como una estrategia internacional, se constituye entonces en una necesidad apremiante; por tanto, el estado del arte de la presente investigación, se enmarca en una revisión teórica de la Productividad(a través de los insumos y productos) y su influencia en la inserción internacional. De la literatura encontrada en fuentes secundarias, se efectúa una interpretación que permite ampliar el horizonte estudiado en función de la Productividad y la competitividad internacional para realizar la construcción teórica, formalizar el estado actual del tema y establecer así la relación que pudiera existir entre las dos variables enunciadas, como factores fundamentales en internacionalización competitiva de las empresas.

Palabras Claves— *Competitividad, Exportaciones, Inserción, Productividad.*

Abstract— The number of Colombian companies present in the global markets for goods and services, has gradually increased and the international has become a relevant part of the Colombian economic policy on the basis of the development and economic growth; however, the Colombian presence abroad is still below its international capacity; which involves maintaining the globalization of our economy as a national priority. Encourage the participation of Colombian

[65] Grupo de Investigación en Contextos para la Admón. de Negocios Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, gladys.valero@upb.edu.co

[66] Grupo de Investigación ITIO, Universidad Politécnica de Valencia, mrodenes2@gmail.com

[67] Grupo de Investigación en Administración, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, gladys.rueda@upb.edu.co

firms in global markets, as an international strategy, is then in a pressing need; therefore, the state of the art of the present investigation, is part of a theoretical review of the Productivity(through the inputs and outputs) and their influence on the international insertion. The literature found in secondary sources, is an interpretation which makes it possible to broaden the horizon studied in function of the productivity and international competitiveness for the theoretical construction, formalize the current state of the topic and to establish the relationship that could exist between the two variables set forth, as fundamental factors in internationalization.

Keywords— *Competitiveness, Exports, Insertion, Productivity.*

I. INTRODUCCIÓN

La plataforma del departamento de Santander lo constituye Bucaramanga y su área metropolitana, la cual se constituye en la base de la internacionalización de su economía. Revisando el comercio internacional en 2016, se encuentra que representa aproximadamente el 2.5% en la participación total de Colombia [1], así mismo es importante enunciar que el total de empresas activas y registradas en el centro de documentación de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, solo 169 se constituyen en empresas exportadoras las cuales están representadas e microempresas con un 48.5%, seguidas de las pequeñas con 30.8%, medianas con un 13.0% y grandes con un 7.7% [2].

La competitividad es un aspecto que cobra gran importancia en las empresas, desde esa perspectiva las empresas amplían la posibilidad de optimizar los recursos y canalizarlos productivamente, de manera que va permitiendo (a las empresas) insertarse adecuadamente en los mercados globales. De igual manera, la productividad, ha impactado en nivel de internacionalización de las empresas, no solo por la importancia al igualar insumos y los productos en el mercado global, sino por las ventajas que su conocimiento representa. En el caso de las empresas exportadoras, estas se miden, por el nivel de competitividad del cual se nutren diariamente para tomar decisiones vía proceso de internacionalización, fortaleciendo así su propia inserción y aumentando el logro de resultados Por tanto la presente revisión teórica, considera de gran importancia dar respuesta al siguiente interrogante: ¿Cuál es la influencia de la productividad como soporte parcial en la competitividad internacional de las empresas?

II. APROXIMACION TEORICA

2.1 Competitividad y Productividad:

Teniendo en cuenta la taxonomía recopilada de algunos autores, (Porter, 2002), (FEM & Schwad, 1971), (OCDE-EUROSTAT, 2005), (OCDE, 2002), (Lugones, Gustavo;) (Arge, Dajer Plata, & Alvarez), (BANCO MUNDIAL, 2016), , (Consejo Nacional de Politica Economica y Social, 2006) ,(Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnologia e Innovacion, 2016), (Comision regional de Competitividad, 2016), (Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario, 2015) , (Sanchez & Acosta, 2001), (PTP , 2016), (Zapata Rotundo & Hernandez, 2014), industria (Porter, Estrategia Competitiva Tecnicas para el analisis de sectores industriales y de la Competencia, 2002), se considera importante revisar la competitividad de acuerdo a la cobertura geográfica, la cual tiene las siguientes dimensiones

Competitividad Internacional o Global: De acuerdo a lo planteado por Michael Porter en su libro «Ventajas Competitivas de las Naciones", la competitividad se define como la capacidad para sostener e incrementar la participación en mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. De igual forma afirma que la competencia se da entre empresas. Las industrias no compiten entre sí, pero sus características estructurales determinan el desempeño y la competitividad de las firmas que la componen (Arge, Dajer Plata, & Alvarez).

De acuerdo a las consideraciones del Foro Económico Mundial FEM (FEM & Schwad, 1971), soporta el análisis en el Índice Global de Competitividad (GCI), en tres grandes apartados: Requisitos básicos (economías impulsadas por la dotación de Factores), Factores de la eficiencia (economías impulsadas por la eficiencia) y Factores de innovación (economías impulsadas por la Innovación). Para ello el Foro Económico Mundial agrupa estos componentes en 12 pilares de competitividad los cuales revisa y estudia cada año a cada una de las economías que se suscriben al FEM.

Es importante Tener en cuenta que dicha apreciación mide los países y determina el ranking competitivo de las económicas, de acuerdo a la fase en que cada una de ellas se encuentre.

Competitividad Territorial o Regional: La competitividad regional y territorial surge, como una capacidad de los pueblos y/o municipios en el mundo entero, de afrontar un contexto cada vez más complejo, de mayor competencia, apertura y velocidad de cambio; con respuestas colectivas y acertadas que les permitan una verdadera incursión al mercado global, reflejándose en el nivel de vida de todos sus habitantes, (Arge, Dajer Plata, & Alvarez)

Según el Banco Mundial, [18] "a través del Doing Business, analiza las regulaciones que afectan a 11 áreas del ciclo de vida de una empresa. Diez de estas áreas se incluyen en la clasificación de este año sobre la facilidad para hacer negocios: apertura de una empresa, manejo de permisos de construcción, obtención de electricidad, registro de propiedades, obtención de crédito, protección de los inversionistas minoritarios, pago de impuestos, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos y resolución de insolvencia. Doing Business mide también la regulación del mercado laboral, que no está incluida en la clasificación de este año". Este aspecto permite también identificar el nivel de competitividad que se encuentra en las regiones y en los territorios, en cuanto a la facilidad para hacer negocios.

Este informe es generado cada año, midiendo 189 economías "El informe de este año añade indicadores sobre calidad regulatoria a cuatro áreas: registro de propiedades, manejo de permisos de construcción, obtención de electricidad y cumplimiento de contratos. Además, los indicadores sobre comercio transfronterizo se han revisado para incrementar su relevancia.

El caso de estudio subyacente se centra ahora en el producto más exportado por cada economía, en un producto manufacturado muy común (partes de automóvil) como producto importado, y en el socio comercial más importante tanto para el producto importado como para el exportado". [18].

Según el Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación el nivel de competitividad con base en el documento CONPES 3439 de 2006, (Consejo Nacional de Politica Economica y Social, 2006) la competitividad de una nación se define como: "el grado en el que un país puede producir bienes y servicios capaces de competir exitosamente en mercados globalizados y a la vez mejorar las condiciones de ingreso y calidad de vida de su población.

La competitividad es el resultado de la interacción de múltiples factores relacionados con las condiciones que enfrenta la actividad empresarial y que condicionan su desempeño, tales como infraestructura, recursos humanos, ciencia y tecnología, instituciones, entorno macroeconómico, y productividad" así mismo, se considera que el Sistema Nacional de Competitividad (Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnologia e Innovacion, 2016), organización privada sin ánimo de lucro, creada en el año 2006 por un grupo de empresarios y universidades que buscaban proponer e impulsar iniciativas y estrategias para mejorar significativamente la competitividad del país.Ver siguiente figura:

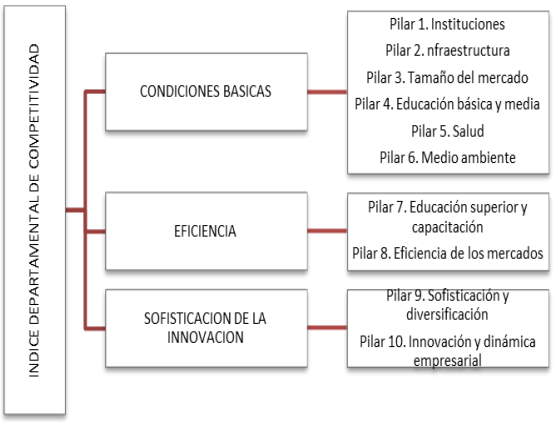


Fig. 1. Estructura del Índice Departamental de Competitividad 2015 Fuente: Índice Departamental de Competitividad, Consejo Privado de Competitividad 2016 [19]

El Consejo Privado de Competitividad actúa como articulador e interlocutor entre el sector público, el sector privado, la academia y otras organizaciones interesadas en la promoción de la competitividad y productividad. A través de este sistema se determina la competitividad como aparece en la siguiente figura:

De igual manera, existen las Comisiones Regionales de competitividad como una Política del Gobierno Nacional y que para el caso de Santander, es el espacio de articulación entre el sector empresarial, la academia y las entidades públicas, junto con sus instituciones, para apoyar proyectos que mejoren la competitividad regional. Además, es el escenario que permite generar ideas y hacer seguimiento a los objetivos y metas que señale la región en materia de desarrollo económico, asegurando su continuidad, (Comision regional de Competitividad, 2016)

Para efectos de construir el Indice de Desarrollo de la Competitividad (IDC) 2015, se definió que un departamento tiene un mayor nivel de desarrollo si presenta un PIB per cápita más alto y su aparato productivo es más sofisticado. Este último atributo se mide a través del Índice de Complejidad Económica. (Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario, 2015)

Competitividad sectorial fundamento de la productividad: La competitividad sectorial evalúa el desempeño y evolución de los sectores industriales (Sanchez & Acosta, 2001). Particularmente Colombia ha centrado la competitividad sectorial en su Programa de Transformación Productiva. El Programa de Transformación Productiva es una de las herramientas dispuestas por el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas.

El PTP conocido como Programa de Transformación Productiva en Colombia, es un aliado de los empresarios porque ofrece acompañamiento para acelerar su productividad y competitividad, orientando sus capacidades y aprovechando sus ventajas comparativas (PTP , 2016).

Revisando la composición sectorial que el PTP menciona es importante aclarar que son sectores considerados como sectores de clase Mundial, estos sectores se pueden apreciar en la siguiente figura:

Figura 2: Programa de transformación Productiva
Fuente: https://www.ptp.com.co/portal/default.aspx

Así mismo Michael Porter considera que las principales características estructurales de las industrias son las que determinan la fortaleza de la fuerza competitiva y por lo mismo la rentabilidad de la industria (Porter, Estrategia Competitiva Tecnicas para el analisis de sectores industriales y de la Competencia, 2002). Los esfuerzos combinados para evaluar los participantes potenciales, los proveedores, los compradores y los sustitutos son quienes definen el potencial de la empresa para moverse en dichas industrias o sectores determinando la Competitividad sectorial.

Competitividad Empresarial: La Competitividad empresarial considera que: En el marco de los estudios sobre organización, existen diferentes enfoques que explican el origen de sus recursos y ventajas competitivas, la toma de decisiones sobre la adquisición de recursos para la organización no solo depende de procesos racionales orientados por principios administrativos y limitados por la capacidad de aprendizaje y análisis del individuo, sino que también están guiados por la visión

del gerente, la cual se expresa a través de su acción voluntaria, subjetiva y discrecional en cuanto a la manera como debe ser organizada y dirigida la empresa, (Zapata Rotundo & Hernandez, 2014).

Así mismo Michael Porter considera este aspecto bajo la dinámica denominada Cadena Genérica de Valor, son estructuras mediante las cuales se crea un producto útil para los compradores, (Porter, Ventaja Competitiva. Creacion y sostenimiento de un desempeño superior, 2002). Dicha Cadena de Valor se divide en dos grandes grupos primarias y de apoyo y esas actividades de valor se constituyen en las estructuras discretas de la ventaja competitiva, cuando se logran interconectar unas con otras.

Se puede apreciar que indiscutiblemente la cobertura es fundamental a la hora de analizar el nivel de competitividad, pues ilustra cómo se han definido elementos importantes en la medición de este aspecto desde lo empresarial, regional, territorial, nacional e internacional.

De acuerdo a las dimensiones consideradas anteriormente, se presenta a continuación la Tabla No 1, con los valores e indicadores, basados en las investigaciones (Porter, Ventaja Competitiva-Creación y sostenimiento de un desempeño superior, 2002), (FEM & Schwad, 1971), (Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnologia e Innovacion, 2016), (Lugones, Gustavo;), (OCDE-EUROSTAT, 2005), (Zapata Rotundo & Hernandez, 2014). (Miranda & Toirac, 2010) (Fajinzylber, 2006), (Jaramillo, Hernan; Lugones, Gustavo; Salazar, Mónica;, 2001).

Dichos indicadores permiten revisar los aspectos fundamentales que se han planteado en función de la competitividad de las empresas y entre los que se encuentra el nivel de productividad, como uno de los factores con influencia parcial en la competitividad via mercados internacionales, es importante resaltar que se puede apreciar tambien los diferentes autores que refuerzan la importancia que la productividad tiene en la competitividad y los diferentes elementos que la soportan.

VARIABLE	SUB-VARIABLES	INDICADORES	AUTORES
COMPETITIVIDAD	INNOVACION	Número de productos en catalogo	(BANCO MUNDIAL, 2016) (FEM & Schwad, 1971) (Jaramillo, Hernan; Lugones, Gustavo; Salazar, Mónica;, 2001)
		Número de innovaciones	(OCDE-EUROSTAT, 2005) (Fajinzylber, 2006) (Lugones, Gustavo;)
		Marcas y Patentes	(Consejo Nacional de Politica Economica y Social, 2006) [24]
	PRODUCTIVIDAD	Unidades producidas	(Consejo Nacional de Politica Economica y Social, 2006) (Arge, Dajer Plata, & Alvarez)
		Unidades de insumos utilizados	(Miranda & Toirac, 2010)
		Unidades vendidas	Instituto de productividad de Malasia y Singapur (Arge, Dajer Plata, & Alvarez)
	ESTRUCTURA EMPRESARIAL	Metros cuadrados infraestructura	(Arge, Dajer Plata, & Alvarez)
		Número de empleados	(Comision regional de Competitividad, 2016) (Zapata

			Rotundo & Hernandez, 2014)
		Capacidad financiera	(Comision regional de Competitividad, 2016) (Sanchez & Acosta, 2001)

TABLA I. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD PARA APOYO DE LAS EMPRESAS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

III FACTORES DETERMINANTES EN LAS EXPORTACIONES

Se puede afirmar entonces que cada una de las actividades que efectúa la empresa se constituyen en factores fundamentales, que están íntimamente relacionados con la gestión de la misma; los niveles de productividad, relacionados con la mano de obra, los factores de producción, el portafolio de productos generado por la empresa, son entre otros aspectos que abonan el terreno vía mercados internacionales (exportaciones), además de los elementos inmersos en el macroentorno, aquellos que estan fuera de la organización y que afectan de manera indiscutible dicha inmersión internacional.

Desde la metodología que utiliza PROCOLOMBIA como entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país (Procolombia, http://www.procolombia.co, 1992), los factores determinantes para ingresar al mercado internacional a través de las exportaciones se relacionan a continuación (Procolombia, http://www.procolombia.co/, 1992):

1. Identificar los factores determinantes del mercado objeto de la exportación. Ficha de exportación
2. Panorama político y económico
3. Relación comercial con el país
4. Potencial del producto en dicho mercado
5. La estructura para ingresar a dicho mercado
6. La cultura de negocios para exportar a dicho mercado
7. Las condiciones de acceso en función de aduanas
8. Los requisitos de entrada en función de la documentación
9. Las normas, regulaciones y estándares
10. La legislación laboral y estructura para pymes

IV. CONCLUSIONES

El conjunto de apreciaciones encontradas, muestran el dinamismo comercial que deben tener en cuenta las empresas vía mercados internacionales. Cada variable bien sea a nivel de productividad y/o competitividad internacional es en esencia un indicador fundamental.

Como conclusión se puede afirmar que definidos e identificados los aspectos a evaluar para ingresar al mercado internacional, las empresas toman la decisión de si se insertan o no en el mercado internacional, lo cual depende de la proyección estratégica que tenga la empresa, la optimización de sus recursos inmersos en la productividad y la capacidad de la misma para asumir los negocios internacionales como un elemento fundamental dentro de la organización

Asi mismo, se puede considerar que el nivel de productividad es hoy por hoy uno de los elementos fundamentales a la hora de realizar exportaciones, ingresar a un mercado global y competir en igualdad de condiciones exige hacerlo de manera diferencial, esto lo aporta de manera indiscutible la optimización de insumos y unidades producidas y vendidas, que perfeccionan no solo el producto sino los procesos vía mercado internacional.

La productividad no es entonces la única variable para ingresar al mercado internacional, es fuente importante y fundamental pero el ingreso al mercado global que implica, tener en cuenta entre otras variables, la innovación y la estructura empresarial, las cuales engranan el producto competitivo, para generar varias órdenes de pedido, consolidando lo que se considera exportaciones competitivas

AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Manuel Rodenes, director de mi tesis doctoral quien ha sido eje fundamental en el desarrollo y aprendizaje; profesional de inmensas cualidades que con su acompañamiento ha sido modelo a seguir en este proyecto doctoral; a la Dra. Gladys Elena Rueda Barrios quien me ha acompañado y aportado en la construcción de conocimiento, sus valiosos aportes han sido de gran valor. A mi familia que permanentemente me anima ante este proyecto de vida profesional; a todos y cada uno de mis amigos y colegas por sus palabras permanentes de aliento y apoyo.

Referencias

[1] C. C. d. Bucaramanga, «Santander Exporta,» 2016.

[2] Camara de Comercio de Bucaramanga, «Centro de Documentacion,» Bucaramanga, 2016.

[3] M. E. Porter, Ventaja Competitiva- Creación y sostenimiento de un desempeño superior, Mexico: CECSA, 2002.

[4] FEM y K. Schwad, «Foro Económico Mundial FEM,» Enero 1971. [En línea]. Available: http://www.weforum.org/world-economic-forum. [Último acceso: 2016].

[5] OCDE-EUROSTAT, «Manual de Oslo,» 2005. [En línea].

[6] OCDE, «Manual de Frascati,» 2002.

[7] Lugones, Gustavo;, «Módulo de capacitación para la recolección y el análisis de indicadores de innovación,» Redes Banco Interamericano de Desarrollo BID.

[8] G. C. Arge, R. E. Dajer Plata y D. Alvarez, «Diseño e implementación de un mapa de ordenamiento competitivo regional soportado en tecnología internet para asistir procesos de inversión en el departamento de Cordoba-Colombia,» de *Conferencia Nacional ASCOLFA*.

[9] BANCO MUNDIAL, 23 MARZO 2016. [En línea]. Available: http://www.bancomundial.org/.

[10] Consejo Nacional de Politica Economica y Social, «INSTITUCIONALIDAD Y PRINCIPIOS RECTORES DE POLÍTICA PARA LA COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD,» Bogota, 2006.

[11] Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnologia e Innovacion, 23 marzo 2016. [En línea]. Available: http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sncei/Paginas/indicadores-nacionales.aspx.

[12] Comision regional de Competitividad, «Santander Competitivo,» 25 marzo 2016. [En línea]. Available: http://santandercompetitivo.org/secciones-14-s/quienes-somos.htm.

[13] Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario, «Indice Departamental de Competitividad 2015,» puntoaparte bookvertising, Bogota, 2015.

[14] F. Sanchez y P. Acosta, «Proyecto Andino de Competitividad : Proyecto Indicadores de Competitividad Colombia,» CEDE Universidad de los Andes, Bogota, 2001.

[15] PTP , «Programa de Transformacion Productiva, somos productores de Competitividad y Productividad,» 24 marzo 2016. [En línea]. Available: https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=607&conID=1.

[16] G. J. Zapata Rotundo y A. Hernandez, «Origen de los recursos y ventajas competitivas de las organizaciones: reflexiones teóricas,» *Utopia y Praxis Latinoamericana*, pp. 735-759, 2014.

[17] M. E. Porter, Estrategia Competitiva Tecnicas para el analisis de sectores industriales y de la Competencia, Mexico: Compañia Editorial Continental, 2002.

[18] BANCO MUNDIAL;, 23 MARZO 2016. [En línea]. Available: http://www.bancomundial.org/.

[19] CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD, «Indice Departamental de Competitividad 2015,» 2016.

[20] M. E. Porter, Ventaja Competitiva. Creacion y sostenimiento de un desempeño superior, Mexico: Compañia editorial Continental, 2002.

[21] J. Miranda y L. Toirac, «Indicadores de Productividad para la Industria Dominicana,» *Ciencia y Sociedad*, pp. 235-290, 2010.

[22] F. Fajinzylber, Una Vision Renovadora del Desarrollo de America Latina, Chile: CEPAL, 2006.

[23] Jaramillo, Hernan; Lugones, Gustavo; Salazar, Mónica;, «Manual de Bogota : Normalización de Indicadores de Innovación Tecnológica en América Latina y el Caribe,» 2001.

[24] CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD, «Indice Departamental de Competitividad 2015,» 2015.

[25] Procolombia, «http://www.procolombia.co,» Noviembre 1992. [En línea]. [Último acceso: 2016].

[26] Procolombia, «http://www.procolombia.co/,» Noviembre 1992. [En línea]. Available: http://www.procolombia.co/sites/default/files/Guia_comercial_a_Suiza.pdf.

[27] R. C. Johnson, «Five Facts about Value-Added Exports and Implications for Macroeconomics and Trade Research,» *The Journal of Economic Perspectives Volumen 28 No 2*, pp. 119-142, 2014.

[28] M. J. Pelaez Cano y M. Rodenes, *El desempeño exportador basado en la creacion de Capital Social a traves del uso de las Tecnologias de la Informacion. Un estudio en el sector del plástico,* Valencia , 2011.

[29] S. Kuntz Ficker, «The Export Boom of the Mexican Revolution: Characteristics and Contributing Factors,» *Journal of Latin American Studies Vol 36 No 2*, pp. 267-296, 2004.

[30] A. R. Hamad, N. G. Kinson y C. Shy, «Export promotion enhances firm's quality reputation, product and service quality generating sales and profits: A structural equation modelling using AMOS (Conference Paper),» *Proceedings of the 25th International Business Information Management Association Conference - Innovation Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, IBIMA* , pp. 146-159, 2015.

[31] . H. T. T. Nguyen, y A. Minda, «Location factors of wxport-plataform FDI: Example of Vietnam,» *Revew Economic Volumen 63*, pp. 69-91, 2012.

[32] R. W. Griffin y R. J. Ebert, Negocios, Mexico: Prentice Hall, 1997.

[33] G. S. Yip, Globalizacion. Estrategias para obtener una ventaja competitiva global, Bogotá: Norma, 1992.

PERÚ Y CHILE EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO: EL MODELO DE DESARROLLO E INSERCIÓN INTERNACIONAL COMO FACTOR DE COHESIÓN REGIONAL

Guillermo Alfonso González Arévalo[68]

INTRODUCCIÓN

En la región latinoamericana se han evidenciado una gran diversidad de problemáticas frente a los grandes desafíos referentes a su desarrollo, en la cual, la política exterior se ha instrumentalizado como estrategia de inserción internacional en el marco de diversos paradigmas, modelos, en los cuales se ha pretendido estimular el desarrollo no sólo de los Estados individualmente, sino también un desarrollo paralelo en donde la región se vea beneficiada en su conjunto. Sin embargo, ésta región se ha caracterizado por adoptar una gran variedad de corrientes, las cuales son establecidas previamente por Estados más desarrollados generándose divergencias, lo que imposibilita de alguna forma, el desarrollo de un proceso de cohesión regional. En este contexto, la falta de cohesión de los modelos de desarrollo planteados en el escenario latinoamericano se debe a factores ideológicos, políticos y económicos, por lo tanto, representan una gran barrera par el objetivo final de implantar un modelo de integración que pueda involucrar a toda la región en su conjunto.

Dichos modelos suelen seguir distintas tendencias, entre las que se encuentran el debate de regionalismo post hegemónico, post liberal o post neo liberal (Serbin, Martínez, Ramanzini, A., L., H., y Sanauja, J. A. (2012). Sección 1. En Serbin, Martínez, Ramanzini, A., L., H. (Ed. Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales), El regionalismo "post–liberal" en América Latina y el Caribe: Nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos (pp. 19). Buenos Aires, Argentina: Editorial: Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales); fenómeno el cual consiste en la diversidad de modelos de integración económica orientadas hacia varios caminos: ideas de libre mercado, intervencionismo o incluso modelos opuestos al capitalismo. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el concepto de hegemonía es difuso, por lo

[68] alfonsogonzalez16@hotmail.com

que hay que tener especial cuidado con dicha concepción (se adoptará el concepto planteado por Robert Keohane).

Así, Latinoamérica, en gran parte, ha decidido adoptar un modelo de estabilidad hegemónica, en donde el hegemón es EE.UU. ya que el modelo establecido, regionalismo abierto, se basa en la liberalización de mercado que ha experimentado un auge en la región (particularmente en los años 90). Para contextualizar, la teoría de la estabilidad hegemónica consiste en el argumento central de que debe existir un ente estabilizador en la economía (Kindleberger 1986). Así, por otra parte, el choque ideológico, en donde otros Estados latinoamericanos han buscado desarrollar de igual forma un modelo de integración con corrientes alternas al previamente mencionado encontrándose propuestas como el modelo de regionalismo anti sistémico y revisionista. Estos proyectos políticos operan bajo principios que se oponen a las concepciones del capitalismo y el libre mercado, se pueden apreciar ejemplos que ilustran éste modelo como lo es el ALBA (en donde realmente existía una hegemonía a pesar de su intención de abolir tal figura), así como el MERCOSUR y UNASUR.

En este escenario coexisten diversos modelos de carácter difuso al interior de la misma región y no sólo eso, sino que el modelo más popular, reduce el movimiento intrarregional y beneficia a la concepción del *respice polum* en casos como el colombiano. Adicionalmente es necesario analizar los modelos de política exterior, expuestos por Tokatilian y Russel (acoplamiento y acomodamiento), donde el modelo establecido por Estados como Chile, es el de acomodamiento, gracias a que el mismo consiste en una influencia, reducida por parte de Estados Unidos (Tokatlian, J. G. (2011).

LATINOAMÉRICA Y SUS OPCIONES ESTRATÉGICAS: UN ANÁLISIS DE LAS RELACIONES EXTRA-REGIONALES. Análisis Político, 24).
Sin embargo, ha surgido un nuevo regionalismo, que pretende llegar a la cohesión esperada por los modelos anteriores focalizándose en una gran multiplicidad de temáticas no sólo el ámbito comercial o el social, sino también en ámbitos como las telecomunicaciones y comercio electrónico (Agenda Digital de la Alianza Del Pacífico). Un claro ejemplo es la Alianza Del Pacífico, en la cual se encuentran Chile y Perú, de manera que se evidencia que existe convergencia en la política exterior de los dos países, además de que buscan una mayor integración regional, por medio de éste organismo.

Por lo anterior, se plantea como pregunta de investigación ¿Cuáles son las similitudes y diferencias de Perú y Chile en materia de política exterior a partir de su modelo de desarrollo e inserción internacional para su cohesión regional en la Alianza del Pacífico?

Para poder resolver la pregunta planteada, se estableció el siguiente objetivo: “Analizar los modelos de desarrollo e inserción internacional de Chile y Perú”, de manera que se seguirá la siguiente agenda, para poder alcanzar dicho objetivo:

1) Desarrollo de temático.
2) Teoría de convergencia regional.
3) Modelo de desarrollo.
4) Estudios de caso y Alianza del Pacífico.

1. Marco teórico: Teoría de la convergencia regional

Para poder entender los conceptos relacionados a la integración regional y regionalismo en América Latina, se hará uso de la teoría de la convergencia regional de Gian Luca Gardini; esta logra enunciar inicialmente, el hecho de que América Latina, a diferencia de Europa, tiene una gran tradición en cuanto al regionalismo; sin embargo, es claro que, en Europa, existe un mayor nivel de cohesión regional, entonces surge la incógnita del porqué en el continente europeo, existe un mayor nivel de cohesión regional. Es un fenómeno confuso, puesto que, en América Latina, no sólo existe un regionalismo con tradición más extensa, sino también es necesario contar con que, en Europa hay gran divergencia entre los Estados; incluso, algunos Estados tienen relaciones de tensión (Gardini, 2010).

El hecho de que existan tantas divergencias e incluso choques, entre los objetivos de cada Estado en América Latina, sería algo que personalmente considero un "regionalismo turbulento", en donde las iniciativas de los Estados son diversas e incluso opuestas, lo que ayuda a la fragmentación regional. ¿Por qué es tan negativo y dañino para la región este fenómeno? Porque no solo habrá división en la región, sino también se pueden crear tensiones entre los Estados que no compartan los mismos ideales y objetivos, de manera la región se divide en sectores que buscan metas distintas. Por ende, las relaciones internacionales de cada Estado, se ven profundamente condicionadas. La clara prueba de este fenómeno, reposa en la creación de varios regionalismos, que poseen objetivos, valores, ideales y propuestas completamente distintas; un Estado puede pertenecer a más de uno de dichos regionalismos, sin embargo, se ven condicionadas sus relaciones con otros Estados, gracias a las posiciones opuestas de cada uno de los regionalismos.

Para poder entender de una mejor forma, el proceso al cual se ha enfrentado América Latina en materia de integración económica, es necesario puntualizar ciertos conceptos fundamentales como la integración económica y regionalismo. Como indica la Universidad ICESI (S.F.) de Colombia en su página web:

> La integración económica se puede definir como una situación o como un proceso. Cuando se habla de la integración económica como situación nos referimos a la ausencia de cualquier modo de discriminación entre economías nacionales, es decir, el estado en el cual pierden importancia las fronteras y las barreras comerciales. Se dice que la integración es un proceso cuando paulatinamente se presenta una creciente apertura e interdependencia

> política y económica entre las naciones que hacen parte del proceso. En este proceso, una serie de países se unen con el fin de incrementar y facilitar el intercambio comercial en el marco de sus territorios.

Por otro lado, el regionalismo, según José Briceño Ruiz, en su texto: "*Ejes y modelos en la etapa actual de la integración económica regional en América Latina*", define al regionalismo como una categoría de análisis, la cual tiene un carácter asociativo, de manera que comprende diversos ámbitos espaciales, éstos espacios son delimitados por el sistema internacional, éstas se conocen como regiones internacionales (Briceño 2013). Según Briceño, existen varias formas para poder identificar dichos espacios: la primera noción es la aproximación o delimitación geográfica, sin embargo, no siempre, se considera una región por sus condiciones geográficas; muchas veces el factor social, juega un papel considerablemente importante, por ejemplo, no se puede considerar que toda América conforma una región internacional, gracias a la diferencia de sus condiciones y objetivos, mientras que la APEC, puede considerarse como una región internacional, pues, tienen como foco de referencia al Pacífico y comparten objetivos similares (Briceño 2013).

Teniendo en cuenta la información anteriormente dada, podemos afirmar que los regionalismos al tener un carácter social, busca establecer objetivos afines a las metas presentadas por los actores hagan parte del mismo. Por lo tanto, es claro que en América Latina, se han establecido anteriormente, una serie de proyectos políticos, que pretenden alcanzar ciertos parámetros establecidos por los Estados parte, teniendo a la integración como modus operandi. Se han creado un gran número de regionalismos en América Latina, lo cual lleva a pensar que los Estados parte de la misma tienen bastante experiencia en éste ámbito y resulta efectivo para la región, sin embargo la realidad es otra; en América Latina no existe un gran nivel de integración regional, o al menos no es semejante al que presenta Europa (con la Unión Europea), esto lleva a pensar que los regionalismos (que pretenden hacer efectiva la integración regional) son una variable independiente a la integración regional como tal.

Para poder analizar el fenómeno anteriormente mencionado y determinar, cuales son los factores más incidentes en la integración regional, es necesario remitirse a la historia.

América Latina, a pesar de ser una región heterogénea, en la década de los 90 logró tener cierto nivel de convergencia en cuanto a sus políticas de desarrollo e inserción internacional. Se puede afirmar que fue un "cierto nivel de convergencia", porque no hubo del todo coordinación en el establecimiento de dichas políticas al interior de los Estados Latinoamericanos; la integración fue a distinto nivel, algunos Estados implementaron con mayor rapidez, tales políticas (como el caso de Argentina con Carlos Menem), mientras que otros Estados en la región mantuvieron una visión más proteccionista de sus economías. En resumen, Latinoamérica logró coincidir en un modelo de desarrollo (así no haya sido implementado por todos los Estados de igual forma), éste consistía en la liberalización del comercio, eliminación de algunas barreras al mismo, (ideas similares a las planteadas en el consenso de Washington). Este conjunto de estrategias, conformaron lo que se

conoce como el regionalismo abierto; ésta etapa se caracterizó por el establecimiento de una gran diversidad de tratados de libre comercio, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), donde se procuraba el libre mercado y la apertura del comercio, de manera que se adoptan normas OMC plus, por lo que se evidencia una evolución en el comercio mundial al contemplar una nueva agenda del mercado.

Sin embargo, en la década de los 90 le estableció un regionalismo que no tomaba todos los supuestos del regionalismo abierto, este es el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), de manera que este proyecto político decidió no adoptar normas OMC plus. A pesar de que, en este periodo, se pudo observar cierto nivel de convergencia en la región, no existió como tal una integración considerable, lo cual representa un fenómeno único; ya que existe realmente convergencia en materia ideológica en muchos Estados de la región, que no son suficientes para llegar a una integración significativa.

Por lo tanto, se puede evidenciar el hecho de que América Latina, a pesar de que tiene gran tradición en el establecimiento de regionalismos, no ha logrado conformar una integración efectiva; teniendo en cuenta los antecedentes de América Latina en cuanto a la creación de regionalismos, es claro que fue un proceso complicado, incluso teniendo convergencia en materia ideológica, posteriormente se torna difícil el establecimiento de un regionalismo que integre toda la región. Este fenómeno se refleja en la etapa del regionalismo del 2003, existe heterogeneidad, por ende, se crean una gran variedad de regionalismos, con diversidad de ideologías. Esto tiene un efecto negativo en la integración de la región, debido a que no se establecen objetivos comunes, haciendo que cada Estado persiga sus propias metas y dirija por aparte sus políticas exteriores. De esta manera, los Estados no solo decidieron establecer sus políticas exteriores con base

Así, para la teoría de la convergencia regional, surge un nuevo factor a tener en cuenta, este es, la cohesión regional a partir de un mínimo común denominador. La debilidad en términos de cohesión regional, es un factor por el cual, en América Latina, no ha funcionado el regionalismo; de hecho, es una de las causas de las problemáticas que han imposibilitado el avance en términos de integración regional.

En el artículo *Proyectos de integración regional sudamericana: hacia una teoría de convergencia regional* de Gian Luca Gardini, se toman en cuenta diversas visiones (en las cuales se encuentran Bolívar y Alberdi), de manera que, la teoría logra identificar tres temas fundamentales, que componen la razón de ser de los intentos de regionalismo en América Latina y éstos son los siguientes:

1) la relación de la unidad regional con Estados Unidos.
2) el papel de un líder en el marco de la unidad regional.
3) el modelo económico y de desarrollo a adoptar por la unidad regional.

Éstos temas son de vital importancia, puesto que los mismos buscan direccionar a la región en su conjunto hacia distintos ámbitos fundamentales para las relaciones de cada uno de los Estados en América Latina.

Dentro de la teoría de la convergencia de Gian Luca Gardini, se tienen en cuenta principalmente tres regionalismos (o intentos de regionalismos como el mismo los denomina), éstos son el MERCOSUR, el ALBA y la UNASUR; la razón por la cual se toman en cuenta, éstos tres regionalismos, es porque según Gian Luca Gardini, América Latina está dividida en cuatro bloques: la Comunidad Andina (CAN), el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), la Alianza Bolivariana de las Américas (ALBA) y la Unión Sudamericana (UNASUR); lo que ocurre con la Comunidad Andina (CAN), es que la misma ha sido opacada por los siguientes bloques, debido a que cada uno de los mismos, comparte valores, ideales y objetivos que divergen entre sí, por lo que los Estados no logran acoplarse en un solo esquema, como se procuró en la Comunidad Andina (CAN).

Inicialmente, es útil analizar los modelos anteriormente mencionados, por lo que se remitirá al análisis del Mercado Común del Sur (MERCOSUR); inicialmente, tenía un propósito completamente distinto al que pretende en la actualidad, puesto que antes pretendía cesar hostilidades entre Argentina y Brasil, dos Estados que amenazaban la seguridad de cada uno. Gracias al fortalecimiento de las democracias de cada uno de éstos países, éste bloque sirvió de herramienta para la cooperación bilateral entre las partes anteriormente mencionadas, de forma que se dio cabida a nuevos temas, como las reformas en materia económica.

Al no contar con un objetivo común, no se establecen valores similares en cuanto a la política exterior de los Estados, no se puede llegar tan fácilmente a una integración. Entonces se tiene la incógnita: ¿Qué relación existe entre los valores de la política exterior de los Estados con la integración regional? A simple vista, resulta lejano e incluso problemático, relacionar estos dos aspectos; sin embargo, si existe similitud entre la política exterior de los Estados en América Latina, se facilitará considerablemente el proceso de integración, pues existirán factores comunes, que llevarán a la región a trabajar conjuntamente.

Sin embargo, la teoría de la convergencia regional, nos enuncia tres puntos, útiles para poder analizar el nivel de integración en América Latina:

1) La relación de la región con Estados Unidos: En el caso de Perú y Chile, esta luce armoniosa, lo que puede beneficiar el proceso de integración.
2) El rol de un hegemón en el marco de la unidad regional: en el caso de la Alianza del Pacífico, este punto es problemático, puesto que, si bien México podría adoptar este papel, su política exterior ha sido condicionada recientemente por las acciones de Estados Unidos y su estrecha dependencia al mismo. Por ende, Chile, sería el Estado con las condiciones más adecuadas para adoptar dicho rol.

3) El modelo económico y de desarrollo a adoptar por la unidad regional: Teniendo en cuenta que, como catalizador del estudio de caso, se va a tomar la Alianza del Pacífico, se tomará el concepto de regionalismo abierto.

METODOLOGÍA:

Este al ser un proyecto en desarrollo, no ha presentado resultados reales, sin embargo se pueden establecer algunas estimaciones frente al mismo; para su desarrollo y obtención de resultados, se seguirá con el marco metodológico presentado a continuación:

Marco metodológico	
Enfoque	Cualitativo.
Tipo (alcances)	Descriptivo-correlacional.
Diseño	Estudio de caso.
Unidad	América Latina/ Alianza Del Pacífico (Perú- Chile).
Métodos	Inductivo e histórico-comparativo.
Técnicas e instrumentos en la recolección de información	Entrevistas, lecturas.
Técnicas de análisis para la interpretación de los resultados	Registro de datos, análisis de contenido, análisis de discurso.

Como se puede apreciar, el método que se manejará a lo largo del desarrollo del proyecto, es un método cualitativo, lo que significa que se recurrirán a ciertos documentos para el análisis del estudio de caso, entre los cuales se encuentran documentales, artículos, entrevistas, entre otros; a pesar de lo anterior, es necesario puntualizar el hecho de que el uso de estadísticas va a ser fundamental para poder validar algunos resultados, por lo tanto si se recurrirá a datos estadísticos, pero no se dará o estimará ningún valor numérico dentro del desarrollo del proyecto, por lo tanto, este mantiene su status cualitativo.

Se menciona el hecho, que va a ser descriptivo correlacional; esto porque se van a mencionar las características de cada uno de los elementos del estudio de caso, además de que se procurará analizar los mismos, para poder llegar a estimar los resultados de la investigación.

ESTUDIOS DE CASO: PERÚ Y CHILE

A continuación, se mostrarán los objetivos de política exterior de los dos estudios de caso, de la forma más literal, rescatados de las páginas web de cada Estado.

Política exterior

Perú	Chile
1) Promoverá un clima de paz y seguridad a nivel mundial, hemisférico, regional y subregional, con el objeto de crear un ambiente de estabilidad política y de fomento de la confianza, necesario para facilitar el desarrollo de nuestros países y la erradicación de la pobreza. En este marco se otorgará particular énfasis a la reducción del armamentismo y a la promoción del desarme en América Latina. 2) Promoverá el respeto a los derechos humanos, los valores de la democracia y del Estado de derecho, así como fomentará la lucha contra la corrupción, el narcotráfico y el terrorismo en el plano de las relaciones internacionales a través de iniciativas concretas y de una participación dinámica en los mecanismos regionales y mundiales correspondientes. 3) Participará activamente en los procesos de integración política, social, económica y física en los niveles subregional, regional y hemisférico, y desarrollará una política de asociación preferencial con los países vecinos a fin de facilitar un desarrollo	1) Respeto al derecho internacional Uno de los valores más importantes con los que cuenta Chile, es el respeto por la jurisdicción internacional, ya que por medio de este, Chile hace valer sus derechos dentro del sistema internacional 2) Integridad territorial Chile presta especial atención a la soberanía de su Estado, de manera que acude a la misma para la defensa de su territorio, y lo hace por medio del Derecho internacional y la Diplomacia. La característica del territorio chileno, que incluye los espacios marítimos, los aéreos y el territorio antártico chileno, conlleva importantes exigencias y responsabilidades para el país. 3) Promoción de la democracia y el respeto a los derechos humanos El Estado chileno, considera a la democracia como un valor esencial, inviolable y fundamental del ser humano. Por ende, pretende garantizar la existencia

armónico, así como para crear identidades y capacidades de iniciativa, negociación y diálogo, que permitan condiciones más equitativas y recíprocas de participación en el proceso de globalización. Dentro de ese marco, buscará la suscripción de políticas sectoriales comunes. 4) Impulsará activamente el desarrollo sostenible de las regiones fronterizas del país y su integración con espacios similares de los países vecinos. 5) Fortalecerá una diplomacia nacional que promueva y defienda los intereses permanentes del Estado, proteja y apoye sistemáticamente a las comunidades y empresas peruanas en el exterior, y sea instrumento de los objetivos de desarrollo, expansión comercial, captación de inversiones y de recursos de cooperación internacional. 6) Impulsará políticas migratorias globales que incorporen la promoción de oportunidades laborales; y 7) Respetará la soberanía de los Estados y el principio de no-intervención.	de los valores de la tolerancia, el diálogo, la igualdad de oportunidades, la inclusión y cohesión sociales, así como el ejercicio pleno de las libertades fundamentales, se encuentran mejor garantizados en un contexto donde impere el Estado de derecho y donde las instituciones públicas actúen efectivamente. 4) Responsabilidad de cooperar Chile es consciente de la dinámica internacional actual, por lo tanto, su política toma en cuenta la importancia de la interacción de actores estatales y no estatales en el marco internacional. Este cuadro genera importantes oportunidades de cooperación entre los Estados y de éstos con otros sujetos internacionales para encarar mancomunadamente y con herramientas cada vez más eficaces los nuevos desafíos y amenazas. Tomado de: http://chile.gob.cl/es/sobre-chile/asi-es-chile/organizacion-politica/politica-exterior/

REFLEXIONES FINALES

Como se puede apreciar, es necesario establecer un mayor nivel de cohesión en la región, puesto que América Latina, a pesar de haber experimentado varios regionalismos, los cuales pretendían la integración regional, ha fracasado.

El resultado de los fracasos de los regionalismos en América Latina, son una región dividida, con objetivos de política exterior opuestos, donde no existe un solo modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades de todos los Estados y ayude al crecimiento de cada uno de ellos.

Adicionalmente, es necesario enunciar el hecho que, el comercio internacional, está cambiando su rumbo y se dirige a la región asiática, por ende, se torna fundamental la necesidad de establecer un modelo de inserción internacional similar en la región, que pueda ayudar a cada uno de los Estados, entrar en el mercado asiático.

Entonces surge la Alianza del Pacífico, un regionalismo que pretende precisamente, no sólo unificar la región, sino también establecer un modelo de desarrollo e inserción internacional similar; este modelo, adicionalmente permitirá a los Estados parte, la entrada al mercado asiático y lo hará de manera conjunto, por lo tanto, no es preocupante el factor de la competencia frente a mercados asiáticos.

AGRADECIMIENTOS:

El desarrollo de esta ponencia se debe en gran parte a:

Universidad de San Buenaventura Bogotá.

Semillero de investigación: Individuo, sociedad y sistema internacional.

Profesora Jenny Katherin Ortiz Morales.

Profesor Carlos Alberto Chaves.

Profesora Ligia Beatriz Arévalo Malagón.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aranda, C. O., & Aranda, G. A. (12/07/2013). La autonomía en la política exterior latinoamericana: evolución y debates actuales. Retrieved May 28, 2017.

J. (n.d.). Hegemonía, poshegemonía, neoliberalismo y posliberalismo en los debates sobre el regionalismo en América Latina.

Política exterior peruana. (n.d.). Retrieved May 28, 2017, from http://www.rree.gob.pe/politicaexterior/Paginas/Home.aspx

Principios de la Política Exterior Chilena. (n.d.). Retrieved May 28, 2017, from http://chile.gob.cl/es/sobre-chile/asi-es-chile/organizacion-politica/politica-exterior/

Ruiz, J. B. (2013). Ejes y modelos en la etapa actual de la integración económica regional en América Latina. Estudios Internacionales- Universidad de Chile. Retrieved May 28, 2017.

¿QUÉ ES LA ALIANZA? . (2011, April 28). Retrieved May 28, 2017, from https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/#la-alianza-del-pacifico-y-sus-objetivos

R. (2011). REGIONALISMO DEL SIGLO 21: LLENANDO EL ESPACIO ENTRE EL CAMBIO DEL SIGLO 21 Y LAS REGLAS DE CAMBIO DEL SIGLO 20. GINEBRA.

ESTADO DEL ARTE DEL TURISMO Y LA SALUD ESTÉTICA COMO ANTECEDENTE PARA EL ANÁLISIS DE UN MERCADO INTERNACIONAL

Sierra Gómez, María Alejandra[69]; Piedrahita Vanegas, Gustavo Adolfo[70]

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objeto analizar los antecedentes en temas relacionados con salud estética y su relación con el turismo como medio para promoverla. A su vez se espera sirva como fuente secundaria de información para la creación de una empresa prestadora de servicios de turismo que apalanque la salud estética en Colombia.

En 2011, se registraron en Brasil alrededor de 905.124 cirugías plásticas y 542.090 tratamientos no quirúrgicos**,** según el Tercer Estudio Global de Procedimientos de Estéticos realizado por la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica (Isaps). Colombia, por su parte, ha registrado en los últimos cinco años un "crecimiento importante" del turismo de salud, del 0,4 % al 0,8 %,*"traducido en ganancias cercanas a 140 millones de dólares*", según cifras de la Agencia para Promoción y Exportaciones (Proexport). En Colombia se puede ahorrar alrededor del 60% en tratamientos médicos en relación a los Estados Unidos de América.

En Colombia cada día aumenta la demanda del turismo de salud en este país, en especial en ciudades como Cartagena. La especialidad médica por la que más consultan los pacientes internacionales es la cardiología, según datos de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi). Ciudades principales como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla se han

[69] Estudiante de VIII Semestre de Administración de Empresas de Fundación Universitaria del Área Andina Sede Valledupar (Colombia).
[70] Doctorando en Ciencias, mención Gerencia (Universidad Rafael Belloso Chacín - Venezuela). Magister en Administración de Empresas (Universidad de Viña del Mar – Chile). Ingeniero Industrial (Universidad del Atlántico - Colombia). Docente de la Fundación Universitaria del Área Andina Sede Valledupar (Colombia).

centrado en intervenciones de alta complejidad, entre las que destacan las cirugías estéticas, cardiovasculares y oftálmicas.

Este panorama, sumado a un nivel de emprendimiento, permitiría ser un referente a nivel mundial de lo relacionado con el turismo y la salud en el mundo, especialmente en Colombia. Es por esto que se tomó la idea de desarrollas este análisis de orden documental para conocer el estado del arte y aprovechar la información como antecedente para las ideas de negocio en el ramo establecido.

1. MARCO TEÓRICO

La mayoría de las innovaciones de este siglo han sido resultado de la simbiosis entre experiencias, constructos teóricos, práctica e ideas, que permiten a la humanidad solventar situaciones problemas que la aquejan. La salud y el turismo no son la excepción a esta regla, lo cual lo podemos evidenciar en el importante avance entre estas dos disciplinas que se viene gestando en los últimos años, creando un vínculo lleno de fortaleza y seguridad entre ambos.

Adicional a los avances de innovación, se encuentra la globalización, la cual puede movilizar grandes factores de producción disminuyendo los costos y mejorando los beneficios de los usuarios sin tener que sacrificar la calidad de los bienes y servicios ofertados en cada una de las regiones de las diferentes naciones.

En temas de salud, específicamente a nivel estético, se vislumbra desde el punto de vista de la globalización y la innovación un nuevo enfoque al utilizar el turismo como medio para aumentar el tamaño del mercado objetivo llevándolo al plano internacional y a su vez gestionar el ocio de forma tal que apunte a disminuir el nivel de estrés al que se someten los pacientes en las etapas pre y post intervención, disminuyendo su impacto en los usuarios.

"Esta interrelación entre turismo y medicina ha sido un proceso continuo desde hace varias décadas a consecuencia de diversos cambios socioeconómicos que le han permitido un auge considerable" (Castaño, *et al.* 2014)

Se puede afirmar que aún no se cuenta con un concepto claro de lo que en si se hace referencia a lo que es turismo medico debido a la falta de información, sin embargo, se cuenta con algunas fuentes bibliográficas que ayudan a estructurar dicho concepto, generando una visión basándose en sus características fundamentales que son su razón de ser. El turismo está siendo relacionado con la salud y ambos están generando gran impacto y aportando a la economía de diferentes países en la que esta actividad económica está siendo implementada.

1.1 NOMBRAMIENTO DE LA INNOVACIÓN: TURISMO Y SALUD

Según Barriga, *et al* (2001) la relación entre turismo y la salud han recibido denominaciones a nivel de los mercados globalizados como turismo de salud, medical tourism, turismo de bisturí, viajes médicos, viajes de salud, viajes para tratamiento de salud, entre otros, siendo la más aceptada la de turismo de salud. No obstante, lo anterior solo refleja que se ha dado un paso singular en esta materia porque empieza a relacionar el turismo y la salud en un solo sentido permitiendo obtener mejores análisis del mercado.

Como resultado de la revisión de literatura se mostró que el tema de turismo en salud es reciente y aun es poco lo que se ha publicado, prueba de esto lo manifiestan Castaño, *et al*. (2014) quien manifiesta que, a pesar de la escasez de publicaciones se puede plantear su enfoque teórico,

metodológico y epistemológico. Entonces se puede de nombrar esta innovación como Turismo en Salud para darle forma en lo que resta del estudio.

El Turismo en salud, basado en Jadir (2014) se puede definir "*como el proceso cuando una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente a aquel en el que reside*". A nivel mundial el turismo en salud ha evolucionado en diferentes direcciones y con enfoques transdisciplinarios, garantizando la obtención de servicios múltiples, que garanticen la satisfacción de diferentes necesidades en un mismo escenario.

Diaz (2014) mira el turismo médico como una modalidad turística en la cual, el motivo del viaje es someterse a procesos de tratamiento para mejorar la salud o estética de las personas, aprovechando el bajo coste y no tener que hacer largas filas esperando la asignación en sus países de orígenes.

Dentro del turismo en salud se pueden ofrecer los servicios estéticos, quirúrgicos y no quirúrgicos, que se hacen necesarios no solamente por la vanidad de las personas, sino que son el resultado de graves enfermedades accidentes que afectan negativamente la funcionalidad de las personas. "*En estos casos la Cirugía Estética y Reconstructiva permite al paciente no sólo restaurar la parte del cuerpo dañada o perdida, sino hacerlo de forma que su Imagen y su autoestima, principalmente, no se vea tan afectada*" (Diaz, 2014).

La cirugía plástica después de un largo periodo de tiempo ha sido elevada a especialidad médica y según Vergara y Garcia (2010) tiene como meta fundamental obtener la armonía del cuerpo no sólo a nivel estético sino también a nivel funcional.

1.2 APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE PARA LA SALUD ESTETICA

Barriga, *et al*, (2001) indica que la movilidad a nivel de turismo en salud hace que miles de turistas viajen al extranjero, gestionando sus espacios de descansos y vacaciones para someterse a diferentes intervenciones, especialmente en el ramo de la cirugía plástica. Son muchas las personas que no solo quieren viajar a nuevos destinos en búsqueda de cirugías a bajo costo y en función de la distracción si no que contribuyan directamente en la salud física y mental de ellos mismos (Fuentes, 2001).

1.3 IMPACTO DEL TURISMO EN SALUD EN LA ECONOMIA INTERNACIONAL

El turismo en salud estético se viene vislumbrando como una alternativa de crecimiento económico que puede ser aprovechada en los países en vías de desarrollo y con reglamentaciones de talla internacional que permita garantizar la calidad, idoneidad e higiene de las practicas tanto a nivel quirúrgico como no quirico. Según Barriga, et al (2001) esta actividad económica se ha convertido en una opción atractiva para el crecimiento económico potencial en muchos países, y esto, sumado

al bajo costo (ahorros de más del 30%) de los procedimientos genera nuevas demandas aprovechables.

En la actualidad existen organizaciones de todo tipo ampliando su oferta de servicios de salud para volverlas de exportables de tal manera que puedan impactar en otros países diferentes a los de origen donde los costos son elevados y se les puede garantizar un valor agregado en el tramo turísticos (Forestieri, 2012). Pelaez (2013) observa que para atraer los clientes de los países desarrollados se necesita manejar bajos costos y garantizar excelentes paquetes turísticos.

"El turismo de salud es importante no solo porque pertenece a uno de los Sectores de Clase Mundial, sino porque es un sector que tiene alta demanda en la economía global" Vergara y Garcia (2010). Esto da pie para analizar la gran movilidad de millones de dólares en los mercados internacionales y que pueden ser aprovechados para mejorar la calidad de los servicios y la calidad de vida de países como Colombia.

1.4 COLOMBIA Y EL TURISMO EN SALUD

"En el 2013 Colombia terminó como el país número once del mundo donde se realizan más cirugías plásticas, según amerciaeconomía.com Y en Latinoamérica aparece en tercer lugar, después de Brasil y México" (Valencia, 2015)

En Colombia se han hecho diferentes investigaciones y los resultados obtenidos son muy favorables ya que se manejan costos más bajos en comparación con otros países; actualmente recibimos un sin número de extranjeros que deciden salir de su país de residencia con el fin de dar solución a su problema en salud y entre sus opciones se encuentra Colombia gracias a su excelente servicio al cliente y los atractivos turísticos con que se cuentan, lo cual es aprovechable en materia de turismo en salud.

Aunque en Colombia este campo de la cirugía aún está en desarrollo, se proyecta como un sector de clase mundial. Según la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica (SCCP), en Colombia se realizan por año no menos de 300.000 cirugías plásticas, que oscilan entre 5 y 7 millones de pesos cada una según Pelaez (2013).

Colombia ha ganado un reconocimiento mundial en relación a las cirugías plásticas, generando en el país unos nuevos ingresos económicos y mostrando una opción de crecimiento de la economía local (Jadir, 2014), sin embargo, se requiere mayor normatividad y mejorar el control a nivel gubernamental de las instituciones prestadoras de servicio en salud. Esta importante opción económica ha puesto de manifiesto para que las clínicas y hospitales se vean en la obligación de actualizar sus servicios dentro de los estándares internacionales e implementar modelos de gestión de calidad basados en mejoramiento continuo. (Castaño, *et al.* 2014)

Las cirugías más demandadas en el sur de Colombia son las relacionadas con los senos y la liposucción, tal como lo indicada Salazar (2014), quien a su vez manifiesta que los mercados

nacionales no pueden ser segmentados ni caracterizados dado que no existe un nivel socioeconómico preferente en el mercado.

Los precios de mercado que muestra Valencia (2015) en relación a las operaciones de aumento de senos son de promedio de cinco millones de pesos, maso menos mil quinientos dólares americanos y una lipoescultura puede costar alrededor de los diez millones de pesos, algo así como tres mil dólares; Valencia (2015) firma que en promedio al año en Colombia se invierten más de un billón de pesos al año, cifra significativa si se le suman os servicios turísticos en las regiones costeras nacionales.

1.5 TURISMO EN SALUD COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

A partir de los antecedentes de esta revisión de literatura, se ha evidenciado una excelente oportunidad de negocio para inversionistas interesados y como una potencial fuente de generación de ingresos económicos para Colombia, dado que se cuenta con una posición geográfica atractiva para las demás naciones, cuenta con profesionales de la salud de con las más altas competencias y los costos actuales son competitivos a nivel mundial, todo esto sumado a la gran oferta turística nacional la ubican como una potencia en turismo en salud, específicamente en el ramo estético.

No solo se observa un negocio como prestador de los servicios, sino que se puede generar una organización que intermedie e integre los servicios garantizando la correcta y oportuna satisfacción de las necesidades de los pacientes en turismo en salud. Esta organización, alineado a lo manifestado por Castaño, *et al.* (2014), puede prestar servicios de comercialización, promoción, contacto, marketing, concertación de citas, paquetes turísticos, acompañamiento pre y post quirúrgico, servicio al cliente, entre otros.

Montiel (2015) muestra que ProMexico (2013) identificó que los medios más utilizados para la oferta son el internet, la radio y la televisión, las páginas amarillas y la prensa, sin embargo, se puede masificar más identificando mercados objetivos estratégicos de acuerdo con los nichos de mercado que se quieren intervenir como es el caso del uso de la publicidad en los aeropuertos internacionales y en las redes sociales.

En Colombia se desea desarrollar estratégicamente y posicionar el sector del Turismo y el Sector del turismo en salud como sector de talla mundial, ya que por el comportamiento del mercado se ha detectado consumidores con necesidades insatisfechas y oferentes con servicios y productos de la más alta calidad Puentes (2013)

2. METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo con un diseño descriptivo y es de orden documental a través de la revisión de bases de datos como fuentes secundarias de información, utilizando la metodología de Revisión Literatura planteada por Merino-Trujillo (2011).

Un artículo de revisión no es una publicación original y su finalidad es realizar una investigación sobre un tema determinado, en la que se reúnen, analizan y discuta la información relevante y necesaria qué atañe al problema de investigación que se desea abordar. (Sackett, *et al*, 1998, citado por Merino-Trujillo, 2011)

El objetivo fundamental del artículo de revisión es el de intentar identificar qué se conoce del tema, qué se ha investigado, así como conocer los avances más destacados que dicho tema ha tenido en un período de tiempo determinado y qué aspectos permanecen desconocidos

Inicialmente se seleccionaron las bases de datos a estudiar en materia de estado del arte, las cuales fueron Google Académico y Proquest®. Posteriormente se digitaron las palabras claves den cada una de ellas y se seleccionaron las publicaciones cuyo resumen o abstract tuviesen información relacionada con el turismo en salud y brindaran un aporte sustancial al estado del arte. El filtro se haría solo con las publicaciones en español, máximo 100 publicaciones.

Posteriormente se revisarían a fondo las publicaciones preseleccionadas para elegir las más relevantes de acuerdo con su contenido. Todos los artículos seleccionados son incluidos en el instrumento de revisión de literatura indicando al final de la columna cuales son los aportes a la investigación en curso.

Finalmente se construye el documento maestro para la presentación de la investigación de orden documental.

Instrumento:

ITEM	TITULO	RESUMEN (ABSTRACT)	AUTOR(ES)	AÑO	PRINCIPALES APORTES	BASE DE DATOS	OBSERVACIONES

Fuente: Propia, adaptado de Meriño-Trujillo (2011)

3. RESULTADOS

El principal resultado de este análisis está redactado en el titulo Marco Teórico, dado que el resultado de la revisión de literatura fue la que permitió obtener un estado del arte real en relación al turismo en salud.

A pesar de los avances en materia que se tienen a este tiempo, aun se exige una mayor intervención por parte de los investigadores en este nuevo mercado global para el turismo en salud, principalmente en la salud estética, dado que son pocas las publicaciones de orden científica validadas con rigor que se tienen en las bases de datos disponibles. Esto alineado con lo que indica Barriga, *et al.* (2001) permite un escenario aprovechable para generar nuevos espacios de investigación.

Todos los días aumenta el número de personas interesadas en realizarse algún tipo de intervención quirúrgica con el fin de tener un aspecto físico más armónico, anteriormente el turismo medico se implementaba de manera diferente dado que este no ofrecía tratamientos invasivos si no que se basaba en la medicina natural dándole solución a los problemas de salud con tratamientos menos complejos y el nivel de riesgo más bajo.

Los costos del turismo de salud estético en Colombia son competitivos a nivel regional y mundial, lo cual indica una excelente oportunidad de negocio. Son muchos los aspectos evidenciados en la revisión, los cuales pueden ser caracterizados, pero solo se pueden indicar aumentando los niveles de profundidad de los estudios científicos para conocer la magnitud de los mercados nacientes en este tipo de innovaciones.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Colombia puede convertirse en un referente mundial en el mercado del turismo en salud, especialmente en el tema estético, garantizando que los profesionales de la salud y las instituciones sean de excelencia en la calidad de orden mundial

Para lo anterior se exige que las normas actuales sean adaptadas a los más altos estándares a nivel global en materia de salud estética, que le permita al estado aumentar el control de este sector de la economía y evitar problemas de mala calidad en el servicio y las empresas de garaje.

En Colombia se cuentan con especialistas altamente calificados e instituciones certificadas para realizar todo tipo de procedimiento; se están implementando diferentes estrategias para darle un mejor posicionamiento a el sector de turismo en salud, ya que la prospectiva que se tiene de esta fuente generadora de empleo e ingresos a la economía actual son cada vez más alentadoras

Según Jadir (2014) el servicio de turismo en salud se ha venido desarrollando en todo el mundo siempre en búsqueda de los mejores servicios y costos, y si sumado a esto se garantizan unas vacaciones para los pacientes y sus acompañantes, le daría un plus generando excelentes ingresos y generando calidad de vida para los colombianos.

Alineado a los resultados, se recomienda la creación de una idea de negocio para crear una organización encargada de ofrecer un servicio de intermediación turística en salud estética, cuyo objetivo sea el de garantizar un servicio integral en temas turísticos, quirúrgicos y no quirúrgicos, pre y post operación, de la rama estética. Se deben implementar estrategias de marketing, tales como la creación de una página web dinámica, para ofertar los servicios y aprovechar los mercados globales con precios competitivos.

AGRADECIMIENTOS

Este estudio fue gracias a la fuerza divina del creador del todo, de todo eso que nuestros sentidos pueden apreciar y disfrutar: DIOS.

A nuestras familias, gracias por entender dedicarle tiempo a la investigación, tiempo que normalmente usamos para compartir con ella.

Gracias a la Fundación Universitaria del Área Andina en cabeza de su Rector Nacional Fernando Laverde y en la sede Valledupar a su Rectora Gelca Gutierrez, quienes a través de la Directora de Programa Maria del Mar Restrepo nos garantizaron el tiempo, el espacio y los recursos necesarios para el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, gracias a todos los inquietos investigadores del mundo que nos brindan sus pensamientos escritos para generar este tipo de documentos.

BIBLIOGRAFIA

Barriga Castro, Adriana Milena; Farías Villarraga, Martha Lucía; Ruiz Barreto, Ángela Liliana; Sánchez Victoria, Angie Jennefer; Jiménez Barbosa, Wilson Giovanni. "*Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia*". Año 2011.

Castaño Valle, Maria Alejandra; Arenas Pajon, Claudia Helena; Gómez, Clara Inés. *"Percepciones de los (las) pacientes extranjeros (as) atendidos (as) durante el año 2010 en la Clínica las Américas: Buscando la internacionalización".* Año 2014.

Díaz Guapache, Diana Melissa. *"Comportamiento del mercado de las cirugías plásticas reconstructivas en Colombia".* Año 2014.

Fuentes, Patricia. "*El turismo de salud como producto turístico en auge*". Año 2011.

Forestieri Bustos, Kelly Tatiana. "T*urismo medico como opción de desarrollo del sector salud en Colombia".* Año 2012.

Merino-Trujillo, Alejandra. *"Como escribir documentos científicos (Parte 3). Artículo de Revisión".* Año 2011

Montiel Flores, Julio César. *"Estrategias publicitarias en línea ahora Utilizada por la oferta de turismo médico plástico y estético: El caso de Tijuana, Baja California, México".* Año 2015.

Peláez Osorio, Ana Catalina. "*Las experiencias de consumo del usuario en servicios de cirugía plástica estética".* Año 2013.

Puentes Silva, Laura Patricia. *"El sector del turismo en salud bajo el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos".* Año 2013.

Salazar Figueroa, Juliana. *"Sueños alcanzados con un bisturí, algunos chuzones y unas cuantas horas de vuelo. experiencias quirúrgicas estéticas de mujeres caleñas y turismo medico estético en Cali".* Año 2014.

Vergara Martínez, Marisol; García Orrego, Melissa. *"Turismo y salud la unión del futuro"*. Año 2010.

Valencia Nieto, Daniel Guillermo. *"Doblegados por la sociedad: las decisiones que afectan la salud mental y física de las personas".* Año 2010.

ANÁLISIS MACROECONÓMICO DE LOS PAÍSES PERTENECIENTES A LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN

Ana María Cazallo Antúnez [71] Eduardo José Rafael Salazar Araujo[72]

Héctor José Medina Carrascal[73]

RESUMEN (300 palabras)

Con este trabajo se busca analizar la situación macroeconómica de los países pertenecientes a Asociación Latinoamericana de Integración, en los sucesivo ALADI, durante el periodo (2006-2015). La constitución de este bloque se justifica por la necesidad de lograr un mercado común latinoamericano a través de la creación de un área de preferencias económicas. Para ello, es preciso conocer la situación macroeconómica de cada uno de los países que componen ALADI y la importancia que ésta posee como bloque desde su creación. La metodología cualitativa y su enfoque es descriptivo siendo el resultado de este trabajo el análisis de las variables macroeconómicas más importante para poder conocer la situación actual y su evolución durante el periodo 2006-2015. Entre las variables analizadas cabe resaltar: la población, la tasa de crecimiento económico, el PIB per cápita, la inflación, la tasa de desempleo, exportaciones e importaciones y la balanza comercial. El resultado de este trabajo es el análisis de las características de la población y de las variables macroeconómicas más importantes para poder conocer la situación actual y su evolución durante el periodo, al mismo tiempo que permite proyectar el futuro de ALADI y conocer el papel o rol que cada país asume dentro del bloque.

[71] Doctora por la Universidad de Sevilla (España); Investigador de la Universidad Simón Bolívar (Colombia); ana.cazallo@unisimonbolivar.edu.co

[72] Magister en Logística y Comercio Internacional por la Universidad Latina de Panamá (Panamá)
Docente de la Universidad Simón Bolívar (Colombia); esalazar4@unisimonbolivar.edu.co

[73] Magister en Administración de Empresas e Innovación por la Universidad Simón Bolívar (Colombia); Profesor de la Universidad Simón Bolívar (Colombia); hmedina1@unisimonbolivar.edu.co

ABSTRACT (300 palabras)

This paper seeks to analyze the macroeconomic situation of the countries belonging to the Latin American Integration Association, in the following ALADI, during the period (2006-2015). The constitution of this block is justified by the need to achieve a common Latin American market through the creation of an area of economic preferences. For this, it is necessary to know the macroeconomic situation of each of the countries that make up ALADI and the importance it has had as a bloc since its creation. The qualitative methodology and its approach is descriptive and the result of this work is the analysis of the most important macroeconomic variables to be able to know the current situation and its evolution during the period 2006-2015. Among the variables analyzed, the following should be highlighted: population, economic growth rate, GDP per capita, inflation, unemployment rate, exports and imports, and trade balance. The result of this work is the analysis of the characteristics of the population and the most important macroeconomic variables to be able to know the current situation and its evolution during the period, at the same time as it allows to project the future of ALADI and to know the role or role Which each country assumes within the bloc.

Palabras clave: Análisis macroeconómico; Asociación Latinoamericana de Integración; Crecimiento económico; Indicadores macroeconómicos; Población (J00; J01; J08).

Key words: Economic growth; Latin American Integration Association; Macroeconomic analysis; Macroeconomic indicators; Population

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se analizan los indicadores macroeconómicos de los países pertenecientes a la Asociación Latinoamericana de Integración, en los sucesivo ALADI, durante el periodo (2006-2015). (Asociación Latinoamericana de Integración, 2016) Esta asociación es un organismo intergubernamental que promueve la expansión e integración de la región a través de la creación de un mercado común y contribuya al desarrollo económico y social. (Asociación Latinoamericana de Intergración, 2016). Es en el Tratado de Montevideo en 1980 cuando se aprueba el marco jurídico global por el que se constituye y regula ALADI con objeto de crear un área de preferencias económicas y servir de base para la creación de un mercado común latinoamericano para lo cual dispone de mecanismos preferencia en materia arancelaria y de promoción al comercio entre los países miembros. En la actualidad está compuesta por trece países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) que serán objeto del análisis. Asimismo, se contempla cooperación con otros países dentro del continente americano u otros bloques económicos a de otros continentes. A continuación se presenta la información general de los países miembros:

Tabla 1. Información general de los países miembros (2015)

Nombre	Capital	Entrada en ALADI	Población (miles hab.)	Extensión (km2)	Idioma oficial	Moneda
República de Argentina	Buenos Aires	Fundador	438.747	2.780.400	Castellano	Pesos argentinos
Estado Plurinacional de Bolivia	Sucre y La Paz[74]	Fundador	10.888	1.098.580	Castellano	Bolivianos
República Federativa de Brasil	Brasilia	Fundador	206.101	8.515.770	Portugués	Reales brasileños
República de Chile	Santiago de Chile	Fundador	18.006	756.096	Castellano	Pesos chilenos
República de Colombia	Bogotá	Fundador	48.203	1.141.749	Castellano	Pesos colombianos
República de Cuba	La Habana	1999	11.393	109.880	Castellano	Pesos cubanos
República de Ecuador	Quito	Fundador	16.385	256.370	Castellano	Dólares USA
México	Ciudad de México	Fundador	121.006	1.964.380	Castellano	Pesos mexicanos
República del Paraguay	Asunción	Fundador	6.725	406.752	Castellano	Guaranies
República de Panamá	Panamá	2012	3.990	75.420	Castellano	Balboas
República del Perú	Lima	Fundador	31.148	1.285.220	Castellano	Soles

[74] Sucre es su capital constitucional y sede del órgano judicial, y La Paz es la sede de los órganos ejecutivo, legislativo y electoral.

República Oriental del Uruguay	Montevideo	Fundador	3.467	176.220	Castellano	Pesos uruguayos
República Bolivariana de Venezuela	Caracas	Fundador	31.519	912.050	Castellano	Bolívares
Totales:			947.578	19.478.887		

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos consultados el 27/05/2017 en http://www.datosmacro.com/paises/ y http://www.aladi.org/

2. MARCO TEÓRICO

Integración Económica.

Se define el concepto de integración económica como un conjunto de procesos en los que diferentes países, generalmente próximos desde el punto de vista geográfico, establecen acuerdos para eliminar obstáculos económicos entre sí, lo que conlleva a pensar que se trata de proyectos complejos que van más allá de temas de liberalización comercial (Maesso Corral, 2011). A partir del segundo quinquenio de los años 50, comenzaron a sistematizarse las propuestas relativas a la integración económica de América Latina, como parte de los análisis sobre los problemas del desarrollo de la región que la CEPAL venía realizando desde fines de la década anterior. Por ello, el diagnóstico que fundamentaba la necesidad de la integración regional tenía como telón de fondo la oposición centro/periferia, la restricción externa y la escasez de capital y de tecnología, que entonces constituían el eje central del pensamiento estructuralista latinoamericano, basado en el documento seminal de RaulPrebisch: "El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas" (CEPAL, 1962). En contraposición con Europa, donde los países involucrados en el proceso de formación del mercado común disponían ya de una plataforma industrial relativamente avanzada, en la visión elaborada por la CEPAL para América Latina la integración económica se vinculaba directamente con el logro de un nivel más alto de industrialización.

Economía Internacional.

La economía internacional es una intrincada red de conexiones comerciales **y** financiera entre los países. Cuando el sistema económico internacional fluye, contribuye al rápido crecimiento

económico, cuando los sistemas comerciales se rompen, la producción y los ingresos sufren en todo el mundo. Por lo tanto, los países consideran en impacto de sus políticas comerciales y de sus políticas financieras internacionales en sus objetivos domésticos de alta producción, alto empleo y estabilidad de precios.

La situación macroeconómica en Latinoamérica

(Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2015) La economía mundial se encuentre en continua evolución y cambios que a su vez implican cierto riesgo e inestabilidad no sólo en el ámbito económico-financiero, sino también en el geopolítico. A pesar de que, la economía mundial se sitúa en una tendencia de positiva el crecimiento económico en los países desarrollados aún es inferior a las tasas óptimas para una economía desarrollada.

(Contraloría de la República, 2015) El comportamiento de la economía mundial y la volatilidad en los precios del petróleo han sido factores claves en el comportamiento de las economías de ALADI durante el periodo 2011-2015. Además, durante los primeros años del periodo de análisis, los países desarrollados, Estados Unidos y Unión Europea, se encontraban inmersos en una profunda crisis, siendo los países emergentes los que lideraron el crecimiento económico mundial, asumiendo China el liderazgo con unas tasas de crecimiento por encima del 7%. A partir del año 2014 la economía estadounidense comienza a repuntar consolidando dicho crecimiento en 2015 y dejando atrás la recesión económica iniciada en 2008. Sin embargo y para el caso de Latinoamérica, y concretamente para el caso de las economías emergentes, la crisis económica azota en el bienio 2014-2015, hecho que afecta a los países de la ALADI y que se analizará en este trabajo. Otros dos factores de especial relevancia son, en primer lugar, la fuerte caída de las monedas locales frente al dólar que ha afectado a las balanzas comerciales de los países y, en segundo, la caída de los precios del petróleo y otras materias primas ha perjudicado duramente a las economías latinoamericanas debido a la enorme dependencia de sus economías respecto al precio de estos productos.

Macroeconomía.

La macroeconomía es una disciplina que se encarga de estudiar el comportamiento y el desarrollo agregado de la economía. Cuando se habla de agregado se hace referencia a la suma de un gran número de acciones individuales realizadas por personas, empresas, consumidores, productores, trabajadores, Estado, etc., las cuales componen la vida económica de un país. La macroeconomía busca, principalmente, estudiar temas como la producción, los precios, el comercio internacional y el desempleo. Para desarrollar su estudio y análisis de estos temas, la macroeconomía ha desarrollado algunas metodologías que, basadas en datos recolectados, le permiten observar y medir los cambios y las tendencias de la economía. Samuelson (2010) define macroeconomía como el estudio de la conducta de la economía en su conjunto. Examina las fuerzas que afectan a las empresas, a los consumidores y a los trabajadores. La macroeconomía busca tres grandes metas: 1. Producción, 2. Empleo y 3. Precios estables.

En primer lugar, el objetivo de la producción es alcanzar alto nivel y rápido crecimiento del producto. La medida más clara de la producción total de una economía es el producto interno bruto (PIB). El PIB es la medida del valor de mercado de todos los bienes y servicios finales. El PIB per cápita es una medida económica que indica la relación existente entre la población de un país y su nivel de renta. El segundo objetivo es tener un alto empleo o un bajo desempleo. De todos los indicadores macroeconómicos, el empleo y el desempleo son los que afectan de manera directa a los individuos. La población desea obtener empleos bien remunerados sin necesidad de buscarlos o de esperar demasiado, y quiere seguridad y buenas prestaciones. Y en último y tercer objetivo se encuentra la estabilidad de precios, la cual se define como una tasa de inflación baja y estable.

De acuerdo a lo anterior, en este trabajo se describen las variables macroeconómicas a analizar para así poder observar el comportamiento durante el periodo de análisis (2011-2015). Está enmarcado dentro de la ciencia económica en la parte de la macroeconomía, esta es definida (Mochón, 2005) como "el estudio de la economía en su conjunto. Su propósito es obtener una visión simplificada de la economía pero que al mismo tiempo permita conocer y actuar sobre el nivel de actividad económica de un país determinado o de un conjunto de países" (p. 240). Asimismo, establece que los objetivos de la macroeconomía son: el crecimiento de la producción, tener una tasa de desempleo baja y por ende, un elevado empleo y la estabilidad de precios. (Blanchard, 2000) Para la realización del análisis macroeconómico es preciso observar e investigar la evolución de las siguientes variables, producción, tasa de desempleo y tasa de inflación.

Con carácter adicional y dado que el trabajo de investigación se enmarca dentro de un contexto internacional se analiza la balanza comercial entre los países pertenecientes a ALADI y el comportamiento de las exportaciones e importaciones. En este sentido se entiende por balanza comercial a la parte de la balanza de pagos de un país que se refiere a las importaciones o exportaciones de bienes (Samuelson & Nordhaus, 2010).

3. METODOLOGÍA DE ESTUDIO

El enfoque investigativo de este trabajo es, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), cualitativo ya que utiliza la recolección y análisis de los datos para describir la evolución de los indicadores macroeconómicos de los países pertenecientes a ALADI. La técnica utilizada, (Monje, 2011), es descriptiva puesto que se centra en el análisis y la descripción de la evolución de los indicadores observados a través de series de tiempo.

El proceso de investigación utilizado sigue las pautas establecidas por Monje (2011) y son las siguientes: exploración de la situación, diseño, recolección de datos cualitativos, organización de la información, análisis, interpretación de los resultados y conceptualización inductiva. Para el caso concreto de este trabajo se realizó una revisión literaria sobre las variables de producción, precio, inflación, finanzas públicas o gubernamentales y balanza comercial. Acto seguido, se recolectar la información respecto los indicadores macroeconómicos para estudiar su evolución durante el periodo 2006-2015. A raíz de esta información analizan e interpretan los indicadores y se describen los resultados y se conceptualiza de forma inductiva.

4. RESULTADOS

4.1. Producción

(O´Kean, 1994) El PIB es el indicador que mejor representa la marcha de una economía y representa la suma de la producción de un país en un año. El comportamiento de la tasa de crecimiento del PIB en la década 2006-2015 pone de manifiesto la existencia de economías que términos promedios han crecido por encima del 5% como Bolivia, Panamá, Paraguay y Perú y economías que han crecido a unas tasas menores. Cabe resaltar que las economías que presentan un mayor crecimiento son las de menor PIB y PIB per cápita por lo que a pesar de que presentan un mayor crecimiento aún se encuentran por debajo. Además se comprueba la inestabilidad en las tasas de crecimiento del PIB en la mayoría de los países miembros teniendo durante el plazo objeto de estudio oscilaciones por encima del 4% lo que muestra una volatilidad y vulnerabilidad económica.

Tabla 2. Evolución de la tasa de crecimiento del PIB (2006-2015)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
Argentina	8,1	9	4,1	-6	10,4	6,1	-1,1	2,3	-2,6	2,4	3,27
Bolivia	4,8	4,6	6,1	3,4	4,1	5,2	5,1	6,8	5,5	4,8	5,04
Brasil	4	6,1	5,1	-0,1	7,5	3,9	1,9	3	0,1	-3,8	2,77
Chile	4,4	5,2	3,3	-1	5,8	5,8	5,5	4	1,9	2,3	3,72
Colombia	6,7	6,9	3,5	1,7	4	6,6	4	4,9	4,4	3,1	4,58
Cuba	12,1	7,3	4,1	1,4	2,4	2,8	3	2,7			4,48
Ecuador	4,4	2,2	6,4	0,6	3,5	7,9	5,6	4,9	4	0,2	3,97
México	4,9	3,2	1,4	-4,7	5,1	4	4	1,4	2,2	2,5	2,40
Panamá	8,7	12	8,6	1,6	5,8	11,8	9,2	6,6	6,1	5,8	7,62
Paraguay	4,8	5,4	6,4	-4	13,1	4,3	-1,2	14	4,7	3	5,05
Perú	7,5	8,5	9,1	1,1	8,3	6,3	6,1	5,9	2,4	3,3	5,85
Uruguay	4,1	6,5	7,2	4,2	7,8	5,2	3,5	4,6	3,2	1	4,73
Venezuela	9,9	8,8	5,3	-3,2	-1,5	4,2	5,6	1,3	-3,9		2,94

Fuente: http://datos.bancomundial.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG consultada el 31/3/2017

En segundo lugar, se observa el comportamiento del PIB per cápita, es decir, la relación entre PIB y el número de habitantes. Este indicador permite obtener una primera visión sobre el nivel de riqueza de los habitantes de un país, no obstante, es importante tener en cuenta el grado de desigualdad existente en los países y si la brecha entre ricos y pobres es muy alta como ocurre en el caso de Colombia. A nivel general se nuestra una tendencia creciente con un crecimiento entre el 15-35% en los niveles de PIB per cápita para gran parte de los países lo que se interpreta como un paso importante en materia de crecimiento y en la lucha por el pasar de economías en vías en desarrollo hacia economías desarrolladas. Como dato curioso, cabe mencionar el crecimiento del 64% en Panamá debido en parte a los beneficios fiscales que este país ofrece y que deriva en una tasa de PIB alta ya que es un país atractivo a nivel internacional. Cabe mencionar el escaso

crecimiento de la tasa en México, creciendo sólo un 6% desde 2006 hasta 2015. Si se relaciona con la tabla 1 se observa una caída de la tasa de crecimiento del PIB en el segundo quinquenio que lo que puede ser justificación del escaso crecimiento del PIB per cápita en la década estudiada el retroceso de la posición de este país en comparación con el resto de miembros de ALADI si se compara el dato de 2006 con 2015. Como ocurriese con la tasa de crecimiento del PIB se observa la existencia de grandes diferencias entre los países pertenecientes a ALADI aspecto que entorpece la construcción de un bloque económico sólido.

Tabla 3. Evolución del PIB per cápita (2006-2015)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Incremento
Argentina	16.640	17.954	18.498	17.208	18.794	19.742	19.331	19.570	18.873	19.126	15%
Bolivia	4.837	4.973	5.191	5.278	5.408	5.599	5.793	6.091	6.325	6.531	35%
Brasil	12.533	13.150	13.679	13.528	14.406	14.827	14.970	15.282	15.162	14.455	15%
Chile	17.797	18.507	18.906	18.506	19.357	20.266	21.142	21.748	21.923	22.197	25%
Colombia	9.760	10.307	10.547	10.600	10.901	11.497	11.840	12.296	12.715	12.988	33%
Cuba	15.937	17.081	17.775	18.021	18.434	18.925	19.462	19.950			25%
Ecuador	8.837	8.880	9.286	9.184	9.352	9.927	10.322	10.666	10.923	10.777	22%
México	15.609	15.859	15.825	14.843	15.365	15.754	16.158	16.157	16.303	16.490	6%
Panamá	12.722	13.998	14.942	14.922	15.516	17.059	18.326	19.222	20.059	20.885	64%
Paraguay	6.319	6.568	6.892	6.532	7.290	7.505	7.312	8.227	8.502	8.639	37%
Perú	8.068	8.649	9.323	9.309	9.957	10.449	10.944	11.430	11.545	11.768	46%
Uruguay	13.486	14.330	15.308	15.901	17.082	17.905	18.478	19.271	19.828	19.952	48%
Venezuela	16.160	17.289	17.913	17.071	16.563	17.002	17.702	17.690	16.769		4%

Fuente:
http://datos.bancomundial.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.KD?name_desc=true&view=map consultada el 31/3/2017

4.2. Precios

Los precios es una pieza clave en la economía y es a través de la inflación, es decir, la variable que suministra el cambio porcentual anual de los precios de los bienes a los consumidores comparados con los precios de los bienes a los consumidores del año anterior, y su estabilidad es uno de los objetivos principales de los Bancos Centrales y la política monetaria ya que, en términos generales, el incremento de la inflación está estrechamente relacionada con un exceso de dinero en la economía. No obstante, esto no ocurre para el caso de la economía venezolana ya que la elevada tasa de inflación se justifica por la situación sociopolítica que atraviesa el país. Los efectos derivados del "corralito" en Argentina también reportaron unas tasas de inflación en torno al 10% durante el periodo. Para el resto de países, los que no han sufrido problemas severos en materia económica, social o política el objetivo de inflación por debajo del 5%, caso de Colombia el techo de inflación está en 3% con una horquilla del 1%, es decir, entre el 2-4% ya que con esta tasa de inflación se absorbe el incremento de los precios derivado de los incrementos del PIB. Es decir, los precios tienen que subir pero de manera controlada y conforme al crecimiento de la producción para mantener la estabilidad macroeconómica.

Tabla 4. Evolución de la inflación (2006-2015)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
Argentina	10,9	8,8	8,6	6,3	10,8	9,5	10,0	10,6			9,4
Bolivia	4,3	8,7	14,0	3,3	2,5	9,8	4,6	5,7	5,8	4,1	6,3
Brasil	4,2	3,6	5,7	4,9	5,0	6,6	5,4	6,2	6,3	9,0	5,7
Chile	3,4	4,4	8,7	0,1	1,4	3,3	3,0	1,8	4,4	4,3	3,5
Colombia	4,3	5,5	7,0	4,2	2,3	3,4	3,2	2,0	2,9	5,0	4,0
Cuba	5,0	3,1	3,4	-0,5	0,7	4,7	5,5	6,0			3,5
Ecuador	3,0	2,3	8,4	5,2	3,6	4,5	5,1	2,7	3,6	4,0	4,2
México	3,6	4,0	5,1	5,3	4,2	3,4	4,1	3,8	4,0	2,7	4,0
Panamá	2,1	4,2	8,8	2,4	3,5	5,9	5,7	4,0	2,6	0,1	3,9
Paraguay	9,6	8,1	10,2	2,6	4,7	8,3	3,7	2,7	5,0	3,1	5,8
Perú	2,0	1,8	5,8	2,9	1,5	3,4	3,7	2,8	3,2	3,6	3,1
Uruguay	6,4	8,1	7,9	7,1	6,7	8,1	8,1	8,6	8,9	8,7	7,8
Venezuela	13,7	18,7	31,4	27,1	28,2	26,1	21,1	40,6	62,2	121,7	39,1

Fuente: http://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG consultada el 31/3/2017; http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=cu&v=71&l=es consultada el 27/5/2017

4.3. Empleo

El escaso nivel de desarrollo en materia de Estado del Bienestar, ausencia de subsidios por desempleo, característico de los países en vías de desarrollo repercute directamente en unas tasas de desempleo bajas ya que la ausencia de empleo implica la ausencia de renta e ingreso para las

familias. Asimismo, existen diferentes modos de calcular la tasa de desempleo y ésta no está armonizada y es de difícil comparación con la de países desarrollados. Por este motivo, es importante tener en cuenta los aspectos metodológicos para el cálculo de la tasa de desempleo. Pese a ello, en líneas generales la tasa de desempleo es baja en la mayor parte de los países de pertenecientes a ALADI siendo igual a un desempleo coyuntural y no estructural. Existen tres países donde la tasa de desempleo es elevada: Argentina, Venezuela y Colombia. Para el caso de los dos primeros es consecuencia de la situación político-económica que ha atravesado o está atravesando el país mientras que para el caso de Colombia se debe en gran medida a la elevada economía sumergida o informal que existe en ese país.

Tabla 5. Evolución de la tasa de desempleo (2006-2015)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	10,1	8,5	7,8	8,6	7,7	7,2	7,2	7,1	8,2	n.d.
Bolivia	5,3	5,2	2,9	3,4	3,3	2,7	2,7	2,6	2,7	n.d.
Brasil	8,4	8,1	7,1	8,3	7,9	6,7	6,1	6,5	6,8	n.d.
Chile	7,7	7,1	7,8	9,7	8,1	7,1	6,4	6	6,4	n.d.
Colombia	11,7	11,2	11,1	11,8	12	11,1	10,6	9,6	10,1	n.d.
Cuba	1,9	1,8	1,6	1,7	2,5	3,2	3,2	3,2	3,3	n.d.
Ecuador	6,3	5	6	6,5	5	4,2	4,1	4,2	4,6	n.d.
México	3,2	3,4	3,5	5,2	5,2	5,3	4,9	4,9	4,9	n.d.
Panamá	8,7	6,4	5,6	6,6	6,5	4,5	4	4,1	4,3	n.d.
Paraguay	6,7	5,6	5,6	6,5	5,7	4,3	4,9	5	4,5	n.d.
Perú	4,6	4,5	4,5	4,4	4	3,9	3,6	4	4,2	n.d.
Uruguay	10,6	9,2	7,6	7,3	7,2	6,3	6,5	6,6	7	n.d.
Venezuela	9,3	7,5	6,9	7,8	8,6	8,3	8,1	7,5	8,6	n.d.

Fuente: http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS consultada 31/3/2017

4.4. Balanza comercial

4.4.1. Exportaciones

En la tabla 6 se muestra la evolución de las exportaciones de los países pertenecientes ALADI y se observa el papel predominantes en de México y Brasil en materia de exportación, también son los que tienen mayor población, siendo consideradas las dos grandes potencias en Latinoamérica y la caída en el año 2015 de las exportaciones venezolanas como consecuencia de la situación político-económica que atraviesa ese país y la caída de las exportaciones de petróleo, su principal fuente de riqueza. En líneas generales, si se analiza el bloque de ALADI se observa que a partir de 2011 se produce un incremento en las exportaciones del bloque hasta 2014 como consecuencia del auge económico y es en 2015 cuando se observa un descenso derivado de la crisis que empiezan a sufrir los países latinoamericanos.

Tabla 6. Evolución de las exportaciones (2006-2015)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	46.546	55.980	70.019	55.672	68.187	84.051	80.246	76.634	68.335	56.787
Bolivia	4.223	4.860	6.953	5.417	7.052	9.215	11.991	12.328	13.034	8.912
Brasil	137.470	160.262	197.942	152.995	202.640	256.040	242.580	242.179	225.101	144.496
Colombia	24.375	30.011	37.626	32.850	39.662	56.954	60.125	58.824	54.795	35.691
Cuba *	2.925	3.686	3.664	2.863	4.550	5.870	5.577	5.283	4.857	3.350
Chile	55.882	65.740	69.088	49.921	67.424	80.766	76.745	76.194	74.213	62.041
Ecuador	12.728	14.321	18.818	13.863	17.490	22.322	23.765	24.751	25.724	18.331
México	249.925	271.875	291.343	229.704	298.473	349.375	370.770	380.015	396.912	380.623
Panamá **	6.417	7.602	8.605	9.800	9.228	12.602	7.447	6.957	4.620	4.746
Paraguay	3.472	4.724	6.407	5.080	6.517	7.776	7.284	9.432	9.656	8.328
Perú	22.737	26.824	30.426	25.905	34.535	44.687	43.563	39.499	35.660	31.904
Uruguay	3.989	4.514	5.949	5.386	6.741	7.912	8.709	9.067	9.136	7.679
Venezuela ***	65.693	69.980	95.021	57.603	65.745	92.811	97.340	88.753	74.714	36.627
Total Bloque	**636.382**	**720.380**	**841.860**	**647.059**	**828.243**	**1.030.382**	**1.036.142**	**1.029.915**	**996.759**	**799.513**
Total Mundial * **	**12.127.771**	**14.020.775**	**16.148.864**	**12.555.778**	**15.302.138**	**18.338.967**	**18.497.485**	**18.939.388**	**18.995.654**	**16.551.591**

Estadísticas Sistema de Información de Comercio Exterior (SICOEX) (12/04/2016) - ALADI. Disponible en: http://www.aladi.org/ ; * Oficina Nacional de Estadística (ONEI) (12/04/2016) República de Cuba, Disponible en: http://www.one.cu/ ; ** The Observatory of Economic Complexity (OEC) (12/04/2016) MIT Media Lab Macro Connections group, Massachusetts Institute of Technology, Disponible en: http://atlas.media.mit.edu/es/ ; *** UNCTAD STAT (12/04/2016), United Nations Conference Of Trade And Development. Disponible en: http://unctadstat.unctad.org (Cifras en Miles de Millones USD).

4.4.2. Importaciones

El comportamiento de las importaciones es similar al de las exportaciones en ALADI ya que México y Brasil son los países que importan y también se produce un cambio en la tendencia en 2011 que dura hasta 2014 siendo en 2015 cuando vuelve a disminuir.

Tabla 7. Evolución de las importaciones (2006-2015)

Importaciones	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	34.154	44.707	57.462	38.786	56.793	74.319	68.020	73.656	65.323	59.750
Bolivia	2.825	3.457	4.987	4.467	5.604	7.936	8.590	9.353	10.674	9.766
Brasil	95.903	126.655	182.405	133.611	191.481	236.964	233.368	250.445	239.079	178.803
Colombia	26.162	32.897	39.669	32.898	40.486	54.233	59.048	59.381	64.029	54.058
Cuba *	9.498	10.079	14.234	8.906	10.644	13.952	13.801	14.707	13.037	11.702
Chile	34.726	42.742	56.645	38.791	52.845	66.417	70.712	71.837	70.882	57.321
Ecuador	12.059	13.822	18.597	15.090	20.590	24.285	25.304	26.781	27.518	21.387
México	256.058	281.949	308.603	234.385	301.482	350.843	370.752	381.210	399.977	395.232
Panamá **	10.775	13.269	15.737	13.877	16.737	21.802	22.821	21.754	21.142	18.922
Paraguay	4.775	5.875	9.062	6.962	10.033	12.367	11.555	12.142	12.169	9.459
Perú	15.294	20.418	29.882	21.804	29.914	37.844	42.196	43.328	42.173	37.798
Uruguay	4.775	5.628	8.933	6.907	8.622	10.726	11.652	11.642	11.485	9.489
Venezuela ***	33.616	46.097	50.450	41.540	36.479	47.723	57.248	48.773	43.169	32.740
Total Bloque	**540.620**	**647.596**	**796.666**	**598.023**	**781.710**	**959.413**	**995.067**	**1.025.009**	**1.020.657**	**896.429**

Total Mundial * ** *** ** *** **

Panamá **	-4.358	-5.667	-7.132	-4.077	-7.509	-9.200	-15.374	-14.797	-16.522	-14.176
Paraguay	-1.303	-1.151	-2.655	-1.882	-3.517	-4.591	-4.271	-2.710	-2.513	-1.131
Perú	7.444	6.406	544	4.101	4.622	6.843	1.367	-3.830	-6.513	-5.895
Uruguay	-786	-1.114	-2.984	-1.521	-1.881	-2.815	-2.943	-2.575	-2.348	-1.810
Venezuela ***	32.077	23.883	44.571	16.063	29.266	45.088	40.092	39.980	31.545	3.887
Total Bloque	**95.763**	**72.784**	**45.195**	**49.036**	**46.533**	**70.969**	**41.075**	**4.906**	**-23.898**	**-96.916**
Total Mundial ***	**12.355.258**	**14.229.607**	**16.467.643**	**12.689.586**	**15.420.513**	**18.415.633**	**18.625.032**	**18.908.723**	**18.996.512**	**16.607.237**

Estadísticas Sistema de Información de Comercio Exterior (SICOEX) (12/04/2016) - ALADI. Disponible en: http://www.aladi.org/ ; * Oficina Nacional de Estadística (ONEI) (12/04/2016) República de Cuba, Disponible en: http://www.one.cu/ ; ** The Observatory of Economic Complexity (OEC) (12/04/2016) MIT Media Lab Macro Connections group, Massachusetts Institute of Technology, Disponible en: http://atlas.media.mit.edu/es/ ; *** UNCTAD STAT (12/04/2016), United Nations Conference Of Trade And Development. Disponible en: http://unctadstat.unctad.org (Cifras en Miles de Millones USD).

5. CONCLUSIONES

La constitución de ALADI como bloque económico tuvo unas objetivos marcados que ha día de hoy no han sido alcanzados debido en parte a la falta de homogeneización y armonización de los países miembros. Por otro lado, las crisis económicas y los diferentes niveles de crecimiento entre los países miembros hacen casi imposible el éxito del proyecto planteado en el Tratado de Montevideo en 1980 a partir del cual se creó ALADI. Esto unido a los problemas políticos-económicos existentes en países como Argentina o Venezuela, países que estaban llamados a ser motores del desarrollo dentro del conjunto de los países latinoamericanos ha frenado mucho en desarrollo y la consolidación de un bloque económico.

En definitiva, los países pertenecientes a ALADI deben actuar de manera contundente en la eliminación de barreras y fronteras que marquen diferencias sociales, políticas y económicas. También, deben buscar la estabilidad macroeconómica de los países miembros y fomentar y promover el comercio y los negocios entre los países del bloque constituido.

6. RECOMENDACIONES Y/O AGRADECIMIENTOS

Tal y como ocurriese en otros bloques económicos como por ejemplo la Unión Europea es preciso que dentro de los países miembros exista una similitud u homogeneización de a nivel socioeconómico. Asimismo, es preciso que la apertura de un proceso de armonización en materia

de política económica al mismo tiempo que se precisa de la existencia de un compromiso por parte de los países miembros de contribuir al éxito del proyecto promoviendo y fomentando las relaciones económicas entre los países del bloque asumiendo entre ellos un perfil de asociados y no de competidores.

7. REFERENCIAS

Asociación Latinoamericana de Integración. (2016). *Web de la Asociación Latinoamericana de Integración*. Recuperado el 31 de Marzo de 2017, de http://www.aladi.org/sitioALADI/organizacionInstitucional.html

Asociación Latinoamericana de Intergración. (2016). *Web de la Asociación Latinoamericana de Intergración*. Recuperado el 31 de Marzo de 2017, de http://www.aladi.org/sitioAladi/quienesSomos.html

Blanchard, O. (2000). Una gira por el mundo. En O. Blanchard, *Macroeconomía* (Segunda ed., págs. 3-18). Madrid: Prentice Hall.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2015). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2015.* Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Contraloría de la República. (2015). *Informe sobre la situación de las finanzas del Estado 2014.* Bogotá: www.controloriagen.gov.co.

Da Conceiao Tavares, M., & Gomes, G. (s.f.). *http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12138/0NE213228_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y.* Recuperado el 13 de Abril de 2017

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Matodología de la investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill.

Maesso Corral, M. (Enero de 2011). *http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_119-132__660D0F2D853D0505C9F365F4B9CF7C45.pdf.* Recuperado el 22 de Marzo de 2017

Mochón, F. (2005). Una visión global: la macroeconomía. En F. Mochón, *Economía, teoría y política* (Quinta ed., págs. 240-241). Madrid: Mc Graw Hill.

Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica.* Obtenido de https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf

O´Kean, J. (1994). *Análisis del entorno económico de los negocios. Una introducción a la macroeconomía.* Madrid: Mc Graw Hill.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). *Panorama general. Informe sobre desarrollo humano 2015. Trabajo al servicio del desarrollo humano.* Recuperado el 31 de Marzo de 2017, de http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report_overview_-_es.pdf

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones en Latinoamérica* (Décimonovena ed.). México: Mc Graw Hill.

ANALISIS DEL IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN EN LAS EXPORTACIONES DEL AGUACATE HASS.

Hugo Alberto Cárdenas Echeverría[75]Gissela Elizabeth Figueroa Valenzuela[76]

Diana Lorena Téran Nóe[77]

RESUMEN

La elaboración del presente proyecto tiene como objetivo principal analizar el impacto de las herramientas de promoción de exportaciones del Aguacate Hass. Se selecciona esta variable como objeto de estudio, porque durante los últimos años el Ecuador ha presentado una tendencia positiva en las exportaciones no tradicionales. El análisis se lo realiza mediante un diseño descriptivo de las principales herramientas, así como las ferias internacionales, las ruedas de negocio, programa exporta fácil, entre otras, utilizadas por las empresas privadas e impulsadas por PROECUADOR, MIPRO, CORPEI y otras instituciones públicas y privadas como NOBIS. Todo esto es una forma de aproximación sistemática, el enfoque se realiza en una técnica de recolección de datos a través de información ya establecida de alternativas de promoción de mercado. Esta información permitirá dar a conocer a los productores agrícolas de la región costera acerca de las oportunidades de concentrar sus esfuerzos en la producción y comercialización internacional de productos no tradicionales, como el aguacate hass, ya que cumple con la ventaja competitiva de la condición geográfica, fomentando así la exportación en el ámbito internacional. Finalmente, con la socialización de este proyecto de investigación los productores lograrán el desarrollo de nuevos modelos de negocio que estén orientados en la diversificación de los productos no tradicionales, y que están dentro del cambio de la matriz productiva los cuales ayudarán a mejorar los niveles de competitividad del país a través de una elaboración, aportando al conocimiento y buscando alternativas para obtención de nuevos clientes en el extranjero.

Palabras Claves: Exportaciones, Productos no tradicionales, Export Promotion, Aguacate Hass.

75

76

77

ABSTRACT

The elaboration of this project's main objective is to describe the Hass Avocado export promotion tools. The selection of this variable as an object of study was cause for the positive trend in non-traditional exports that Ecuador has presented for some years.

The Analysis is done using a descriptive design of the main tools, as well as international trade fairs, the wheels of business, easy export program, among others, used by private enterprises and promoted by PROECUADOR, MIPRO, CORPEI and other public and private institutions like NOBIS. This is a form of systematic approach, approach is a technique of data collection through already established alternatives for the promotion of market information.

This information will allow to inform agricultural producers of the coast region about opportunities to concentrate its efforts on the production and international marketing of non-traditional products such as the hass avocado, since it meets the competitive advantage of geographical condition, seeking new alternatives of clients for international export.

Finally, with the socialization of this research project, producers will achieve the development of new business models that are oriented in the diversification of non-traditional products, and are within the change of the productive matrix which will help improve the country's competitiveness levels through an elaboration, contributing to knowledge and seeking alternatives to obtaining new customers abroad.

Keywords: Exports, Non-traditional products, Export Promotion, Hass Avocado.

INTRODUCCIÓN

La elección de la correcta herramienta de promoción internacional, la producción y diversificación de productos agrícolas, la oferta de exportadores de estos son factores determinantes para el surgimiento del Ecuador en las negociaciones internacionales.

La estructura organizacional del comercio mantiene concibiendo un exceso de productos agrarios primarios, esto indica en que el Ecuador mantenga una tendencia y se estanque en su desarrollo económico a nivel externo. Mediante lo cual es importante que se desarrolle una renovación de la producción agrícola, de los insumos que serán exportados, y de los métodos para la promoción de estos, para así generar un incremento en el desarrollo de la economía del país, por la cual se ha emprendido en realizar la siguiente investigación con la que se espera el poder crear una iniciativa al cambio en la gama de productos que se exportan en el Ecuador además del incremento de la potencial demanda de clientes internacionales dispuestos a comercializar con esta nueva gama como son los productos no tradicionales. Para esto se planea dar una descripción detallada de las principales herramientas de promoción internacional de las exportaciones de un potencial producto no tradicional como es el aguacate hass. Mediante esta información se podrá incentivar a los productores agrarios a la implementación de proyectos de comercialización y producción de productos no tradicionales.

El documento tiene como objetivo general es analizar el impacto de la aplicación de herramientas de promoción en las exportaciones del Aguacate Hass. Para ello es necesario Identificar las herramientas de promoción internacional más utilizadas, describir los principales beneficios de las herramientas de promoción, analizar el contexto actual de la promoción de exportaciones del Aguacate Hass, y revisar el volumen de las exportaciones.

MARCO TEÓRICO

Demanda del mercado internacional

(Giacinti, 2002) Determinó:

> El consumo mundial de aguacate se ha mantenido relativamente estable en cuanto al consumo por habitante (de 376 a 381 gramos por año), mientras que el volumen total evolucionó de 2 a 2.3 millones de Tm. Además, la oferta de aguacates de tamaño mediano a pequeño es un elemento clave a la hora de señalar que el principal motivo de compra es el precio. Existe una tendencia en la última década a la disminución en los precios FOB (exportación) y CIF (importación) de aguacate en el comercio internacional.

"Las exportaciones de aguacate ecuatoriano han tenido como destino Colombia, Holanda, España, y en menor escala a Reino Unido, Canadá, Corea del Sur, Hong Kong, Japón y Antigua y Barbuda" (Banco Central del Ecuador , 2015).

"Los principales países importadores de aguacate y potenciales mercados son: Estados Unidos, Francia, Holanda, Japón, Canadá, Reino Unido, España, Alemania, Italia, Suecia y Australia" (Rosales, Cuásquer, & Galarza, 2009).

> La Comunidad Europea (UE) es un nicho de mercado importante para la fruta aguacate, las mayores importaciones de este frutal provinieron de Perú, país que posee características agroecológicas que permiten la cosecha de aguacate entre los meses de noviembre a abril, cubriendo la demanda de mercado europeo. (Velásquez, Zegarra, & Daga, 2015)

Podemos determinar que Ecuador cuenta con una interesante propuesta de desarrollo del mercado de este producto. Más no es indiferente que para poder sustentar la oferta (Volumen de exportación) para poder además de la unión de una correcta promoción un ingreso al mercado internacional. A continuación podemos observar en la tabla 1 el volumen de exportaciones durante el 2016:

Tabla 11: Exportaciones Ecuatorianas de Aguacate Hass en el mundo 2016

PAÍS	VALOR FOB	TONELADAS
Estados Unidos	42.008	56.247
Chile	12.732	24.891
Bélgica	6.822	15.403
Argentina	4.546	7.733
Alemania	4.259	8.262
Reino Unido	3.133	6.385

Fuente: International Trade Center

Elaborado por: Trade Map

Herramientas utilizadas en la promoción internacional de las exportaciones

Dentro de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones y con el objeto de promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología, asegurar que la producción nacional compita en el ámbito internacional conforme a prácticas leales y equitativas de libertad de comercio, y para impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento a las exportaciones e inversiones se creó el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones. (Congreso Nacional , 1997)

En el cual sus principales objetivos y obligaciones es indicar de forma prioritaria el desarrollo de iniciativas políticas comerciales que fomenten el crecimiento de la oferta exportable y la competitividad de las mercancías ecuatorianas en el exterior.

Ferias internacionales

Mecanismo privilegiado de promoción comercial, que facilita el acceso y la permanencia de un producto en un determinado mercado. Las ferias internacionales entonces se constituyen en una de las actividades más tradicionales, más importantes (desde el punto de vista de la inversión), y más útiles para promover las exportaciones, siempre que se las emplee adecuadamente. (Vizuete, 2010)

Las ferias internacionales son una importante herramienta del marketing, un gran escaparate publicitario y un nudo de comunicación importante. Las ferias tienen una vertiente publicitaria y una estrategia de venta. Una exposición es una técnica de ayuda a la venta, un medio de presentación privilegiado, para un gran número de clientes potenciales, en un período de tiempo y un espacio delimitado. Son un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación coste de venta/cliente, en un entorno privilegiado para una venta personalizada. (Muñiz, 1987)

Feria Nacional

Es la feria autorizada por el Ministerio de Industrias y Competitividad que se efectúa dentro del país en un recinto establecido cerrado.

Feria Internacional en el País

Feria autorizada por el Ministerio de Industrias y Competitividad que se efectúa dentro de un país en un recinto establecido cerrado, el cual se considera como Zona Primaria Aduanera ya que necesita la emisión de una autorización bajo el régimen de admisión temporal durante el periodo de realización de la feria para las mercancías que se muestren en ella.

Feria Fronteriza

Feria autorizada por el Ministerio de Industrias y Competitividad en un área considerada zona de integración fronteriza en la que se debe ingresar con autorización los productos a exhibir o vender del país vecino bajo un régimen de admisión temporal.

Feria Internacional en el Exterior

Feria declarada internacional por el país que la precede, contiene participantes extranjeros si estos son Ecuatorianos deberán ser previamente autorizados por el Ministerio de Industrias y Competitividad mediante un acuerdo Ministerial.

Ferias Sectoriales

Feria la cual se especializa en un determinado sector y/o productos específicos.

Ferias Generales

Feria en la cual se realiza la exhibición/venta de una diferente gama de productos y/o bienes.

Objetivos de las ferias internacionales

- Exhibición de nuevos productos
- Promover la producción nacional dentro del país o en mercado extranjero
- Preservar, ampliar y captar nuevos mercados
- Actualizar conocimientos en tendencias del mercado y las nuevas implementaciones de la competencia.
- Incentivar el contacto entre productores, comercializadores y consumidores entre países.

Requisitos

Estos deben realizarse con una antelación de 6 meses previo a la feria a realizarse

- Debe contar con una planificación de la ejecución a realizar en la feria a participar
- Realizar un presupuesto de los recursos a utilizar y el método de obtención de los mismos.
- Determinar las responsabilidades, funciones y limitaciones del supervisor, personal y expositores que intervendrán en la participación en el evento.

Ruedas de negocios (ver apéndice)

> Mecanismo simple de reuniones planificadas, que, de forma directa, creando un ambiente propicio para negociaciones, promueve los contactos entre empresarios, instituciones y organizaciones que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas. La experiencia obtenida hasta el momento, permite considerar a este tipo de reuniones como un instrumento útil para la inserción de las pequeñas y medianas empresas en la dinámica de integración comercial. (Pascual, 2012)

“Las ruedas se han constituido en un mecanismo de capacitación empresarial valioso para esa porción de la estructura productiva de los países integrantes de los nuevos bloques económicos” (Pascual, 2012).

Beneficios

- Crean un ahorro de tiempo y dinero al exportador e importador.
- Crean el ambiente ideal para el cierre e inicio de negocios
- Permite el acceso a nuevos mercados para nuevos exportadores.

- Reducción de gastos al implementar alianzas y contactos.

Tipos de ruedas de negocios

Las ruedas de negocios pueden contar con empresas de servicios que aporten ayuda a los negocios como las financieras o las de desarrollo empresarial.

Según su el producto o servicio que ofrecen:

- Sectorial: Especializa en un sector económico específico.
- Multisectorial: Diseñada para la participación de diferentes sectores económicos.

Según su cobertura:

- Regionales
- Nacionales
- Internacionales: Se efectúa con participantes de otros países y nacionales por lo cual está más a favor del negocio de las exportaciones.

Según su Modalidad:

- Vendedores sentados / Compradores rotando.
- Compradores sentados / Vendedores rotando.
- Vendedores y Compradores rotando.

Participantes

- Cooperativas
- Microempresas
- Pymes
- Grandes empresas

Misiones comerciales

Actividades de negocios colectivas, en las que un grupo de empresarios de un mismo sector o diferentes sectores se desplazan a un mercado objetivo (región o ciudad), a fin de contactar empresarios locales o compradores potenciales para los productos o servicios que la empresa participante ofrece. (Mauricio, 2010)

Beneficios

- Compra y venta de productos y bienes.
- Crear contactos con nuevos proveedores.
- Impulsar la imagen de la compañía.
- Creación y ampliación de cartera de clientes potenciales.
- Conocer canales de distribución en el mercado meta.
- Introducción y posicionamiento de productos en nuevos mercados.

Tipos de misiones comerciales

Misiones Comerciales Directas:

- De Observación/estudio/exposición/venta.
- De Benchmarking (compararse con la competencia).
- Para reunirse con contactos seleccionados.
- Individuales, sectoriales, generales.
- Mixtas: Político-Comercial.
- Apoyadas por alguna institución o privadas.

Misión Comercial Inversas:

- Para reunirse con grandes compradores.
- De prescriptores de opinión.

Exporta fácil

> Programa del Gobierno Nacional para facilitar las exportaciones de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), actores de la economía popular y solidaria y Artesanos del país, mediante un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del Operador Público Correos del Ecuador y con los beneficios de los diferentes programas y servicios de las entidades participantes. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017)

Marca país (ver apéndice)

"La creación y masificación de las marcas unas de las estrategias más audaces y eficaces al momento de inducir percepciones positivas en el subconsciente colectivo"(Chicaiza, Lastra, & Yánez, 2014).

"Uno de los muchos usuarios de las marcas son los países, los cuales a través de sus gobiernos trabajan en la generación de expectativas, identidades y percepciones globales sobre los orígenes que su territorialidad puede ofrecer" (Chicaiza, Lastra, & Yánez, 2014).

Entidades ecuatorianas que impulsan la exportación

- Ministerio de Industrias y Productividad (Coordinador Nacional).
- Instituto de Promoción de Exportaciones PROECUADOR.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- Federación Ecuatoriana de Exportadores.

- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI).
- Ministerio de Comercio Exterior.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

La presenta investigación cuenta con método inductivo ya que a través de este se ira detallando la importancia que han adquirido las herramientas de promoción internacional en las exportaciones hacia el exterior. Aplicaremos un estudio descriptivo ya que con este podemos definir cuáles son las implementaciones realizadas por el gobierno para el apoyo a los exportadores para su promoción internacional.

Dentro de las fuentes utilizadas para los propósitos de esta investigación se emplearán diferentes publicaciones y documentos que tengan relación con el área de comercio exterior, marketing internacional entre otros. Por otro lado, se hará el uso de datos estadísticos para detallar el nivel de demanda del aguacate hass en los mercados.

RESULTADOS

LISTADO DE FERIAS INTERNACIONALES 2017 PARA LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL AGUACATE HASS ECUATORIANO.

Tabla 12 Lista de Ferias Internacionales

Nombre	Fecha	Tipo	Lugar	Modalidad	OCE
ExpoWalmart	1 y 2 de marzo	Multisectorial	La Guácima, Alajuela - Costa Rica	Feria presencial	Guatemala
Gulfood	26 de febrero al 3de marzo	Alimentos procesados y Bebidas, Banano y Frutas No Tradicionales	Dubái – Emiratos Árabes Unidos	Feria presencial	Dubái
APAS	2 al 5 de mayo	Multisectorial	Sao Paulo - Brasil	Feria presencial	Sao Paulo
London Produce Show	7 al 9 de junio	Banano y Frutas no tradicionales	Londres - Reino Unido	Feria presencial	Londres
Asia Fruit Logística	7 al 9 de septiembre	Banano y frutas no tradicionales	Hong Kong - China	Feria co-pago	Cantón

World Food Moscú	11 al 14 de Septiembre	Frutas no tradicionales	Moscú - Rusia	Feria presencial	Moscú
Expoalimentaria	27 al 29 de septiembre	Multisectorial	Perú	Feria co-pago	Lima
PMA	20 al 21 de Octubre	Frutas no tradicionales	New Orleans - EEUU	Feria co-pago	Miami
FIHAV	31 de octubre al 4 de noviembre	Multisectorial	La Habana - Cuba	Feria presencial	Miami
Ámsterdam Produce Show	2 al 4 de Noviembre	Banano y Frutas no tradicionales	Ámsterdam - Holanda	Feria presencial	Rotterdam
New York Produce Show	5 al 7 de Diciembre	Banano y Frutas no tradicionales	New York - EE. UU	Feria presencial	New York

Fuente: ProEcuador
Elaborado: Terán D.

LISTADO DE RUEDAS DE NEGOCIOS 2017 PARA LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL AGUACATE HASS ECUATORIANO.

Tabla 13 Lista de Ruedas de Negocios Internacionales

Nombre	Fecha	Tipo	Lugar	Modalidad	OCE
Encuentro Empresarial Andino	26 y 27 de abril	Multisectorial	Armenia - Colombia	Rueda de Negocios	Colombia
Rueda de Negocios en Miami	19 al 20 de septiembre	Multisectorial	Miami - USA	Rueda de Negocios	Miami

Fuente: ProEcuador
Elaborado: Terán D.

Tabla 14 Lista de Ruedas de Negocios Nacionales

Nombre	Fecha	Tipo	Lugar	Modalidad	OCE

Macro rueda de negocios en Ecuador	6 y 7 de junio	Multisectorial	Guayaquil - Ecuador	Rueda de Negocios	Ecuador

Fuente: ProEcuador
Elaborado: Terán D.

LISTADO DE MISIONES COMERCIALES 2017 PARA LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL AGUACATE HASS ECUATORIANO.

Tabla 15 Lista de Misiones Comerciales Internacionales

Nombre	Fecha	Tipo	Lugar	Modalidad	OCE
Misión Comercial Uruguay	Mayo	Multisectorial	Montevideo	Misión Comercial	Buenos Aires
Misión comercial de Agroindustria en Chile	Por confirmar	Agroindustria	Santiago - Chile	Misión Comercial	Santiago

Fuente: *ProEcuador*
Elaborado: *Terán D.*

CONCLUSIONES

El Ecuador cuenta con una gran ventaja y es ser un país productor de aguacate hass dentro de un periodo donde sus principales competidores no pueden satisfacer la demanda del mercado y esto es gracias a las excelentes condiciones climáticas y a la composición rica en nutrientes de sus suelos.

A medida de esta investigación se ha podido definir que el aguacate hass en el Ecuador mediante un correcto uso de las herramientas de promoción expuestas en este estudio podrá ser un gran exportador debido a la demanda internacional creciente que posee en el mercado.

El potencial desarrollo que posee el Ecuador en el sector agrícola de los productos no tradicionales, abre la posibilidad de invitar a inversionistas nacionales y extranjeros a combinar fuerzas, y beneficios con los productores ecuatorianos y conjuntamente generar productos industrializados, abrir nuevos mercados para productos con valor agregado, brindar asistencia técnica y transferir tecnología.

Referencias

Banco Central del Ecuador . (2015). *Importaciones y Exportaciones de Aguacate.* Obtenido de http://www.bce.fin.ec/index.php/c-exterior

Chicaiza, R., Lastra, J., & Yánez, J. (Septiembre de 2014). *La marca país: su origen y evolución,*. Obtenido de http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9628/1/La%20marca%20pa%C3%ADs-%20su%20origen%20y%20evoluci%C3%B3n%2C%20caso%20Ecuador.pdf

Congreso Nacional . (1997). *Ley de Comercio Exterior e Inversiones.*

Giacinti, M. (2002). Visión Mundial del Consumo de Aguacate o Palta. Agroalimentaria.

Mauricio, M. (Diciembre de 2010). *Cómo participar en Ferias, Ruedas de Negocios y Misiones Comerciales* . Obtenido de http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1283/participarenruedasferiasmisiones05122012.pdf?sequence=1

Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). *Exporta Fácil*. Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/

Muñiz, R. (1987). *Marketing en el Siglo XXI.* (2. Ed., Ed.) Obtenido de Marketing internacional: http://www.marketing-xxi.com/las-ferias-internacionales-

Pascual, B. (2012). *Las Ruedas de Negocios (Encuentros Profesionales de Empresas).* Obtenido de https://pascualbernal.wordpress.com/las-ruedas-de-negocios-encuentros-profesionales-de-empresas/

Rosales, R., Cuásquer, D., & Galarza, A. (2009). *CORPEI y Centro de información e inteligencia comercial (CICO).* Obtenido de Perfiles de producto. Perfil de Aguacate.: http://www.pucesi.edu.ec/pdf/aguacate.pdf.

Velásquez, A., Zegarra, V., & Daga, W. (2015). Actas Proccedings VIII Congreso Mundial de la Palta., (págs. 500-505). Lima Perú.

Vizuete, J. (Marzo de 2010). *LAS FERIAS DE COMERCIO COMO HERRAMIENTA DE MERCADEO PARA LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES.* Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11042/1/40888_1.pdf

EL PAPEL DE LAS UNIVERSIDADES COLOMBIANAS DENTRO DE LA ECONOMÍA DE LA INNOVACIÓN

Jaime Enrique Sarmiento Suárez[78] Luis Francisco Solano Vargas[79]

RESUMEN:

En las últimas décadas la innovación ha llegado a convertirse en un factor económico determinante, ya que partiendo de ella se puede lograr un impacto directo en la competitividad de los países, generando empleo y convirtiéndose en un impulsor de la economía. Para lograr el efecto deseado, es importante que los subsistemas del sistema de innovación de un país tengan un papel bien definido y adicionalmente exista una articulación adecuada entre los mismos que permita aunar esfuerzos y lograr unos objetivos estratégicos que contribuyan al desarrollo económico del país.

Las universidades juegan un papel relevante en los sistemas de innovación, debido a que son los agentes encargados de formar el capital humano, construir bases de conocimiento a través de procesos de investigación y desarrollo, así como difundir, usar y preservar el conocimiento.

En Colombia, las universidades aún distan de un vínculo fuerte con el sector empresarial, lo cual de cierta forma debilita el sistema nacional de innovación, por lo tanto es necesario que se revalúen las políticas encaminadas a fortalecer la relación de todos los eslabones de la cadena con el fin de lograr un impacto sustancial en la economía del país. 2

[78] Profesor asociado de la Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Escuela de Economía, Administración y Negocios. Universidad Pontifica Bolivariana – Seccional Bucaramanga, e-mail: jaime.sarmientos@upb.edu.co.

[79] Profesor asociado de la Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Escuela de Economía, Administración y Negocios. Universidad Pontifica Bolivariana – Seccional Bucaramanga, e-mail: luis.solanov@upb.edu.co.

PALABRAS CLAVES:
Economía de la innovación, universidades, sistema de innovación.

ABSTRACT: In the last decades, innovation has become a determining economic factor, since starting from it can have a direct impact on the competitiveness of countries, generating employment and becoming a driver of the economy. In order to achieve the desired effect, it is important that the subsystems of a country's innovation system have a well-defined role, and that there is an appropriate link between them, which allows them to join forces and achieve strategic objectives that contribute to the economic development of the country.
Universities play an important role in innovation systems, because they are the agents responsible for building human capital, building knowledge bases through research and development processes, as well as disseminating, using and preserving knowledge.
In Colombia, universities are still far from a strong link with the business sector, which in a way weakens the national innovation system, therefore it is necessary to revalue policies aimed at strengthening the relationship of all links in the chain In order to have a substantial impact on the country's economy.

KEYWORDS: Economics of innovation, universities, innovation system. 3

INTRODUCCIÓN En las últimas décadas el Gobierno colombiano a través de nuevas políticas en Ciencia y Tecnología ha tratado de darle un impulso a la economía del país, buscando, en últimas, la integración del binomio universidad – empresa, con el ánimo de fortalecer aquello que en el mundo se conoce como "Tercera Misión", apostando de esta manera a que el país esté inmerso en la denominada economía de la innovación. El término "Tercera Misión" hace referencia a un amplio grupo de actividades que conllevan a la generación, uso, aplicación y explotación del conocimiento y otras capacidades generadas en el ámbito universitario fuera del entorno estrictamente académico (Grao, Iriarte, Ochoa, & Vieira, 2014).

Por tal razón, los factores iniciales de crecimiento económico de un país tales como el capital, la tierra y el trabajo3, ya no son los únicos elementos que inciden en este, sino que comienza a tomar relevancia un factor que está marcando la diferencia en el desarrollo económico, y es el "conocimiento". Haciendo apología a las palabras pronunciadas por Janez Potocnik, Ex-Comisario de Ciencia e Investigación de la UE, y actualmente comisario de Medio Ambiente, durante el marco de una charla en julio de 2007, dirigiéndose ante un público de jóvenes investigadores en Novi Sad (Serbia) vemos la relevancia que se le da al conocimiento como eje de impacto económico: "Estaré satisfecho si en esta década la gente considera el conocimiento tal y como veían el carbón y el acero hace cincuenta años: como una materia prima que se debe valorar, como un pilar de las sociedades, como un instrumento creador de empleo y un impulsor de la economía" (CORDIS, 2007)

3 Adam Smith, como principal exponente de la teoría clásica de la Economía, basa su doctrina en estos tres factores productivos en su obra *La Riqueza de las Naciones,* 1776.

Tomando entonces el conocimiento como una variable importante en el crecimiento de una economía, éste se convierte en un elemento fundamental en los modelos de crecimiento endógeno, los cuales se enfocan en cómo la acumulación del conocimiento va ligado con el crecimiento de la producción nacional de un país, algunos autores, en sus trabajos, 4

presentan la relación positiva que existe entre la acumulación en capital humano y el crecimiento del producto interno (Lucas, 1988a), (Romer, 1989), (Barro, 1991).
¿Pero de qué manera logramos encajar el conocimiento y las universidades dentro de los modelos endógenos? Para poder realizar esta relación es necesario entender que el Estado juega un papel importante en la estimulación de los diferentes agentes económicos de un país, orientando sus esfuerzos hacia cuatro factores a tener en cuenta:
 Capital físico: Una manera de lograr el aumento del PIB es acumulando el capital, y esto se logra ahorrando una parte del producido y reinvirtiéndolo en mejorar y aumentar bienes de capital, para de esta manera lograr un aumento en la producción de manera progresiva.

 Capital público de infraestructura: Autores como Barro, plantean que el Estado, al invertir en infraestructuras4, conduce al mejoramiento de la productividad en la empresas privadas, dado que facilitan la circulación de las informaciones, de los bienes y de las personas; y que el impuesto, el cual es destinado para financiar estas inversiones, juega un papel positivo sobre el crecimiento (Barro, 1990).

4 La inversión en infraestructura comprende la construcción de vías de transporte, puertos, aeropuertos, los servicios públicos, comunicaciones, bienes sanitarios y en general, todos aquellos medios necesarios para mejorar las relaciones entre los miembros de una sociedad y con el mundo.
 Investigación y Desarrollo (I+D): La investigación y el desarrollo se consideran factores con rendimiento creciente. La actividad de innovación llevada a cabo por algunos agentes con el fin de obtener algún beneficio, genera el crecimiento económico, dado que lo que incita a la innovación está relacionado al poder monopólico que se les otorga temporalmente a los productores de nuevos bienes. Trabajos realizados por algunos autores, ponen en evidencia la correlación entre la investigación y el desarrollo y la productividad para los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE (Coe & Helpman, 1993).
5

 Capital Humano: Definido como stock de conocimiento, y dentro de ellos hace parte la educación. Autores como Lucas, plantean modelos en los cuales conceden gran importancia al papel que tiene el capital humano dentro del progreso técnico, dado que las acciones y comportamientos de los individuos tienen un efecto relevante en la Economía (Lucas, 1988b).

Mejorar el nivel de educación y formación por cada persona aumenta el stock de capital humano de una nación y así se contribuye al mejoramiento de la productividad de la economía nacional, logrando generar un mayor crecimiento económico en el largo plazo, pero esto solo ocurre cuando la economía genera la capacidad para absorber la mano de obra calificada a niveles salariales remunerativos.
Partiendo de los cuatro factores antes mencionados, en donde el papel del Estado juega un rol fundamental, también se puede entrever cómo las universidades encajan en estos factores, particularmente en los que tienen que ver con I+D y formación de capital humano.

REFLEXIÓN
Analizando particularmente a Colombia, y en primera instancia lo relacionado con el capital humano, puede encontrarse autores que, como Pontón y Posada, evidenciaron, cómo países que tenían un PIB per cápita más bajo que el colombiano en 1950, tales como Japón y los del sureste asiático, crecieron más rápidamente y ahora, tienen niveles de crecimiento muy superiores al colombiano (Ponton & Posada, 2001).
El resultado del crecimiento alcanzado por estos países fue explicado por diferentes aspectos, tales como una altísima acumulación de factores, la asimilación efectiva de la tecnología y el mejoramiento del nivel de educación, a la par con el incremento de la fuerza laboral; es decir, formación constante de capital humano. Por otra parte, explican los 6

autores que el menor nivel de capital humano y la baja eficiencia de la población laboral son las causantes de un menor producto por trabajador que los Tigres Asiáticos5.

5 Expresión dada al grupo de países asiáticos integrados por Taiwán, Hong Kong, Singapur y Corea del Sur, quienes a partir de la década de los 60’s se caracterizan por mantener altas tasas de industrialización y de crecimiento económico.

6 Etapa final del proceso de aprendizaje académico de una persona y el cual comprende todos los estudios post-secundarios que contempla el sistema educativo de un país.

De acuerdo con lo expresado a la largo del documento, podemos deducir que las Universidades juegan entonces un papel muy importante como agentes de desarrollo en la economía de la innovación de un país.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) señala que la educación terciaria6, de la cual forman parte fundamental las universidades, contribuye al desarrollo económico y social a través de cuatro misiones principales (OCDE, 2008):

- La formación del capital humano, mediante la enseñanza.
- La construcción de bases del conocimiento, mediante la investigación y el desarrollo.
- La difusión y uso del conocimiento, mediante la interacción con los diferentes usuarios.
- La preservación del conocimiento, orientada a la preservación intergeneracional.

Teniendo en cuenta estas misiones, es necesario que las universidades comiencen a abordar dichos desafíos de la mejor manera posible, buscando el mejor desempeño y eficiencia para el cumplimiento de las mismas. Dado el papel que tienen que cumplir las universidades como agentes de desarrollo, se hace necesario que exista una relación muy fuerte entre los actores que conforman la Triple Hélice, concepto descrito por Etzkowits, donde habla de la importancia de una relación recíproca que se debe dar entre la universidad, la industria y el gobierno con el fin de mejorar el funcionamiento de las partes, y que en últimas se va a ver reflejado en el desarrollo económico de los países (Etzkowitz, 2008), siempre y cuando esta articulación se haga de la manera adecuada. 7

Lo anterior no quiere decir que debe existir una fórmula única de éxito, porque si así fuera, no existirían brechas económicas entre los diferentes países. Lo que se hace necesario ahora es el estudio de los diferentes entornos socio-económicos, para que de esta forma se defina de manera conjunta entre estos tres actores principales las políticas que van a regir sus relaciones, las cuales serán diferentes para cada país o región, de acuerdo a los diversos entornos y grados de desarrollo específicos.

En los países no desarrollados las conexiones requeridas para crear sistemas de innovación sólo pueden completarse a través de los vínculos con el exterior, dado que hay una ausencia de capacidades creativas locales (Figueroa, 2013).

Dado que existe esta falencia, la manera de entrar en contacto con las fuentes de conocimiento y tecnología para buscar la innovación, será a través de la transferencia de tecnología desde las firmas que operan en los países desarrollados hacia los empresarios locales, o simplemente desde las firmas locales con una mayor evolución tecnológica hacia las de menor, empujados por procesos de recambio tecnológico, que en ocasiones se convierte en el principal factor para que una empresa pequeña o mediana innove en sus procesos. Esto ocurre debido a que la producción de conocimiento está altamente concentrada en unos pocos países y un número pequeño de empresas.

Existen casos que han demostrado que el conocimiento y la innovación juegan un papel muy importante en el desarrollo económico y social, así como en la competitividad. El caso Chile es un buen referente, puesto que los chilenos adaptaron sus procesos tecnológicos con base en las posibilidades productivas de sus áreas geográficas y en la mayoría de los casos debieron adaptar tecnologías a partir de los procesos de innovación de base tecnológica aplicados a procesos habituales, fundamentalmente de origen marino y agrícola (Ramirez & Garcia, 2010) 8

De acuerdo a Ramírez y García, el origen del proceso chileno radica en la visión de una organización dedicada a la adaptación científica y tecnológica realizada con la participación de universidades y centros de investigación; a la transferencia y desarrollo de las tecnologías adaptadas, lo cual es efectuado por unidades de transferencia y desarrollo empresarial para su aplicación en los avances que obtenga a la economía, y por las políticas del Ministerio de Coordinación Económica del gobierno de Chile como organismo propulsor y de apoyo a todo el proceso. Para lograrlo, los programas iniciales se enfocaron a cubrir las necesidades para transferir tecnología al país, lo cual consideraba la formación de profesionales y técnicos chilenos para administrar proyectos conjuntos con universidades, instituciones de investigación y empresas privadas. En un principio, el enfoque radicaba en seleccionar fuentes proveedoras de know-how, y adquirirlo contratando los especialistas, firmando convenios con las empresas locales para introducir las tecnologías escogidas y por último, financiando todo el proceso. Los tres campos de desarrollo que en un principio fueron identificados como prioritarios fueron la nutrición, la alimentación y la electrónica, los cuales se replantearon cuando participaron las empresas privadas en los comités técnicos creados para establecer relaciones directas entre el Gobierno, las empresas y los especialistas en innovación.

En Colombia se ha venido impulsando la relación Universidad-Empresa-Estado. Desde el año 2007 el Ministerio de Educación Nacional y Colciencias han formalizado los apoyos a estas alianzas, gestando ocho Comités Universidad-Empresa-Estado (CUEEs) distribuidos en diferentes regiones del país, de los cuales los más consolidados son los de Antioquia y Bogotá.

Lo que actualmente debe preocupar a los académicos es el poder desarrollar conocimiento útil, apropiarlo y validarlo en los usuarios finales, para de esta manera poder crear valor tanto económico como social. 9

Sería conveniente que las universidades colombianas comiencen a dar un menor peso a la investigación endogámica, donde el investigador se preocupa por profundizar en un solo tema dada una necesidad propia, y se enfoque en una investigación aplicada partiendo de las necesidades de unos stakeholders7 que permitan brindar soluciones a problemas reales.

7 Los *stakeholders* son todas aquellas personas, grupos, empresas, la comunidad y la sociedad, con interés en la existencia y desarrollo de una empresa.

Dentro del estudio adelantado por Ramírez y García (2010), se habla de que existe una articulación entre la empresa y las universidades a través de la CUEEs, pero es necesario fortalecer en la academia cursos y seminarios de negociación del know how de los investigadores, ya que ellos no saben valorarse, comercializar ni relacionarse de manera efectiva con el empresario. Adicionalmente, la preocupación por los derechos de autor y la propiedad intelectual e industrial, es un tema de gran relevancia para que Colombia de un paso adelante en el desarrollo de patentes, registros, etc., con tranquilidad, equidad y confianza en las transacciones referentes a la transferencia de tecnología.

Los antecedentes históricos en Colombia, sobre el papel que cumplen las universidades en el desarrollo del país, indican que ha estado distante del crecimiento industrial y tecnológico (Patiño, 2003), y desde el año 2007 como se mencionó anteriormente, se están haciendo esfuerzos por fortalecer la Triple Hélice.

Es necesario establecer vínculos estrechos entre la Universidad, el Estado y las Empresas para poder usar el capital humano como base para el fortalecimiento de las capacidades científicas y tecnológicas, las cuales actualmente se encuentran distanciadas por falta de relacionamiento y coherencia con los sectores productivos.

CONCLUSIONES

Las universidades en Colombia, como agentes de desarrollo en el sistema de innovación tienen un papel fundamental dentro de la economía de la innovación, ya que tienen unas funciones muy claras al momento de formar el capital humano, construir las bases del 10

conocimiento, hacer la difusión y uso de conocimiento, y por último hacer la transferencia tecnológica a que haya lugar. Pero esto no es una tarea fácil, ya que hay que integrar a todos los actores de los subsistemas del sistema de innovación, con el fin de estrechar vínculos, y generar relaciones de confianza que permitan en primera instancia generar soluciones reales o a la medida.
Si bien es cierto que las diferentes teorías hablan de la importancia de la acumulación de capital humano en la explicación del crecimiento económico, la evidencia empírica nacional e internacional no resulta homogénea ni contundente. Esto indica que en la práctica, el impulso de la educación al crecimiento no se presenta en forma constante, pues las características y el desarrollo de otras variables complementarias de cada país, región o sector económico, pueden generar relaciones y efectos de diferentes magnitudes (Villamil, 2011).
No existe una fórmula mágica para que una nación se haga más o menos innovadora siguiendo un modelo a seguir, lo que es necesario es que se formulen estrategias en conjunto entre todos los agentes del sistema de innovación, y partiendo de un contexto específico se comience a trabar en identificar las capacidades de cada región, para de esta manera buscar la manera de generar relaciones que permitan fortalecer los procesos de innovación, y así efectivamente se logre aumentar las capacidades de absorber los procesos de ciencia y tecnología a que haya lugar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barro, R. (1990). *Government Spending in a Simple Model of Economic Growth, Journal of Political Economy*.

Barro, R. (1991). *Economic Growth in a Cross Section of Countries, The Quarterly Journal of Economics*, 407-443.

Coe, D., & Helpman, E. (1993). International R&D Spillovers. *National Bureau of Economic Research, Working Paper*. 11

CORDIS. (2007, Julio 19). *Servicio de Información Comunitario sobre Investigación y Desarrollo*. Retrieved from http://cordis.europa.eu/news/rcn/28074_es.html
Etzkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in action.* London: Routledge.
Figueroa, V. (2013). El rol de la Universidad en el desarrollo. La perspectiva de los organismos internacionales. In F. Piñero, *El papel de las universidades en el desarrollo* (pp. 11-22). Mexico: Benemerita Universidad Autónoma de Puebla.
Grao, J., Iriarte, M., Ochoa, C., & Vieira, M. J. (2014). *La Tercera Misión de las Universidades.* Mexico: Imaginarial Editores.
Lucas, R. (1988a). *On the Mechanics of Economic Development, Journal of Monetary Economics*.
Lucas, R. (1988a). On the Mechanics of Economic Development.
Lucas, R. (1988b). *Demand for India's manufactured exports, Journal of Development Economics*, vol. 29(1), pp. 63-75.
OCDE. (2008). *Tertiary Education for the Knowledge Society* (Vol. 2). Paris: OCDE.
Patiño, C. (2003). Apuntes para una historia de la Educación en Colombia. *Escuela de Comunicación Social, CELYC, Universidad del Valle*, 1-27.
Ponton, A., & Posada, C. E. (2001). Reportes del Emisor. Departamento de Comunicación Institucional del Banco de la República. *Borradores de Economía*.
Ramirez, M., & Garcia, M. (2010). La Alianza Universidad- Empresa - Estado: Una Estrategia para promover innovación. *Revista EAN*(68), 112-133.
Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 1002–1037.
Romer, P. (1989). *Human Capital and Growth: Theory and Evidence, National Bureau of Economic Research*.
Torres, L., Castellanos, O., & Salgado, C. (2014). Evaluación de la innovación tecnológica de las Mipyme colombianas. Parte 2: problemática y retos de la innovación. *Revista Ingeniería e Investigación, 27*(2), 114-121.
Villamil, H. (2011). El capital humano como impulsor del crecimiento económico en Colombia. *Administración & Desarrollo, 39*(54), 151-166.

PERDURABILIDAD EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE CARTAGENA: UN ESTUDIO DE CASO

Jaime Eduardo González Díaz[80], Kathleen Cuisman[81], Pedro David Hernández[82]

Introducción

El desarrollo social y económico, es directamente proporcional al nivel de la dinámica empresarial, ya que esta permite la generación de empleo, incremento de la riqueza, bienestar y desarrollo. Pero en el desarrollo empresarial existe la posibilidad de riesgo y fracaso de las empresas que se crean. Desde la perspectiva económica una empresa quiebra cuando los flujos de efectivo generados por su actividad no son suficientes para cubrir sus costos de operación y/o el pago de los créditos contraídos.

En 2015 se crearon 63.029 empresas, una cifra aunque inferior al 12,5 por ciento a la del 2014 cuando se gestaron 72.069 –según el gremio Confecámaras–, fue la tercera más alta en los últimos siete años. Y a pesar de que el número de las compañías que mueren cada año es significativo, las grandes duran 18 años y las pymes 12, dichos niveles son similares a los de un buen número de países.

[80] Administrador de Empresas del Politécnico Grancolombiano. Especialista en Gerencia de Servicios Sociales de la Fundación Universitaria Luis Amigo. Actualmente desarrolla estudios de Maestría en Desarrollo Empresarial con la Universidad del Magdalena. Candidato a Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad del Zulia. Docente Universidad del Sinú Seccional Cartagena. Miembro del grupo de investigación FACEAC Contabilidad y Administración.

[81] Estudiante de Administración en Negocios Internacionales de la Universidad del Zulia. Docente Universidad del Sinú Seccional Cartagena. Miembro del Semillero del Semillero de Investigación en Negocios Internacionales SINI.

[82] Estudiante de Administración en Negocios Internacionales de la Universidad del Zulia. Docente Universidad del Sinú Seccional Cartagena. Miembro del Semillero del Semillero de Investigación en Negocios Internacionales SINI.

Un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), en el 2013, encontró que, pasado el primer año después de la creación, solo sobrevivió el 55 por ciento de las firmas constituidas; para el segundo, el 41 por ciento; al tercer año, el 31 por ciento, y llegado el cuarto año quedó en el 23 por ciento (El Tiempo, 2016).

De ahí la importancia de esclarecer las causas más comunes del fracaso de las Pymes. Muchos son los factores que inciden en el fracaso de las Pymes, el entorno cambiante, la poca capacidad de producción, la capitalización y equilibrio financiero, los insuficientes sistemas de información. Los problemas de comercialización también provocan el fracaso empresarial, pues muy pocas empresas tienen conocimiento de hacer una efectiva cadena logística.

El presente trabajo realizara una revisión de la literatura para identificar los factores que inciden en la perdurabilidad empresarial. Segundo presentara los datos empíricos sobre la perdurabilidad empresarial de las micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en la ciudad de Cartagena.

Materiales y métodos

El presente texto es producto de una investigación de carácter descriptivo que pretendió identificar los factores que inciden en el fracaso empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) en la ciudad de Cartagena. La muestra para esta investigación es de 15 micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de diferentes sectores de la economía de la ciudad de Cartagena, esta se tomó por un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual estuvo determinado por la facilidad en el acceso a la información para los investigadores, y la disposición a participar por parte de los empresarios participantes. La recopilación de la información se efectuó a través de encuesta de 27 preguntas que además de una caracterización pretendía que los gerentes manifestaran su propia percepción sobre aspectos claves de la perdurabilidad empresarial. Estas preguntas están basadas en el "Modelo para que las Empresas vivan más tiempo" desarrollado por el Grupo de Investigación sobre Perdurabilidad Empresarial (GIPE), de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario. Para el procesamiento de la información se utilizó el análisis estadístico utilizando Excel como apoyo para esta labor.

Factores que inciden en la perdurabilidad empresarial de las micros, pequeñas y medianas empresas

El fracaso empresarial según Espinosa, et al. (2015), se ha enmarcado principalmente en definiciones jurídicas como es la bancarrota o quiebra legal, asimismo el fracaso financiero o insolvencia, valor reducido de los activos o escasez del flujo de caja, suspensión o incumplimiento de pagos, entre otros que afectan al funcionamiento continuo de la empresa.

Desde la perspectiva económica una empresa quiebra cuando los flujos de efectivo generados por su actividad no son suficientes para cubrir sus costos de operación y/o el pago de los créditos contraídos. Para Altman (1968), la definición de quiebra debe sustentarse en la tasa de rendimiento sobre el capital (ROE), aunque esta tasa varía de acuerdo al tipo de industria y al tamaño de la empresa. De acuerdo a lo expuesto por Altman una empresa está en quiebra si el nivel de su tasa de rendimiento sobre el capital se ubica (continua y significativamente) por debajo de la tasa de referencia de la industria.

Por otra parte, tradicionalmente se ha considerado administrativamente la quiebra como el fracaso empresarial que impide la continuidad del negocio, incluyendo las pérdidas financieras y económicas. Para Watson y Evertt (1996) considera a la quiebra como parte de un proceso jurídico que las empresas tienen que llevar a cabo para justificar su incumplimiento de pago a sus acreedores. La falta de liquidez puede ser propiciado tanto por factores internos (administración, capacidad de marketing, capacidad financiera, desarrollo tecnológico, entre otros) como externos (sistema tributario, inflación, tipo de cambio, etc.).

Ulmer y Neilsen (1947), mencionan que la quiebra es parte de una estrategia por parte de los empresarios para evitar mayores pérdidas en el futuro. El fracaso significaría la imposibilidad de hacer lo que más disfrutan los empresarios (Cochran, 1981). Por otra parte existe un amplio debate en cuanto a la determinación de una PYME en quiebra. Algunos especialistas consideran que una empresa está en quiebra cuando el propietario decide retirarse del mercado; ya que la discontinuidad puede ser un signo actual de fracaso porque los recursos del negocio pueden reasignarse (Watson y Evertt). En contraposición hay quienes consideran la quiebra a partir del cierre físico del negocio.

En un análisis de la literatura se pueden identificar cuatro condiciones bajo las cuales puede considerarse a una Pyme en quiebra. Esas condiciones incluyen: a) cierre físico de la empresa por cualquier razón, b) quiebra financiera, c) liquidación del negocio para evitar pérdidas futuras, d) ordenamientos jurídicos que impiden seguir con la actividad.

Determinar por qué la mayoría de las empresas quiebran puede contribuir a la disminución de su tasa de mortalidad. Este fenómeno ha sido estudiado desde varios enfoques para comprender mejor por qué algunas empresas son exitosas y otras no. De acuerdo con Gaskill (1993), alrededor de dos tercios de las empresas quebradas citan a los factores económicos como los determinantes de su fracaso, indican que la falta de utilidades es la principal razón.

De acuerdo a estas investigaciones las razones por las cuales las empresas fracasan son: falta de un plan de negocios, insuficiencia de capital, inadecuado uso del financiamiento, vulnerabilidad de lo nuevo, excesiva carga financiera, cambios en la política industrial, falta de capacidad para acceso a nuevos mercados, carencia de habilidades gerenciales o errores de gestión.

Tabla 1. Variables de supervivencia empresarial

Autores	Variables de perdurabilidad
Ang (1991)	Falta de un plan de negocios.
Fredland y Morris (1976)	Insuficiencia de capital. Inadecuado uso del financiamiento. Excesiva carga financiera
Stewart y Gallagher (1986).	Vulnerabilidad de lo nuevo Cambios en la política industrial Falta de capacidad para acceso a nuevos mercados
Gaskill (1993).	Carencia de habilidades gerenciales
Dun & Bradstreet (1999),	Errores de gestión.

Fuente. Elaborada por los autores

La Universidad del Rosario en su texto *"Modelo para que las Empresas vivan más tiempo"*, presenta el estudio para las condiciones de perdurabilidad (ECP), a partir del cual propone un modelo de análisis que incluyen la medición de la perdurabilidad mediante la encuesta implementada para las empresas analizadas en el proyecto de vida y muerte empresarial (Hernández et al. 2012). En esta encuesta se manejan sistemáticamente 47 variables dadas por el proyecto investigativo de GIPE que están divididas en 13 categorías:

- Identidad organizacional.
- Formalización para el gobierno.
- Cohesión social para la acción.
- Formalización, soporte para las decisiones.
- Reconocimiento por el entorno y por el sector.
- Diferenciación.
- Dinámica social de las empresas.
- Factores que aportan a la eficiencia.
- Consolidación
- Gestión Integral.
- Conocimiento de entorno y mercado.
- Eficiencia en Procesos.
- Gestión Financiera.

La perdurabilidad empresarial de las Mipymes de la ciudad de Cartagena

Las Mipymes estudiadas se caracterizan porque en su mayoría (55%) se encuentran en el sector comercio, seguidas por las empresas que se dedican a los servicios (45%). Con relación al tamaño

de las empresas el 55% son micros, el 35% pequeñas y un 5% medianas empresas. Las empresas estudiadas son en su mayoría con un número importante de años, el 40% tiene más de 20 años, el 25% tiene entre 5 y 10 años, el 20% tiene entre 1 y 5 años, el 15% tiene entre 10 y 20 años.

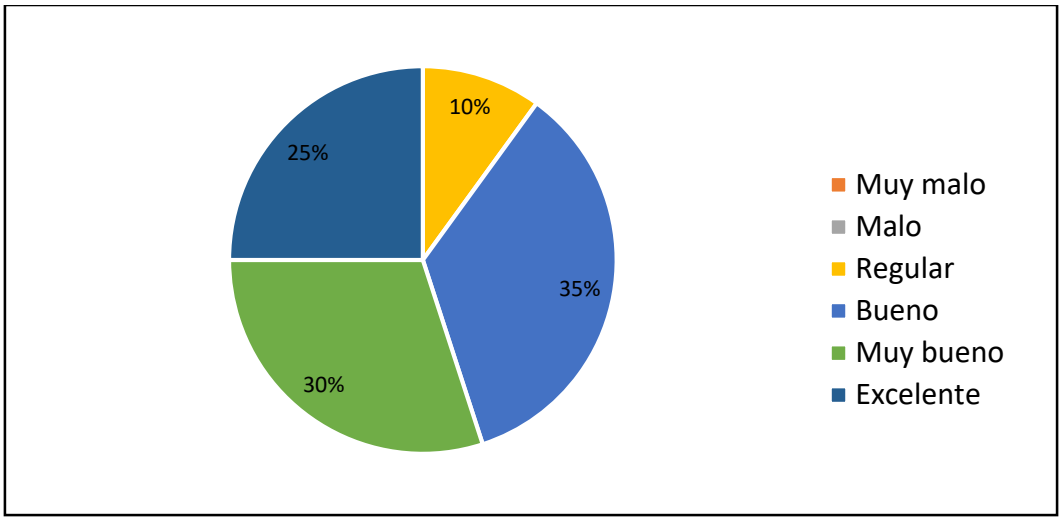
En lo relacionado con la figura legal de constitución en su mayoría (40% cada una) son Empresa Unipersonal o Sociedad de Acciones Simplificadas (SAS), le siguen Persona Natural del Régimen Común (10%), y en menor grado (5% cada una) Sociedad Ltda o Sociedad en Comandita Simple (tabla 1).

Tabla 2. Caracterización de las empresas estudiadas

Sector económico	**Valor**	**Porcentaje**
Servicios	9	45
Comercio	11	55
Tipo de empresa		
Mediana (entre 50 y 200 empleados)	1	5
Pequeña (entre 10 y 50 empleados)	7	35
Micro (entre 1 y 10 empleados	11	55
Antigüedad de la empresa		
Entre 1 y 5 años	4	20
Entre 5 y 10 años	5	25
Entre 10 y 20 años	3	15
Más de 20 años	8	40
Constitución		
Persona natural régimen común	2	10
Empresa unipersonal	8	40
Sociedad Ltda.	1	5
Sociedad en Comandita Simple	1	5
Sociedad de Acciones Simplificadas (SAS)	8	40

Fuente. Elaborada por los autores

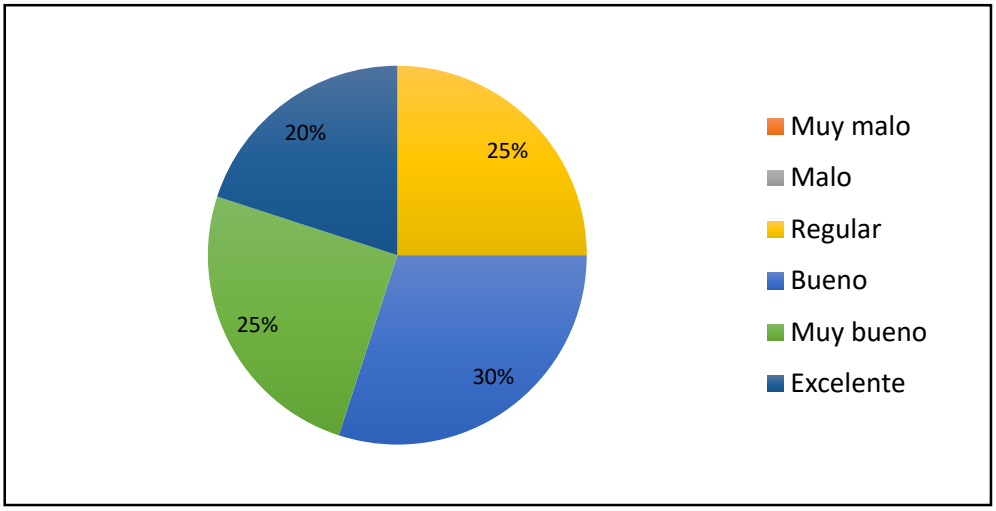
Grafico 1. Sentido de pertenencia de sus trabajadores



Fuente. Elaborada por los autores

Frente a la pregunta ¿cómo es el sentido de pertenencia de sus trabajadores?, un 35% de los gerentes encuestados considera que es excelente, un 30% muy bueno, un 25% bueno, y un 10% regular (grafico 1). Sin ser uno de los aspectos que representa peligro para la perdurabilidad de las empresas estudiadas, es un aspecto que no debe dejarse de lado y que bien vale la pena reforzar el sentimiento de pertinencia de los trabajadores, y su compromiso con la empresa.

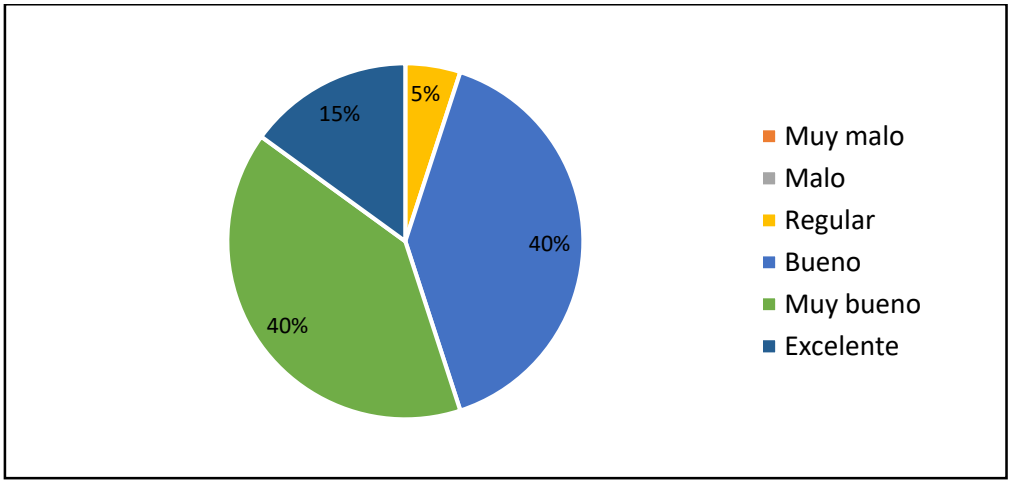
Grafico 2. Gestión comercial



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a los aspectos relacionados con la formalización, soporte para las decisiones. Frente a la pregunta ¿Cómo es la gestión comercial (mercadeo, publicidad y ventas) de su negocio?, un 30% de los gerentes encuestados considera que es excelente, un 25% muy bueno, otro 25% regular, y un 20% buena (grafico 2). Aquí aparece una primera alerta para la perdurabilidad de las empresas estudiadas, la gestión comercial seria uno de los aspectos a fortalecer.

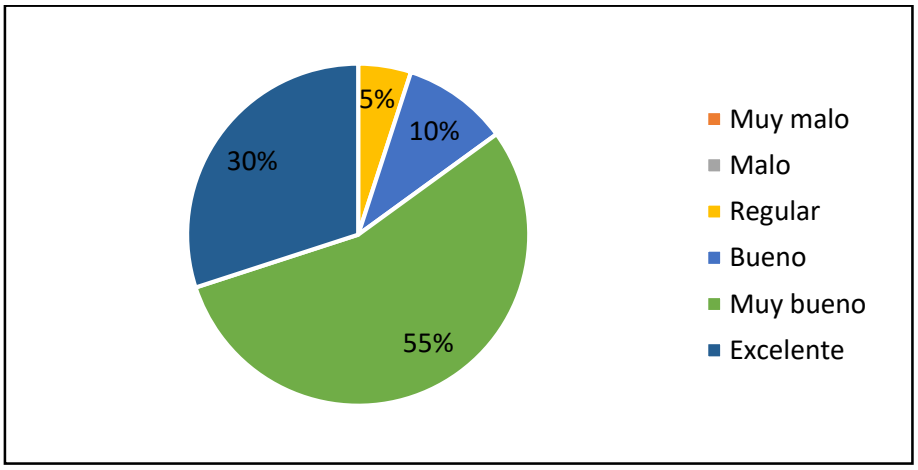
Grafico 3. Gestión financiera



Fuente. Elaborada por los autores

Con relación a la pregunta ¿Cómo es la gestión financiera (contable) de su negocio?, un 40% de los gerentes encuestados considera que es muy buena, otro 40% buena, un 15% excelente, y un 5% regular (grafico 3). Evidencia un buen comportamiento, pero no se debe olvidar que es un aspecto clave para el desempeño cualquier empresa, así que siempre debe ser de manejo muy cuidadoso.

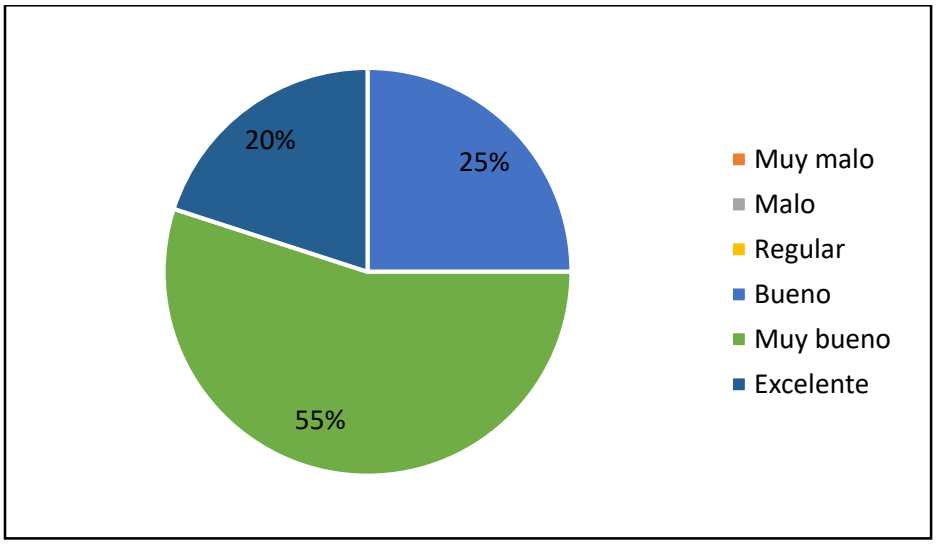
Grafico 4. Gestión de los procesos



Fuente. Elaborada por los autores

Frente a la pregunta ¿Cómo es la gestión de los procesos (de producción y/o servicio) de su negocio?, la mayoría de los gerentes encuestados (55%) considera que es excelente, un 30% excelente, un 10% bueno, y un 5% regular (grafico 4). Igualmente, presenta un buen comportamiento, pero no se debe olvidar que es un aspecto estrategico para el desempeño cualquier empresa, así que siempre debe ser de manejo muy técnico y detallado.

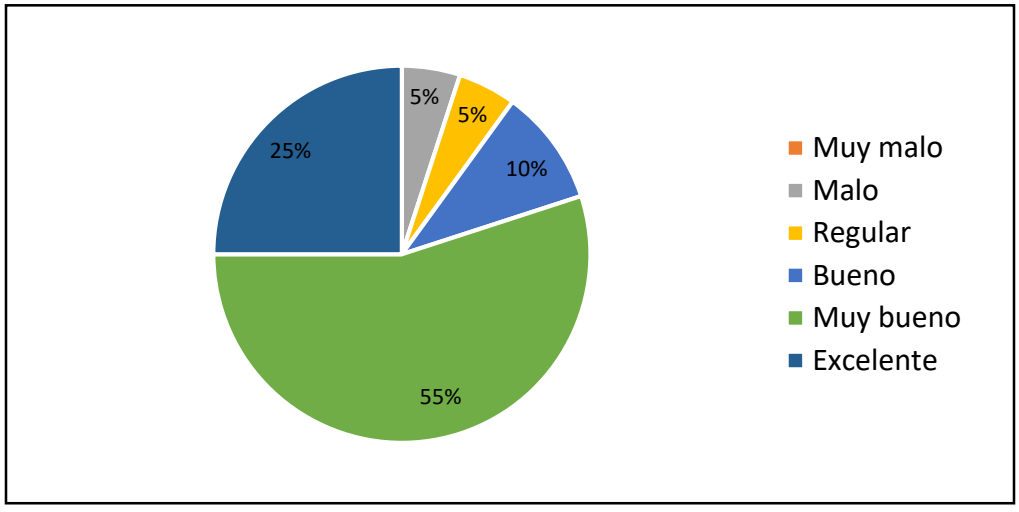
Grafico 5. Gestión de talento humano



Fuente. Elaborada por los autores

Analizando la gestión del talento del talento humano en las empresas estudiadas, cuando se les hizo la pregunta ¿Cómo es la gestión del talento humano (personal) de su negocio? los gerentes encuestados contestaron en su mayoría (55%) que esta era muy buena, que era buena 25%, y excelente un 20% (grafico 5). También evidencia un buen comportamiento, pero no se debe olvidar que es un aspecto clave para el desempeño cualquier empresa, así que siempre debe ser de manejo muy cuidadoso, sobre todo porque de él dependen en alguna forma otros factores como: el sentido de pertenencia de sus trabajadores, el trabajo en equipo, y la participación de sus trabajadores.

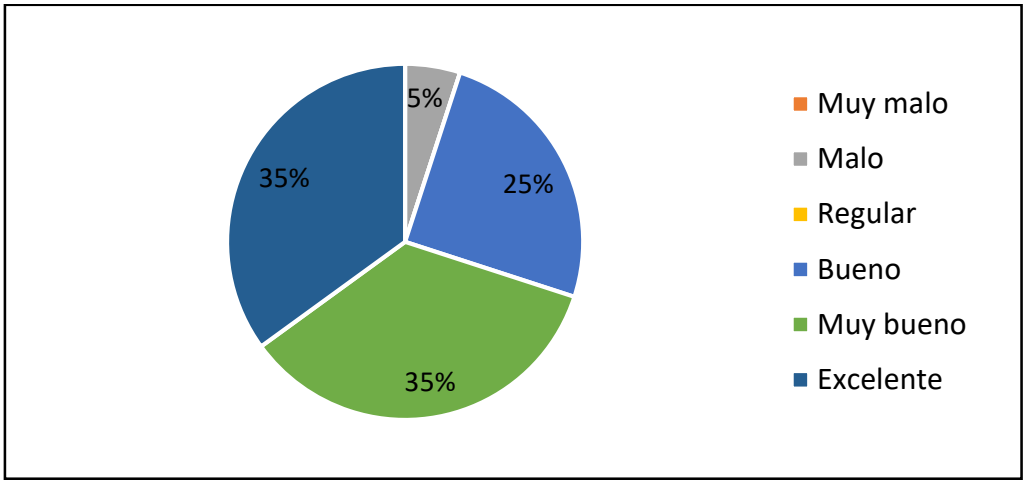
Grafico 6. Proceso de planeación



Fuente. Elaborada por los autores

Pasando ahora a las habilidades gerenciales. Frente a la pregunta ¿Cómo es la planeación de su negocio? los gerentes encuestados contestaron en su mayoría (55%), que consideran muy buena la planeación en su negocio, un 25% considera que e s excelente, un 10% buena, y un 5% regular y malo respectivamente (grafico 6). Igualmente, muestra un buen comportamiento, pero no se debe olvidar que es un aspecto clave para el desempeño cualquier empresa, así que siempre debe ser de manejo muy cuidadoso

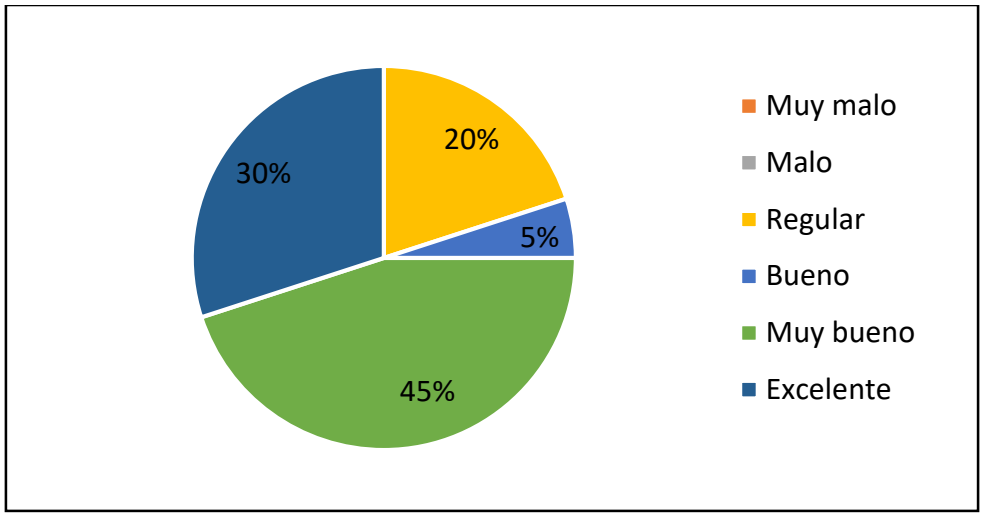
Grafico 7. Organización de la empresa



Fuente. Elaborada por los autores

Continuando con las habilidades gerenciales. Frente a la pregunta ¿Cómo es el organigrama de su negocio? La mayoría los gerentes encuestados contestaron que la organización de su empresa es excelente y muy buena (35% respectivamente), un 25% de los encuestados considera que es buena, hay un 5% que cree que es malo (grafico 7). También, muestra una buena calificación, pero se debe hacer una reflexión del mismo continuamente ya que las organizaciones de hoy exigen una flexibilidad en sus estructuras, y no se debe dar espacio a organizaciones rígidas.

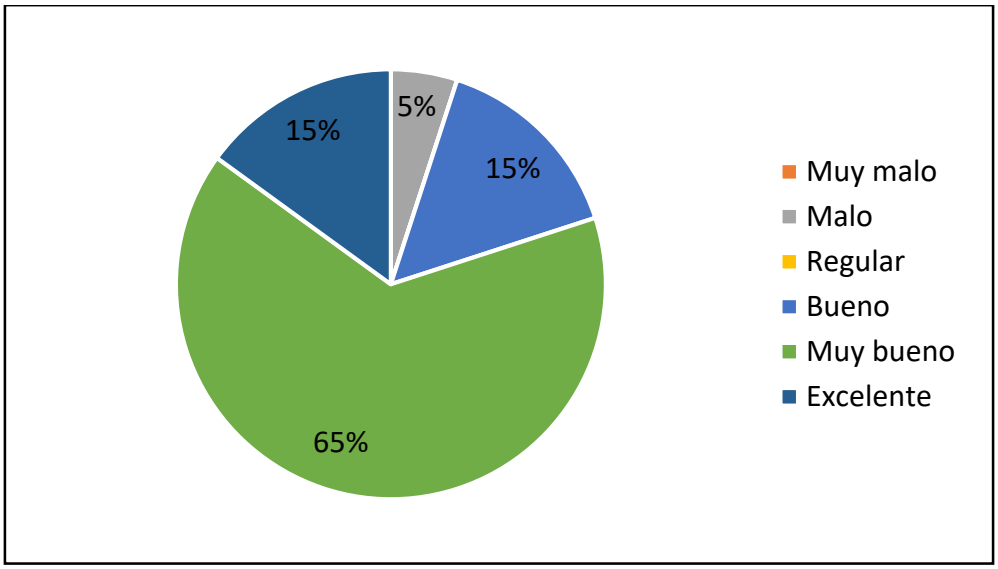
Grafico 8. Liderazgo



Fuente. Elaborada por los autores

Frente a la pregunta ¿Cómo es el liderazgo en su negocio?, los gerente encuestados en su mayoría (45%), considera muy buena sus habilidades de liderazgo, un 30% las considera excelente, un 20% regular y un 5% buenas (grafico 8). Aquí aparece una segunda alerta para la perdurabilidad de las empresas estudiadas, la habilidad de liderar seria otro aspecto a fortalecer.

Grafico 9. Control

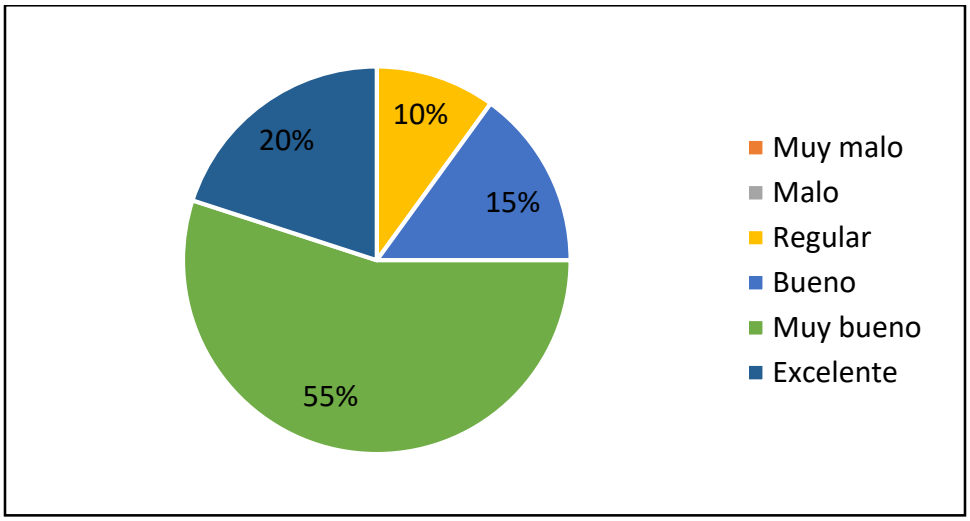


Fuente. Elaborada por los autores

En lo relacionado con el control, frente a la pregunta ¿Cómo es el control su negocio? los gerente encuestados en su mayoría (65%), considera que el control es muy bueno en su empresa, otro grupo considera que excelente y bueno con un 15% respectivamente, y un 5% piensa que es malo (grafico 9). Igualmente, muestra un buen comportamiento, pero no se debe olvidar que es un

aspecto clave para el desempeño cualquier empresa, así que siempre debe ser de manejo muy cuidadoso.

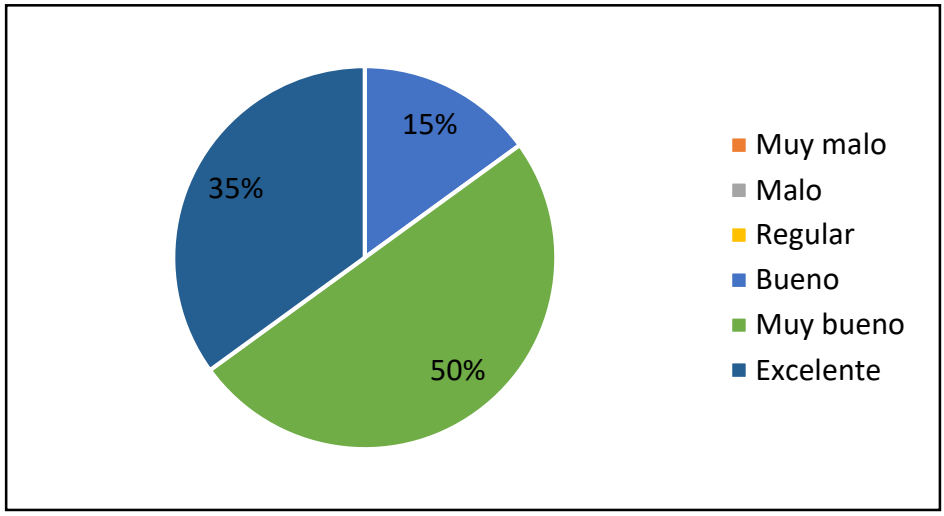
Grafico 10. Trabajo en equipo



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a los aspectos relacionados con la cohesión social para la acción, se tiene que ante la pregunta ¿Cómo es el trabajo en equipo de sus trabajadores? los gerente encuestados en su mayoría (55%), considera que en su empresa el trabajo en equipo es muy bueno, el 20% piensa que es excelente, un 15% que es bueno, y un 10% piensa que es regular (grafico 10). Este es otro de los aspectos que no representa peligro para la perdurabilidad de las empresas estudiadas, sin embargo, es un aspecto que no debe dejarse de lado y que bien vale la pena reforzar las habilidades para el trabajo en equipo.

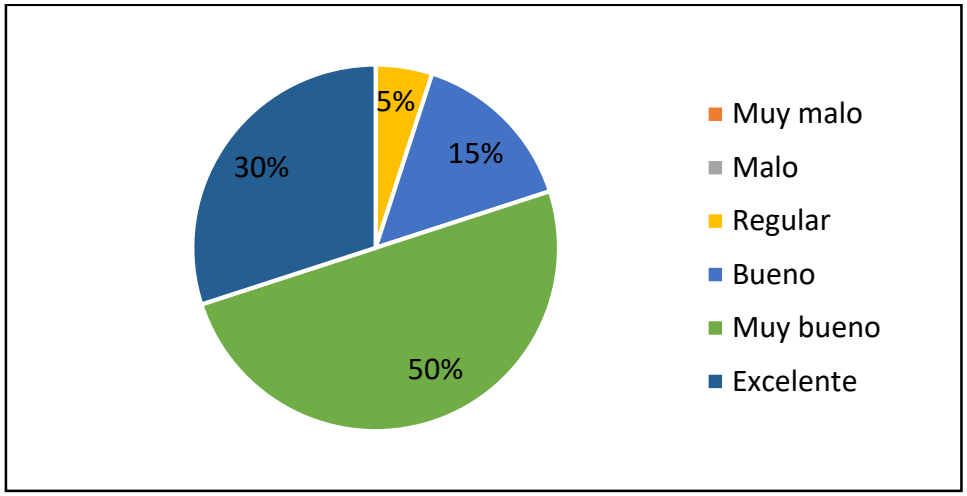
Grafico 11. Ambiente laboral



Fuente. Elaborada por los autores

Cuando se les pregunto a los gerentes de la muestra ¿Cómo es el ambiente laboral en su empresa? en su mayoría (50%), considera que en su empresa el ambiente laboral es muy bueno, un 35% piensa que es excelente, y un 15% que es bueno (grafico 11). Este factor muestra un buen comportamiento, pero no se debe olvidar que es un aspecto clave para el desempeño cualquier empresa, así que se debe estar monitoreando el ambiente laboral, y generando las estrategias para que exista un clima organizacional positivo.

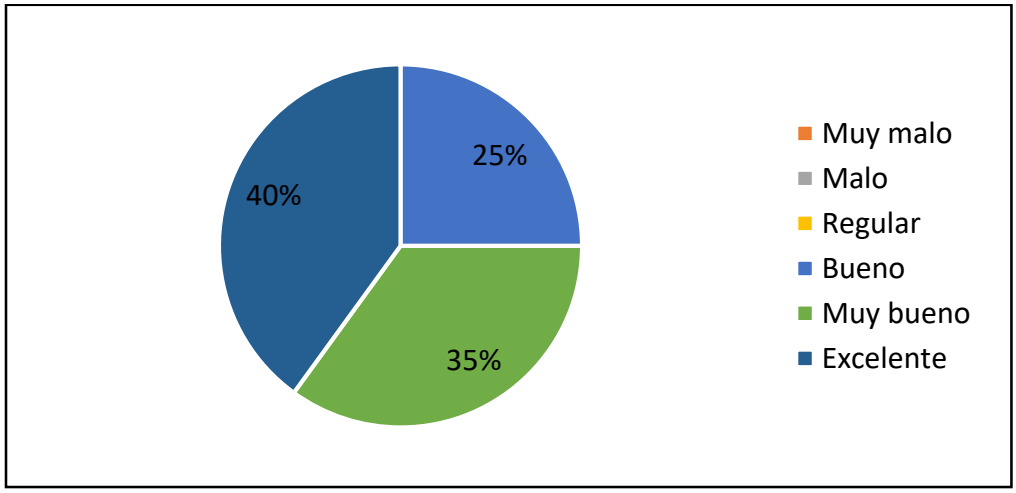
Grafico 12. Toma de decisiones



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a la formalización, soporte para las decisiones, frente a la pregunta ¿Cómo es el proceso de toma de decisiones en su negocio funciona? en su mayoría (50%), considera que en su empresa el ambiente laboral es muy bueno, un 30% piensa que es excelente, un 15% que es bueno, y un 5% que es regular (grafico 12). Igualmente, muestra un buen comportamiento, pero siempre se debe vigilar y fortalecer el sistema de toma de decisiones.

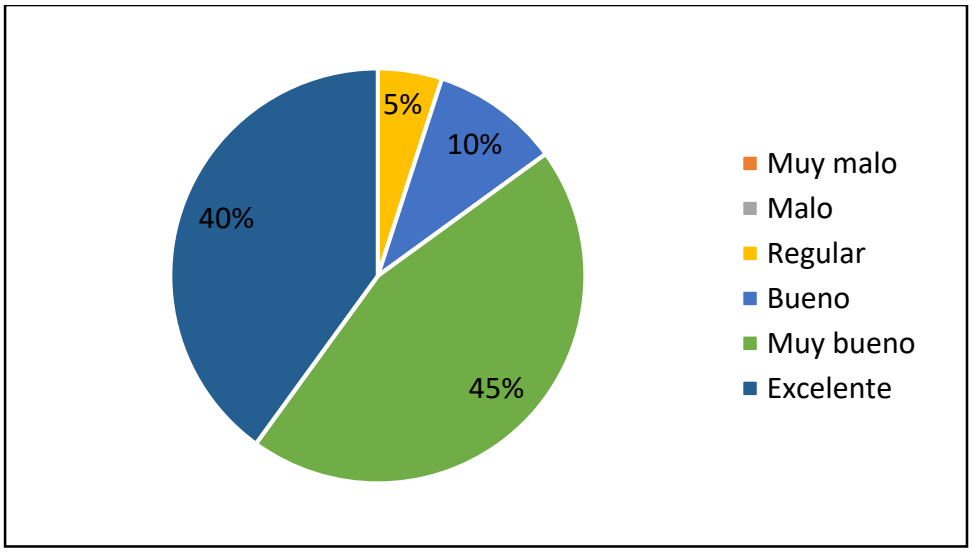
Grafico 13. Reconocimiento del entorno



Fuente. Elaborada por los autores

Cuando se indaga sobre el reconocimiento por el entorno y por el sector, ante la pregunta ¿El reconocimiento del entorno y del sector de su negocio funciona? La mayoría de gerentes encuestados (40%), considera que el reconocimiento del entorno de su empresa es excelente, un 35% que es muy bueno, y un 25% que es bueno (grafico 13). Igualmente, muestra un buen comportamiento, pero siempre se debe hacer un seguimiento del contexto, y se debe dar una orientación al cliente, y hacer un seguimiento a sus necesidades.

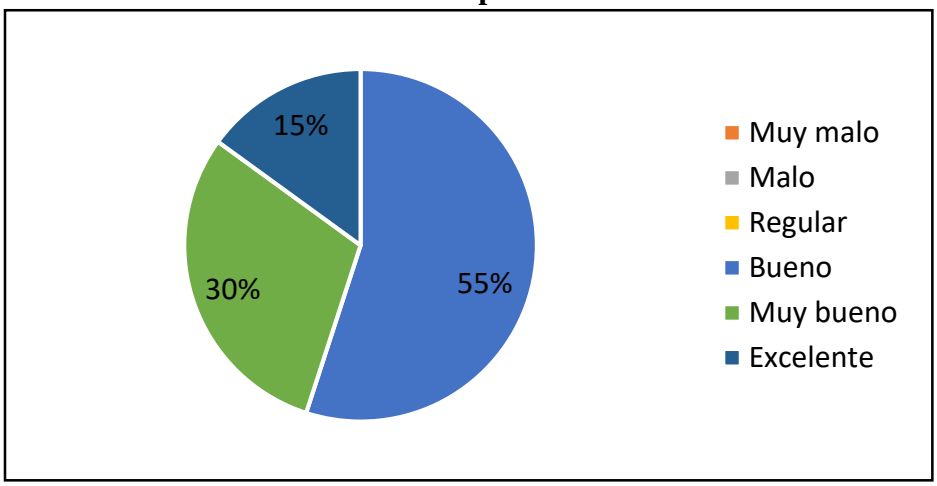
Grafico 14. Diferenciación



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a la diferenciación, frente a la cuestión de ¿Cómo es la diferenciación (cuan diferente es) de su negocio con otros funciona? La mayoría de gerentes encuestados (45%), considera que la diferenciación de su empresa es muy buena, un 40% que es excelente, un 10% que es bueno, y un 10% que es regular (grafico 14). Pese a ser un factor de buen desempeño, hay que resaltar que hoy día la diferenciación proporciona ventajas competitivas a cualquier empresa.

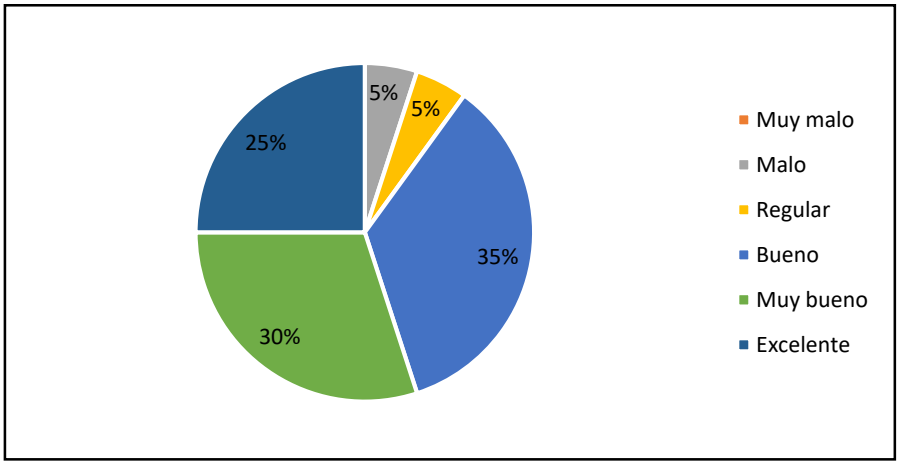
Grafico 15. Empoderamiento



Fuente. Elaborada por los autores

Al analizar la dinámica social de las empresas, a los gerentes encuestados se les pregunto ¿Cómo es el grado de empoderamiento (autonomía) de sus trabajadores? La mayoría de gerentes encuestados (55%), considera que es buena, un 30% muy bueno, y un 15% excelente (grafico 15). Aunque es uno de los aspectos que no representa peligro para la perdurabilidad de las empresas estudiadas, es un aspecto que no debe dejarse de lado y que bien vale la pena reforzar el empoderamiento de los trabajadores con la empresa, esto reforzaría también su sentido de pertenencia.

Grafico 16. Participación de sus trabajadores

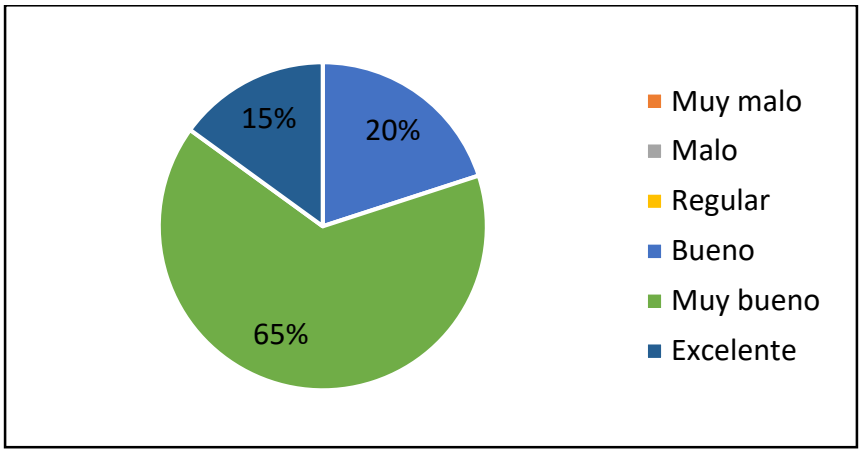


Fuente. Elaborada por los autores

Frente a la pregunta ¿Cómo es el grado de participación de sus trabajadores? La mayoría de gerentes encuestados (35%), considera que la participación de sus trabajadores es buena, un 30% que es muy buena, un 25% que es excelente, y que es regular o malo un 5%respectivamente (grafico 16). La participación hace parte de los aspectos que no representa peligro para la

perdurabilidad de las empresas estudiadas, es un aspecto que no debe dejarse de lado y que bien vale la pena fortalecer los medios de participación al interior de la empresa.

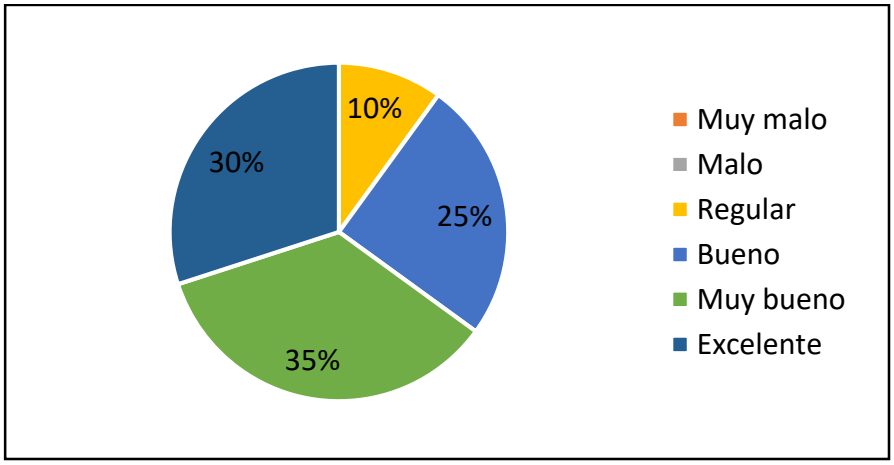
Grafico 17. Utilización de recursos



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a los factores que aportan a la eficiencia. Frente a la pregunta ¿Cómo es la utilización de los recursos en su empresa funcionan? La mayoría de gerentes encuestados (65%), considera que la utilización de los recursos en su empresa funcionan es muy buena, un 20% que es buena, y un 15% que es excelente (grafico 17). Pese a no representar peligro para la perdurabilidad de las empresas estudiadas, este es un aspecto que en lo absoluto se puede descuidar porque de él depende la eficiencia de la administración de cualquier empresa.

Grafico 18. Visión

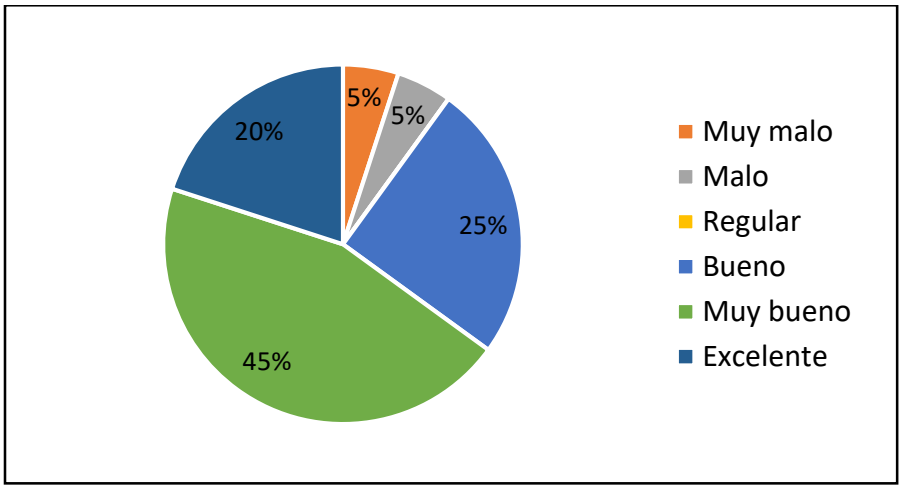


Fuente. Elaborada por los autores

En relación con los factores de consolidación, al preguntarles ¿Cómo es la visión () de su empresa funciona? La mayoría de gerentes encuestados (35%), considera que tiene una visión declarada muy buena, un 30% que es excelente, un 25% que es buena, y un 10% que es regular (grafico 18).

No representa peligro, pero no se puede olvidar su revisión de acuerdo con el horizonte temporal del direccionamiento estrategico.

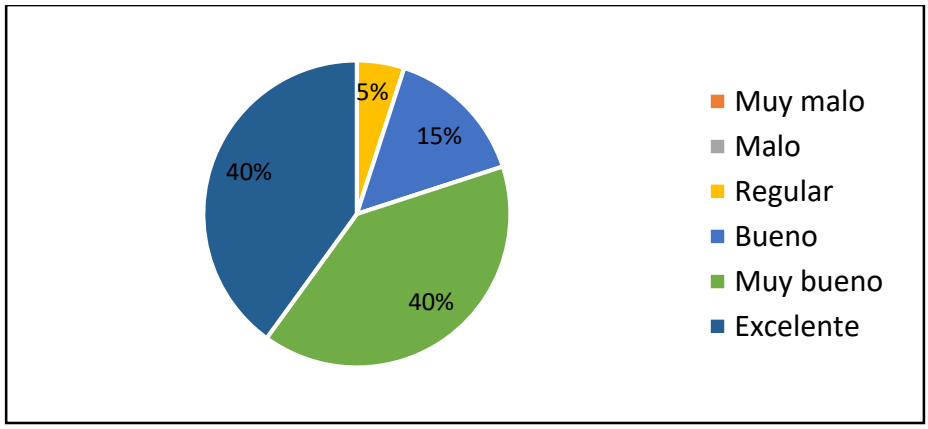
Grafico 19. Planeación estratégica



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a los factores de gestión Integral, frente a la pregunta ¿Cómo es la planeación estratégica (tiene un plan estratégico) en su negocio funciona? La mayoría de gerentes encuestados (45%), considera que la planeación estratégica de su empresa es muy buena, un 25% que es buena, un 20% que es excelente, y que es regular o malo un 5%respectivamente (grafico 19). Tiene un buen desempeño, pero no hay que olvidar acompañarlo de pensamiento estrategico, y de revisarlo cada tanto de acuerdo con el horizonte temporal de la misma.

Grafico 20. Conocimiento de entorno y mercado



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto al conocimiento de entorno y mercado, al preguntar si ¿Tiene conocimiento del entorno de mercado de su negocio funciona? La mayoría de gerentes encuestados (40%), considera que conocimiento de entorno y mercado de su empresa es muy bueno, otro 40% que es excelente, un

15% que es bueno, y un 5% que es regular (grafico 20). Junto con el reconociendo del entorno, muestra un buen comportamiento, pero siempre se debe hacer un seguimiento del contexto, y se debe dar una orientación al cliente, y hacer un seguimiento a sus necesidades, y también de manera diagnostica para fortalecer los procesos de planeación estratégica de la empresa.

Internacionalización y perdurabilidad empresarial

Hay una variable que no está en el modelo de análisis utilizado para esta investigación, pero que en la actual coyuntura de globalización de la economía es casi que imposible dejar de lado; estamos hablando de la variable internacionalización o para el caso de este trabajo la internacionalización de la Pyme. Diferentes estudios coinciden en la importancia de esta variable para el desempeño de una empresa.

Para el caso de las Pymes colombianas, que no quedan exentas a las vicisitudes que enfrentan las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica, es relevante interiorizar la necesidad que conlleva la inserción en el mercado internacional. El reto de la Pyme en Colombia es aceptar que los mercados ya no dan espera para consolidarse en el mercado doméstico; todo lo contrario, en la medida que se crece a nivel local, los estándares de calidad de la empresa deberán ir a la vanguardia con las exigencias internacionales.

Así, las Pymes, en su condición de unidades productivas de pequeño tamaño, deberán hacer parte de su gestión cotidiana, la preparación y búsqueda de nuevos clientes extranjeros, asumir una actitud de riesgo y adaptar estrategias que les permitan moverse con flexibilidad en el entorno internacional. Una vez que la Pyme colombiana comprenda que la internacionalización de su negocio es la ruta para su permanencia en el mercado, asimilará que el proceso más que ser un riesgo, se trata de un camino para el éxito en los negocios internacionales (Tabares, 2012).

Uno de los trabajos que comprueba empíricamente el efecto positivo de la internacionalización para la empresa es el estudio de Zapata et al. (2016). Este autor señala que los resultados obtenidos con los análisis de supervivencia realizados permiten confirmar que las empresas que exportan tiene una mayor probabilidad de permanecer en el mercado durante un periodo de tiempo más largo, por lo tanto, con esos resultados se incrementan los aportes realizados hasta la fecha en las áreas de internacionalización y supervivencia empresarial, más específicamente cuando se logra demostrar que exportar mejora la supervivencia de las empresas.

Aún más interesante el estudio de Escandon et al. (2013), en este los autores utilizan la metodología de sistema de ecuaciones estructurales, que permite generar un esquema de relaciones entre las variables y acercarse a las tendencias de modelos en las explicaciones de las ciencias sociales. Dentro de los resultados se logró obtener un modelo consistente con la literatura sobre la teoría de internacionalización, en donde determinantes como la orientación empresarial de los directivos,

las características del entorno y la innovación se constituyen en factores altamente relevantes en la posibilidad de obtener resultados internacionales en las empresas Born Global en Colombia.

Conclusiones

En conclusión, es posible que el hecho de ser una encuesta de autoevaluación haga que se pudiera perder la objetividad al momento de responder. De todos modos, llama la atención como en algunos puntos son reconocidas abiertamente las debilidades. Y precisamente son estas las que permiten ver posibles vulnerabilidades que puedan incidir en la perdurabilidad de las empresas analizadas.

Luego de lo anterior, se puede decir que de los factores de perdurabilidad empresarial analizados entre los gerentes encuestados que fueron peor evaluados tenemos la gestión comercial y el liderazgo empresarial, estos estarían en alerta roja; pero existen otros factores que habría que hacer un seguimiento de cerca pues estarían en alerta naranja, como son la gestión del talento humano en especial aspectos como: el sentido de pertenencia de sus trabajadores, el trabajo en equipo, y la participación de sus trabajadores.

En este mismo rango de alerta están los aspectos de planeación como son: la formulación de visión, la diferenciación y la planeación estratégica. Y en alerta amarilla pero no menos importantes: la gestión financiera, la gestión de los procesos, el diseño del organigrama, el proceso del control, la toma de decisiones, y el conocimiento del entorno.

A partir de lo anterior, se podrían plantear unas acciones de mejora, fortalecimiento y potenciamiento. La mejora se debe hacer en la gestión comercial y el liderazgo empresarial. Se deben fortalecer la gestión del talento humano ya que esta sería un aspecto nodal que articularia el fortalecimiento del sentido de pertenencia de sus trabajadores, el trabajo en equipo, y la participación de sus trabajadores. Y se deben potenciar la planeación estratégica, gestión financiera, la gestión de los procesos, el diseño del organigrama, el proceso del control, la toma de decisiones, y el conocimiento del entorno.

La dirección de las Mypimes debe fortalecer la gerencia de aspectos como la comunicación, la motivación, el cambio, el conflicto y el trabajo en equipo entre otros; es decir fortalecer la gestión de las habilidades blandas, ya que se podría decir que los resultados operativos y financieros de una empresa son un reflejo de la vida social de la misma; son variables determinantes en el desempeño de la organización para poder conseguir que la empresa sea económicamente rentable y socialmente sana (González, 2010).

Por último, la internacionalización aunque no está en el modelo de análisis del presente trabajo, hay prueba empírica que demuestra que las empresas que se internacionalizan tiene una mayor

probabilidad de mejora su supervivencia. Y adicionalmente, se demuestra una relación positiva entre las variables estudiadas en esta investigación como la orientación empresarial de los directivos, las características del entorno y la innovación; los cuales se constituyen en factores altamente relevantes en la posibilidad de obtener resultados internacionales.

Bibliografía

Altman, E. I. (1968). Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy. The journal of finance, 23(4), 589-609.

Ang, J. S. (1991). Small business uniqueness and the theory of financial management. The Journal of Entrepreneurial Finance, 1(1), 1.

Cochran, A.B. (1981). Small business mortality rates: a review of the literature. Journal of Small Business Management, 19(4), 50-59.

Dun & Bradstreet (1999): Base de datos disponible online en: http://www.dnb.com/us/

Escandon, D. M., Murillo Vargas, G., & González-Campo, C. H. (2013). Determinantes de los resultados internacionales de las PyMEs de reciente creación en Colombia, 2011. Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 23(49).

Espinosa, F. Molina, Z. Vera-Colina, M. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. Suma de Negocios, 6(13), 29-41.

Fredland, J. E., & Morris, C. E. (1976). A cross section analysis of small business failure. American Journal of Small Business, 1(1), 7-18.

Gallagher, C. C., & Stewart, H. (1986). Jobs and the business life-cycle in the UK. Applied Economics, 18(8), 875-900.

Gaskill, L., H. VanAuken, and R. Manning. (1993). A factor analytic study of the perceived causes of small business failure. Journal of Small Business Management, 31(4), 18-31.

González, J. (2010). La empresa como sistema social “de lo clásico a lo postmoderno”. Revista Gestión. Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables del Instituto Tecnológico Comfenalco. Volumen 5 No. 1. ISNN: 1900-9828. Junio.

Hernández Romero, Carlos Mario. Páez Peñaloza, Natalia Andrea. Murillo Calderón, Edmundo. (2012), Vida y muerte empresarial. Estudios empíricos de Perdurabilidad: empresas

saludables Caso: Molinos Roa s.a. Trabajo de grado de la Facultad de administración de la Universidad del Rosario.

Modelo para que las Empresas vivan más tiempo. Universidad del Rosario Fascículo interactivo 1 de 16. Programa de Divulgación Científica. Tomo III.

Perry, S. C. (2001). The relationship between written business plans and the failure of small businesses in the US. Journal of small business management, 39(3), 201-208.

Robo de empleados, entre los factores de quiebra de nuevos negocios. Diario El Tiempo. 16 de febrero de 2016. Tomado de: http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16511594. Recuperado 18-10-2016.

Tabares, S. (2012). Internacionalización de la PYME Latinoamericana: Referente para el éxito empresarial en Colombia. Revista Ciencias Estratégicas, 20(27).

Ulmer, K.J., & Nielsen, A. (1947). Business turnover and causes of failure. Survey of Current Business Research, 27 (4), 10-16.

Watson, J., & Everett, J. (1996). Small business failure rates: Choice of definition and the size effect. The Journal of Entrepreneurial Finance, 5(3), 272.

Zapata Upegui, L. F., Rialp Criado, J., & Rialp Criado, A. (2016). ¿Exportar mejora la supervivencia empresarial? análisis considerando las características de las empresas exportadoras, el entorno institucional y el proceso de internacionalización.

DIVERSIFICACION INTERNACIONAL DE PORTAFOLIO EN LOS MERCADOS ACCIONARIOS DE ARGENTINA, BRASIL, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO Y PERÚ

Jairo Núñez Rodriguez[83], Jairo González Bueno[84], Gladys Rueda Barrios[3], Sandra Díaz Quintero[4]

Resumen:

Este artículo pretende analizar si la inversión en activos internacionales, y las fluctuaciones de sus propias monedas, permitirá la posibilidad de estructurar portafolios diversificados que permitan a un inversionista colombiano no sólo maximizar el retorno esperado, sino también minimizar el riesgo. Para llevar a cabo este objetivo, se aplicará primero el modelo de media-varianza en el mercado accionario colombiano, y luego en los mercados accionarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, y de esta forma se contrastará los resultados de invertir a nivel local e internacional. Los portafolios se construirán a partir de los precios diarios de cierre del periodo enero de 2008 a diciembre de 2013 de una muestra de acciones que estadísticamente sea representativa para lograr la validez científica del trabajo.

Palabras Claves: Diversificación Internacional; Selección de Portafolios, Modelo de Media-Varianza.

I. INTRODUCCIÓN

[3]Profesor Facultad de Ingeniera Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, jairo.nunez@upb.edu.co

[2,3]Profesores Facultad de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, jairoa.gonzalez@upb.edu.co; gladys.rueda@upb.edu.co

[4]Profesor Facultad de Comunicación Social, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, sandra.diaz@upb.edu.co

La Gran Recesión del 2007-2009 ha traído consigo periodos de alta volatilidad en los mercados accionarios locales e internacionales, ocasionando que los inversionistas que desean minimizar el riesgo y hacer frente a las fluctuaciones de los precios de las acciones, estructuren portafolios incluyendo activos que cumplan el rol de refugios de valor y/o el rol de instrumentos de cobertura (Santillán & Carlos, 2013).

La expansión de la economía mundial presentada en la última década, se ha vinculado con el notable crecimiento y liberalización de los mercados de capitales de las economías emergentes, además los avances tecnológicos han hecho que el proceso de inversión sea más fácil y abierto a los activos de renta variable. En la actualidad, un inversionista tiene más opciones en la construcción de portafolios que obtengan los beneficios de un mayor grado de diversificación internacional, como consecuencia de los co-movimientos no sincrónicos de las economías nacionales y las bolsas de valores (Switzer & Tahaoglu, 2015).

La globalización ha sido un factor clave para el fomento de las reformas institucionales en los países emergentes, pues ha promovido el desarrollos financiero y el crecimiento económico de estos estados (Mishkin, 2009). Por otra parte, al mismo tiempo ha correlacionado los mercados financieros, implicando que la labor de diversificación de portafolio sea hoy más compleja que el simple hecho de seleccionar la mezcla entre diferentes tipos de activos que ofrece el mercado local (Maya, Jaramillo & Montoya, 2011).

Invertir a nivel internacional ofrece una mayor diversificación que hacerlo a nivel nacional. Los primeros defensores de la diversificación internacional son Grubel (1968) y Levy y Sarnat (1970), los cuales utilizaron el modelo de media-varianza. Así mismo, Errunza, Hogan, y Hung (1999) analizaron los beneficios de la construcción de un portafolio que imita índices extranjeros para lograr un mayor rendimiento sin exposición directa al extranjero. Eun, Huang y Lai (2008) analizan la diversificación internacional de portafolio en Australia, Canadá, Francia, Alemania, Hong Kong, Italia, Japón, los Países Bajos, el Reino Unido y los EE.UU., y concluyen que para un inversionista estadounidense la inversión en acciones de compañías de menor capitalización le proporcionan significativos beneficios de diversificación en comparación a la inversión en acciones de compañías de mayor capitalización. Finalmente, Berger, Pukthuanthong y Yang (2013) muestran que los mercados regionales y de frontera ofrecen beneficios de diversificación en un contexto de media-varianza. Los resultados que abarca el modelo de media-varianza permiten constatar que la volatilidad del mercado de frontera es en gran parte idiosincrásica. Además, el análisis de la dinámica del comercio sugiere que los inversionistas se han interesado en los activos que ofrecen exposición a los mercados de frontera y, en consecuencia, una posible falta de liquidez no parece ser una fuente de preocupación.

Después de las consideraciones anteriores, el objetivo de este artículo es analizar los beneficios de la diversificación internacional de portafolio en el mercado accionario latinoamericano. Para llevar a cabo este objetivo, se aplicará primero el modelo de media-varianza (Martkowitz, 1952) en el mercado accionario colombiano, y luego en los mercados accionarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México

y Perú, con el fin de contrastar los resultados de invertir a nivel local e internacional, y esta forma determinar si la inversión en activos internacionales, y las fluctuaciones de sus propias monedas, permitirá la posibilidad de estructurar portafolios diversificados que permitan a un inversionista colombiano no sólo maximizar el retorno esperado, sino también minimizar el riesgo. Los portafolios se construirán a partir de los precios diarios de cierre del periodo enero de 2008 a diciembre de 2013 de una muestra de acciones que estadísticamente sea representativa para lograr la validez científica del trabajo.

En la primera parte de este documento se realizará una breve exploración teórica del modelo de media-varianza. En la segunda parte, se abordará la metodología propuesta. La tercera parte, se enfocará al análisis de la aplicación del modelo de media-varianza en el mercado accionario de Colombia y Latinoamérica. En la cuarta parte, finalmente, se presentan las conclusiones más importantes del trabajo.

II. REVISION DE LA LITERATURA

Markowitz (1952) proporcionó una respuesta a la pregunta fundamental: ¿Cómo debe un inversionista asignar el capital entre las posibles opciones de inversión?. El autor señalo que la elección apropiada de los criterios depende de la naturaleza del inversionista. Cada tipo de inversionista debe seleccionar los detalles del análisis de la cartera de una forma adecuada. No obstante, los dos criterios que son comunes a todos los inversionistas son el retorno esperado (media) y varianza de retorno (riesgo). Markowitz asumió que las "creencias" o proyecciones sobre los activos siguen las mismas reglas de la teoría de probabilidad, las cuales obedecen a las variables aleatorias. A partir de este supuesto, se deduce que (i) el rendimiento esperado de la cartera es un promedio ponderado de los retornos esperados de los activos individuales, y (ii) la varianza del rendimiento de la cartera es una función particular de las varianzas y covarianzas entre los activos y sus pesos en la cartera. En este propósito, los inversionistas deben considerar conjuntamente el riesgo y el retorno, y de esta forma determinar la asignación de capital entre las diferentes alternativas de inversión, sobre la base del equilibrio entre ellas (Gupta, Mehlawat, Inuiguchi & Chandra, 2014).

Por su parte, Markowitz sugirió que la selección de carteras debe basarse en las creencias razonables sobre el futuro, en lugar de las actuaciones anteriores per se. Las decisiones basadas en actuaciones pasadas por sí solas asumen, en efecto, que los rendimientos promedios del pasado son una buena estimación de la rentabilidad "probable" en el futuro; y la variabilidad de la rentabilidad en el pasado es una buena medida de la incertidumbre del retorno en el futuro (Gupta et al., 2014). A continuación, se presenta la formulación matemática del modelo de media-varianza propuesto por Markowitz (1952):

Definición 1.1.: Rendimiento del activo:

El rendimiento del activo se expresa como la tasa de rendimiento que se define durante un período dado como (Note que el período de retorno puede ser un día, una semana, un mes o un año) (Gupta et al., 2014):

$$\text{rit} = \frac{(\text{pit}) - (\text{pit} - 1) + (\text{dit})}{(\text{pit} - 1)}$$

Donde:
ri = Variable aleatoria que represente la tasa de retorno (por período) del i-ésimo activo (i = 1, 2, ..., n).
pit = Precio de cierre del periodo actual
$\text{pit} - 1$ = Precio de cierre del periodo anterior
dit = Dividendo(s) para el periodo

Definición 1.2.: Portafolio:
Es una colección de dos o más activos representados por una n-tupla ordenada Θ = (x1, x2, ..., xn). El retorno (por periodo) de una cartera es dado por (Gupta et al., 2014):

$$\text{E [Ri]} = \sum_{\text{i=1}}^{\text{n}} \text{ri xi}$$

Donde:
E [Ri] = Rentabilidad esperada de la cartera
ri = Variable aleatoria que represente la tasa de retorno (por período) del i-ésimo activo (i = 1, 2, ..., n).
xi = La proporción del total de los fondos invertidos en el i-ésimo activo.

Markowitz sugirió que la varianza, la cual mide dispersión del rendimiento esperado se puede utilizar para cuantificar el riesgo del portafolio. La varianza del i-ésimo activo denotada por σ^2i se expresa como (Gupta et al., 2014):

$$\sigma^2 = \sum_{\text{i=1}}^{\text{n}} . \sum_{\text{j=1}}^{\text{n}} \text{xi xj } \sigma\text{ij}$$

Donde:
σ^2 = Riesgo del portafolio
xi = La proporción del total de los fondos invertidos en el i-ésimo activo
xj = La proporción del total de los fondos invertidos en el j-ésimo activo
σij = Covarianzas entre los retornos de los activos ri y rj

Ahora se presentará dos formulaciones diferentes del modelo de Markovitz de media-varianza basado en los siguientes supuestos (Gupta et al., 2014):
(i) Los precios de todos los activos en cualquier momento son estrictamente positivos.
(ii) La tasa de rendimiento Ri (i = 1, 2, ..., n) es una variable aleatoria que toma valores finitos.
(iii) Divisibilidad: Un inversor puede poseer una fracción de un activo.
(iv) Liquidez: Un activo puede ser comprado o vendido en cualquier cantidad al precio de mercado.
(v) No hay costos de corretaje ni de transacción.
(vi) No se permite la venta en corto de un activo.

Caso 1: Portafolio de mínima varianza dado un nivel de rentabilidad deseado:

$$\text{Min} \quad \sigma^2 = \sum_{i=1}^{n} . \sum_{j=1}^{n} \text{xi xj } \sigma\text{ij}$$

Sujeto a:

$$\text{E [Ri]} = \sum_{i=1}^{n} \text{ri xi}$$

$$\sum_{i=1}^{n} \text{xi} = 1$$

$$xi \ \geq 0 \ i = 1, 2, 3, \dots, n.$$

Caso 2: Portafolio de máxima rentabilidad dado un nivel de riesgo deseado:

$$\text{Max} \ \text{E [Ri]} = \sum_{i=1}^{n} \text{ri xi}$$

Sujeto a:

$$\sigma^2 = \sum_{i=1}^{n} . \sum_{j=1}^{n} \text{xi xj } \sigma\text{ij}$$

$$\sum_{i=1}^{n} \text{xi} = 1$$

$$xi \ \geq 0 \ i = 1, 2, 3, \dots, n.$$

Definición 1.3.: Frontera Eficiente:
El conjunto factible (también conocido como conjunto de oportunidades) representa todos los portafolios que se podrían formar de un grupo de N valores (Gordon, Sharpe & Bailey, 2003). Los puntos, A, B, C, D, E, F, de la figura 1 son ejemplos de dichos portafolios.

A los portafolios ubicados sobre la línea gruesa entre los puntos C y E se les denomina portafolios eficientes, pues une todas las combinaciones de portafolios de títulos eficientes, es decir aquellos que tienen el mayor rendimiento esperado para un nivel de riesgo dado. El punto C representa el portafolio de mínima varianza, es decir, la combinación de títulos en dicho portafolio representa el menor riesgo posible. Así mismo, el punto B representa un portafolio ineficiente, una persona no invertiría en un portafolio B sencillamente porque el portafolio D es mejor (Ofrece un mayor retorno esperado al mismo nivel de riesgo). Dentro de la frontera eficiente, el nivel de aversión al riesgo de un inversionista (preferencia en cuanto a riesgo y rentabilidad) influirá en la elección del portafolio de mínima varianza C o el portafolio de máxima rentabilidad esperada E (Markowitz, 1952).

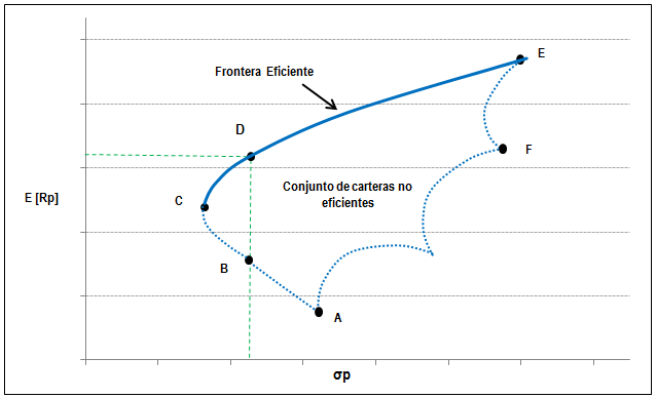


Figura 1. Conjunto Factible y Frontera Eficiente
Fuente: Elaboración Propia

Definición 1.4.: Diversificación:

La diversificación es el fundamento principal de la teoría de selección de portafolios de Markowitz, y es un concepto de reducción del riesgo que implica la distribución de una inversión entre diversos instrumentos financieros, sectores y otras categorías de inversión. En términos más simples, se relaciona con el conocido adagio popular "Si la cesta se cae, todos los huevos se rompen", si se colocan en más de una cesta, el riesgo de que todos los huevos se rompan se reduce radicalmente (Fabozzi, Gupta, y Markowitz, 2002). La diversificación se puede lograr mediante la inversión en diferentes acciones, diferentes clases de activos (por ejemplo, bonos, bienes raíces, etc.) y/o materias primas como el oro o el petróleo. No obstante como se comentó anteriormente, la disminución del riesgo solo ocurre en el componente del riesgo no sistemático, la diversificación no afecta el riesgo sistemático, por lo tanto, el riesgo total no se reducirá a cero (Figura 2).

Un aspecto importante del efecto de la diversificación, es la relación entre las correlaciones y el portafolio, por lo tanto, cuando la correlación entre los activos es imperfecta (positivo, negativo), se logra el resultado del efecto de diversificación. Es una estrategia importante y eficaz de reducción de riesgo sin comprometer la rentabilidad, por consiguiente, todo inversor inteligente que es adverso al riesgo diversificará en cierta medida. Markowitz (1952) sostiene que la diversificación no puede eliminar todo el riesgo. Como se señaló anteriormente, los inversores se enfrentan a dos tipos de riesgos: riesgo sistemático y riesgo no sistemático, por lo tanto, el riesgo no sistemático, es la parte de la ecuación de riesgo que se puede reducir o eliminar, ya que las bases de este tipo de riesgo son eventos que son únicos para una empresa en particular, mientras que el riesgo sistemático (riesgo de mercado) no puede eliminarse o reducirse mediante la diversificación, ya que se debe a factores externos, como las recesiones, las altas tasas de interés, la inflación, que sistemáticamente afectan a la mayoría de las empresas.

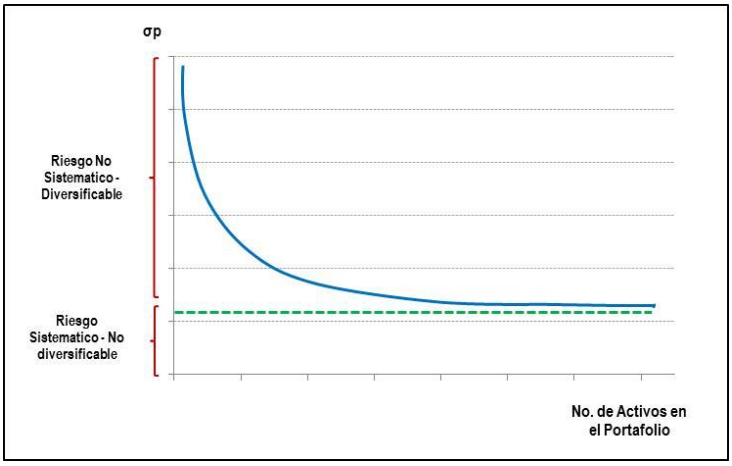


Figura 2. Riesgo de la cartera en función del número de activos

Fuente: Elaboración Propia

Invertir a nivel internacional ofrece una mayor diversificación que hacerlo a nivel nacional (Gitman & Joehnk, 2009). En lo referente a la diversificación internacional de activos, hay un consenso permanente entre los profesionales y académicos por igual, y afirman que ésta puede proporcionar grandes beneficios. Lessard (1973) realizó un aporte a la diversificación y mostró los estudios de los retornos trimestrales durante el período de 1958 a 1968, sobre 110 acciones ordinarias de los mercados accionarios de Argentina, Brasil, Chile y Colombia. A través de un análisis multivariado, demostró que el riesgo de un portafolio diversificado compuesto por acciones de los cuatro países indicados es inferior al riesgo de invertir exclusivamente en acciones de cada país. Lessard concluyó que conformar un portafolio con acciones de los cuatro mercados accionarios sería valioso para sus miembros en la medida que sería posible aprovechar la ventaja de la diversificación de riesgos.

En la literatura académica el profesor Solnik (1974) mostró los beneficios de la diversificación internacional de acciones comparando un portafolio de títulos de Estados Unidos versus un portafolio compuesto por títulos de Estados Unidos y del exterior. Para dicha investigación Solnik analizó los precios de cierre semanales de más de 300 acciones de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, Suiza, Italia, Bélgica y Países Bajos durante el periodo 1966-1971 y concluyó que el riesgo específico o idiosincrático de un portafolio internacional disminuye comparado con un portafolio local para todos los puntos situados en la Frontera Eficiente.

III. METODOLOGIA

La investigación es de tipo no experimental cuantitativa de corte transversal, orientada al análisis de los beneficios de la diversificación internacional de portafolio en el mercado accionario latinoamericano.

A. Modelo de Media Varianza:

La formulación matemática del modelo bi-objetivo de selección de carteras que nos proponemos resolver es la siguiente:

Objetivos:

$$Z_1 \rightarrow \text{Max } E[Ri] = \sum_{i=1}^{n} ri\ xi$$

$$Z_2 \rightarrow \text{Min } \sigma^2 = \sum_{i=1}^{n}.\sum_{j=1}^{n} xi\ xj\ \sigma ij$$

Sujeto a:

$$\sum_{i=1}^{n} xi = 1$$

$$xi \geq 0\ i = 1, 2, 3, \dots, n.$$

La resolución de este problema no consiste en encontrar la mejor cartera sino en determinar el conjunto de carteras cuya imagen mediante el vector de objetivos Z = (z1; z2) constituye la superficie no dominada del problema, es decir, determinar el conjunto de carteras eficientes.

B. Determinación de la Población:

De acuerdo con los resultados obtenidos a octubre de 2013, el número de acciones que componen la canasta de los índices bursátiles se presenta en la tabla 1.

País	No. de firmas	%
Brasil	73	32.44%
México	35	15.56%
Chile	40	17.78%
Colombia	20	8.89%
Perú	32	14.22%
Argentina	25	11.11%
	225	**100.00%**

Tabla 1. Número de acciones que conforman la canasta de los índices bursátiles de Brasil, México, Chile, Colombia, Perú y Argentina a Octubre de 2013

Fuente: Elaboración Propia

En este propósito para delimitar el universo o la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados, se aplicarán los siguientes criterios de exclusión:

I Criterio de exclusión: Compañías que hayan cotizado durante el periodo de estudio (i.e., enero de 2008 a diciembre de 2013). Las compañías que no hayan cotizado durante este periodo, no se consideraran y serán excluidas, pues dificultan los posteriores cálculos de rentabilidad, riesgo, correlación, covarianza, etc.

II Criterio de exclusión: El Modelo de Markowitz supone que los inversionistas son insaciables, siempre prefieren el rendimiento más alto entre dos opciones que tengan la misma desviación estándar (Gordon et al, 2003), determinaron que "los inversionistas siempre preferirán los niveles más altos de riqueza terminal y no los niveles más bajos. Después de todo, los niveles más altos de riqueza terminal le permiten al inversionista dedicar más dinero a gastos cuando t=1" (p.120). Por lo anterior, solo se consideran las acciones de las compañías que durante el periodo de análisis presentaron un rendimiento promedio positivo. Una vez aplicado los criterios de exclusión indicados, el universo o población elegida como objeto de análisis se muestra en la tabla 2.

País	No. de firmas	%
Brasil	42	29.79%
México	24	17.02%
Chile	28	19.86%
Colombia	10	7.09%
Perú	12	8.51%
Argentina	25	17.73%
	141	**100.00%**

Tabla 2. Acciones que conforman la canasta de índices bursátiles de Brasil, México, Chile, Colombia, Perú y Argentina, que durante el periodo de Enero de 2008 a Diciembre de 2013 cotizaron y presentaron rendimiento promedio individual positivo

Fuente: Elaboración Propia

C. Tamaño de la muestra modelo de media-varianza Latinoamérica:

Para calcular el tamaño de la muestra, se tomó la fórmula de muestreo aleatorio simple, que está planteada de la siguiente forma:

$$n= \frac{z^2pqN}{Ne^2+z^2pq}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

p= % de veces que se supone que ocurre un fenómeno en la población

q= Es la no ocurrencia del fenómeno (1-p)

e= Es el error máximo permitido para la media muestral

z= % de fiabilidad deseado de la media muestral

N= Tamaño de la población

Tomando un nivel de confianza del 90% y z=1.65, una variabilidad positiva de p=0.5 y negativa 1-q=0.5 y considerando un error del 10%, el tamaño de la muestra que se utilizará para seleccionar el Portafolio Óptimo Latinoamericano es de 46 acciones, distribuidas de la siguiente forma: 14 de Brasil, 8 de México, 9 de chile, 3 de Colombia, 4 de Perú, y 8 de Argentina (Tabla 3)

País	**No. de firmas**	**%**
Brasil	14	30.43%
México	8	17.39%
Chile	9	19.57%
Colombia	3	6.52%
Perú	4	8.70%
Argentina	8	17.39%
	46	**100.00%**

Tabla 3. Tamaño de la muestra de acciones para seleccionar el Portafolio Óptimo Latinoamericano

Fuente: Elaboración Propia

Para la selección sistemática de elementos maestrales, se tomó la fórmula de muestreo aleatorio simple, que está planteada de la siguiente forma:

$$K=\frac{N}{n}$$

Donde:

K= Intervalo de selección sistemática

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

País	N	%	n	K = N / n
Brasil	42	29.79%	14	3
México	24	17.02%	8	3
Chile	28	19.86%	9	3
Colombia	10	7.09%	3	3
Perú	12	8.51%	4	3
Argentina	25	17.73%	8	3
	141	**100.00%**	**46**	

Tabla 4. Selección sistemática de las acciones que conformaran la muestra para seleccionar el Portafolio Optimo Latinoamericano

Fuente: Elaboración Propia

Tomando el caso de Brasil, se tiene una subpoblación formada por 42 acciones, N= 42 y queremos extraer una muestra de 14 acciones, n= 14, en primer lugar se debe establecer el intervalo de selección sistemática que será igual a K = 42/14 = 3. A continuación se elige el elemento de arranque, tomando aleatoriamente un número entre el 1 y el 3, y a partir de él se obtienen los restantes elementos de la muestra hasta completa n=14 acciones. Este mismo procedimiento se realiza con los demás países de la muestra, tal y como se muestra en la tabla 4.

D. Tamaño de la muestra modelo de media-varianza Colombia:

Debido a que el tamaño del universo o población del mercado accionario colombiano es de 10 acciones, no se empleará muestras.

IV. RESULTADOS

El análisis inicia con el gráfico de dominancia, en el cual se hace un comparativo del riesgo y la rentabilidad de los índices bursátiles de los mercados accionarios de Brasil, México, Chile, Colombia, Perú y Argentina para el periodo enero 2008 a diciembre 2013 (figura 3); se encuentra que el mercado accionario que ofrece mayor rentabilidad esperada es el argentino, aunque con un nivel de riesgo medio en comparación con los demás mercados analizados; el mercado accionario que ofrece menor riesgo es el de Colombia, que supera en rentabilidad a mercados como el de Chile, Perú y Brasil (el mercado con el nivel de riesgo más alto), lo cual lo hace un índice dominante y atractivo para un inversionista que desee minimizar el riesgo frente a un nivel dado de rentabilidad.

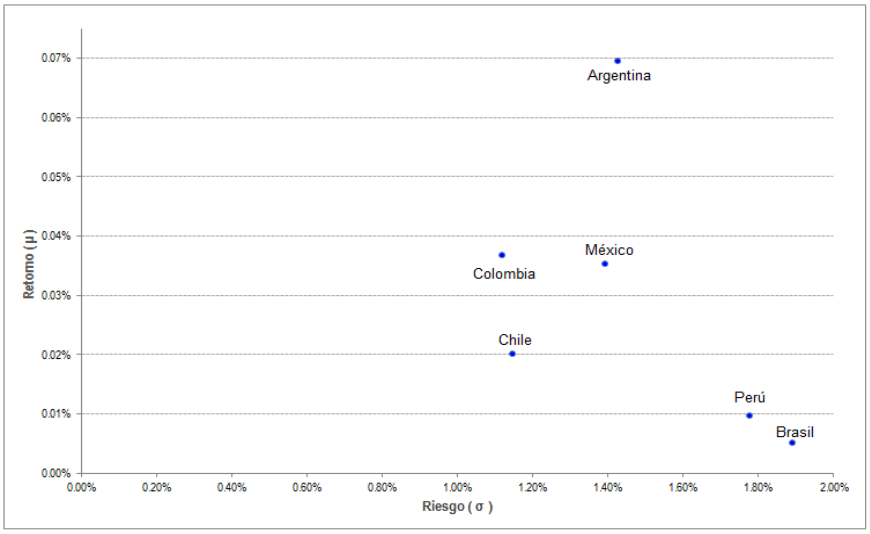


Figura 3. Análisis de dominancia índices bursátiles mercados accionarios de Brasil, México, Chile, Colombia, Perú y Argentina

Fuente: Elaboración Propia

La creciente integración financiera internacional requiere ser analizada, ya que en la medida en que exista integración financiera de los mercados accionarios, los retornos de los países se vuelven más correlacionados, es decir, tienden a reaccionar en conjunto a unos mismos factores micro y macroeconómicos, lo que va a disminuir los beneficios de la diversificación de portafolios conformados por activos de dichos mercados. La tabla 5, muestra la matriz de correlaciones de los 6 índices bursátiles seleccionados; como se puede observar, no hay correlaciones negativas, pero tampoco hay relaciones perfectamente positivas entre los diferentes índices, la más alta es 0.7378 entre México y Brasil, y la menos positiva está entre Colombia y Argentina con 0.2225. Lo anterior, nos lleva a concluir que los mercados

bursátiles con mayor correlación (mayor integración financiera) son los mexicanos y brasileños, seguidos por los chilenos y mexicanos, y los chilenos y brasileños.

	Brasil	México	Chile	Colombia	Perú	Argentina
Brasil	1.0000					
México	0.7378	1.0000				
Chile	0.6046	0.6060	1.0000			
Colombia	0.4735	0.4684	0.4581	1.0000		
Perú	0.5474	0.5271	0.5222	0.4668	1.0000	
Argentina	0.2946	0.2581	0.2808	0.2225	0.2342	1.0000

Tabla 5. Matriz de correlaciones de los índices bursátiles de los mercados accionarios de Brasil, México, Chile, Colombia, Perú y Argentina

Fuente: Elaboración Propia

A. Aplicación del Modelo de Media Varianza en el Mercado colombiano

La construcción de la Línea de Frontera Eficiente de las acciones colombianas se inicia con el análisis de la matriz de correlaciones, tal y como se muestra en la tabla 6.

	ECOPETROL	PFBCOLOM	GRUPOARGOS	NUTRESA	ÉXITO	CEMARGOS	ISA	CORFICOLCF	BOGOTA	ISAGEN
ECOPETROL	1.000									
PFBCOLOM	0.432	1.000								
GRUPOARGOS	0.447	0.517	1.000							
NUTRESA	0.368	0.451	0.472	1.000						
ÉXITO	0.304	0.429	0.494	0.449	1.000					
CEMARGOS	0.352	0.460	0.523	0.431	0.419	1.000				
ISA	0.406	0.263	0.290	0.116	0.153	0.154	1.000			
CORFICOLCF	0.445	0.452	0.441	0.397	0.318	0.317	0.406	1.000		
BOGOTA	0.338	0.418	0.354	0.395	0.299	0.316	0.160	0.366	1.000	
ISAGEN	0.427	0.403	0.432	0.403	0.313	0.304	0.377	0.411	0.346	1.000

Tabla 6. Matriz de correlaciones acciones colombianas

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa no hay correlaciones negativas, pero tampoco hay relaciones perfectamente positivas entre acciones diferentes, la más alta es 0.523 entre Grupo Argos S.A. (GRUPOARGOS) y Cementos Argos S.A. (CEMARGOS), porque son acciones del mismo sector (construcción), y la menos positiva está entre

Interconexión Eléctrica S.A. E.S.P. (ISA) y Grupo Nutresa S.A. (NUTRESA) con 0.116, que son sectores distintos, energético y alimentos.

A partir de la matriz varianza covarianza se determinará el portafolio de mínima varianza dado un nivel de rentabilidad deseado (tabla 7), y el portafolio de máxima rentabilidad dado un nivel de riesgo deseado (tabla 8), sujeto a las siguientes restricciones indicadas en el modelo:

Pesos								E [Rp]	σp
ECOPETROL	NUTRESA	ÉXITO	ISA	CORFICOLCF	BOGOTA	ISAGEN	Total		
3.04%	15.57%	9.47%	10.23%	19.18%	23.93%	18.59%	**100.00%**	**0.049%**	**0.939%**

Tabla 7. Portafolio de mínima varianza

Fuente: Elaboración Propia

Pesos		E [Rp]	σp
BOGOTA	Total		
100.00%	**100.00%**	**0.060%**	**1.323%**

Tabla 16. Portafolio de máxima rentabilidad

Fuente: Elaboración Propia

En el portafolio de mínima varianza, la mayor participación la posee Banco de Bogotá S.A. (BOGOTA) con el 23,93%, y esto en razón a que es una de las acciones con menor riesgo entre las 10 acciones seleccionadas. No obstante, el portafolio de la mínima varianza presenta un riesgo inferior a la compañía de menor riesgo de la muestra de acciones, Corporación Financiera Colombiana S.A. (CORFICOLCF) y su rentabilidad es más baja que esta acción. Al analizar la inversión de máxima rentabilidad, la mayor participación es para Banco de Bogotá S.A. (BOGOTA) con el 100%, debido a que es la acción con el mayor rendimiento esperado entre las 10 acciones seleccionadas. No obstante, es un portafolio que no ofrece ninguna diversificación a un inversionista dado, ya que se estaría invirtiendo el total de la riqueza en esta compañía.

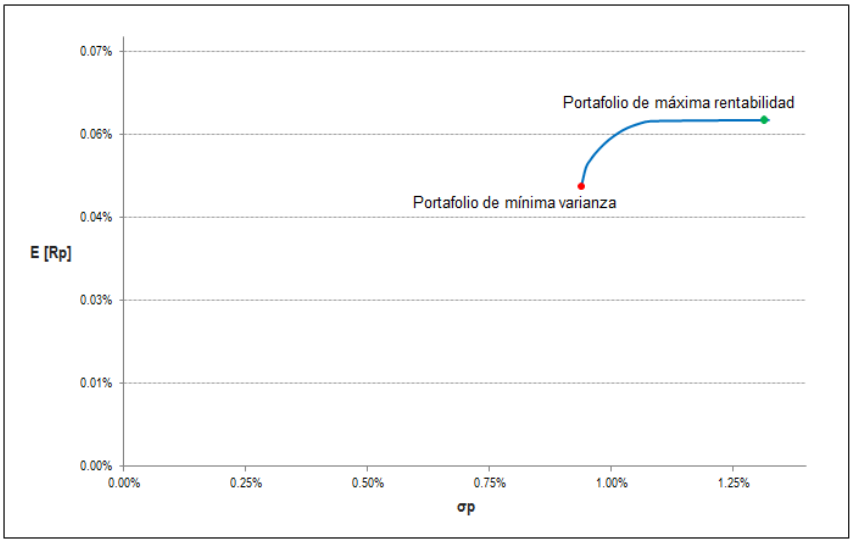


Figura 4. Línea de Frontera Eficiente compuesta por acciones colombianas

Fuente: Elaboración Propia

La Figura 4, nos presenta la Línea de Frontera Eficiente compuesta por las acciones colombianas. Como se observa, este conjunto de portafolios representa una curvatura no tan levantada y con menos pendiente.

B. Aplicación del Modelo de Media Varianza en el Mercado Latinoamericano

A partir de la matriz varianza covarianza se determinará el portafolio de mínima varianza dado un nivel de rentabilidad deseado (tabla 9), y el portafolio de máxima rentabilidad dado un nivel de riesgo deseado (tabla 10), sujeto a las siguientes restricciones indicadas anteriormente:

Pesos							
NATU3	**ELET6**	**CRUZ3**	**LIGT3**	**SANMEXB**	**GFINBURO**	**AC**	**LIVEPOLC-1**
3.63%	0.74%	1.31%	1.25%	1.93%	1.75%	12.37%	4.02%

Pesos							
ENDESA	**SM-CHILE B**	**ANDINA-B**	**IAM**	**CORPBANCA**	**BESALCO**	**NUTRESA**	**ISA**
3.03%	3.34%	3.76%	11.50%	4.39%	1.90%	13.04%	6.92%

Pesos	E [Rp]	σp

ALICORC1	EDEGELC1	EDELNOC1	YPFD	PESA	Total		
0.75%	3.97%	17.65%	1.79%	0.96%	100.00%	**0.063%**	**0.665%**

Tabla 9. Portafolio de mínima varianza

Fuente: Elaboración Propia

Pesos			E [Rp]	σp
CRUZ3	SANMEXB	Total		
98.01%	1.99%	100.00%	**0.186%**	**2.244%**

Tabla 10. Portafolio de máxima rentabilidad

Fuente: Elaboración Propia

En el portafolio de mínima varianza, la mayor participación la posee Edegel S.A.A. (EDEGELC1) de Perú con el 17,65%, y esto es debido a que es la acción con menor riesgo entre las 46 acciones seleccionadas. Sin embargo, el portafolio de la mínima varianza presenta un riesgo inferior a Edegel S.A.A. (EDEGELC1) y su rentabilidad es más alta que esta acción. En lo referente al portafolio de máxima rentabilidad, la mayor participación es para Souza Cruz S.A. (CRUZ3) de Brasil con el 98,01%, debido a que es la acción con el mayor rendimiento esperado entre las 46 acciones seleccionadas. No obstante, la inversión de máxima rentabilidad, presenta una rentabilidad y riesgo similar al de la acción de Souza Cruz S.A. (CRUZ3) de Brasil.

El figura 5, nos presenta la Línea de Frontera Eficiente compuesta por las acciones latinoamericanas. En ella se observa, como el comportamiento del rendimiento del portafolio a medida que se incrementa el riesgo es al alza, sin embargo, mientras se aumenta el riesgo y se acerca más al riesgo de la acción que tiene el mayor valor de desviación estándar, la participación de esta acción va aumentando hasta llegar al 100%. Es por esto que el componente de diversificación propuesto por Markowitz se refleja en los conjuntos de portafolios que tengan por lo menos dos acciones.

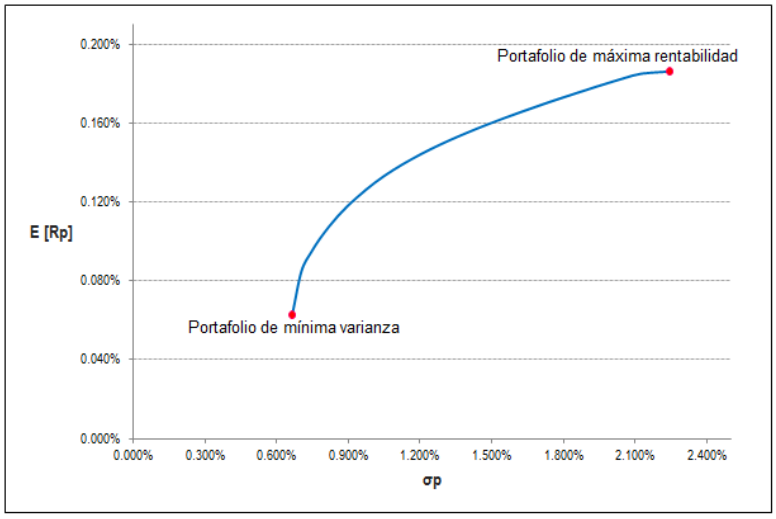


Figura 5. Línea de Frontera Eficiente compuesta por acciones latinoamericanas

Fuente: Elaboración Propia

Es conveniente resaltar que un inversor que desee invertir en acciones que componen los índices bursátiles de Brasil, México, Chile, Colombia, Perú y Argentina puede maximizar su rentabilidad al invertir en alguno de los portafolios ubicados sobre la línea de frontera eficiente, según sea el nivel de riesgo que desee asumir. Asimismo, con las características de riesgo rentabilidad de las combinaciones de acciones latinoamericanas, se encuentra que es posible formar un portafolio eficiente de mínima varianza, que ofrece una rentabilidad mensual de 1,33% frente a un nivel de riesgo de 3,05%, lo que lo hace dominante frente a las acciones que por sí solas tienen menor riesgo**.**

C. Comparación de los resultados del modelo de media-varianza aplicados al mercado colombiano y latinoamericano:

Una vez aplicados los modelos de media-varianza, se procede a analizar si la inversión en activos internacionales permitirá la posibilidad de estructurar portafolios diversificados que permitan a un inversionista colombiano no sólo maximizar el retorno esperado, sino también minimizar el riesgo.

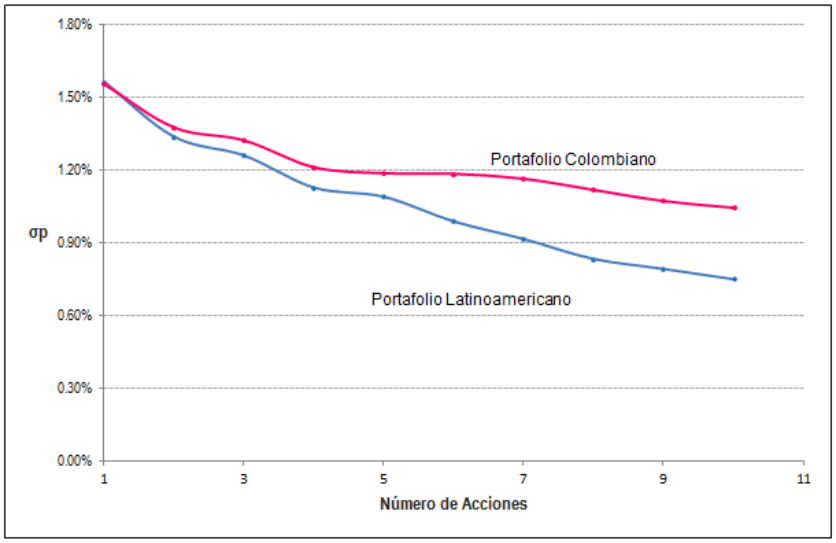


Figura 6. Reducción del riesgo: diversificación nacional frente a la internacional

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a Solnik (1974) conforme un portafolio contiene un número creciente de acciones, el riesgo disminuye constantemente hasta que termina convergiendo al riesgo sistemático (no diversificable), el cual permanece aún después de diversificar completamente al portafolio. En el figura 6, se observa, que mientras que el portafolio colombiano totalmente diversificado implica un riesgo del 0,057%, el portafolio latinoamericano totalmente diversificado conlleva a un riesgo del 0,044%, lo que indica que a través de la diversificación internacional, el portafolio latinoamericano ofrece un menor riesgo en comparación al colombiano, porque se diversifican las economías. Así mismo, es importante resaltar que el riesgo sistemático de los mercados internacionales es menor que el riesgo sistemático de los mercados propios de cada país, por consiguiente, entre más activos diversificados internacionalmente tenga un portafolio, su riesgo tenderá a ser igual al riesgo sistemático del mercado internacional.

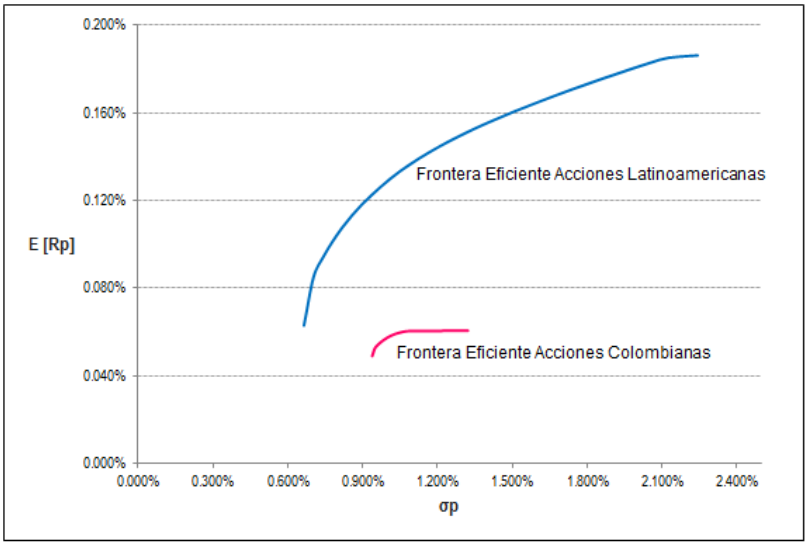


Figura 7. Frontera Eficiente de acciones latinoamericanas y colombianas

Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte, al comparar el portafolio de mínima varianza colombiano con el latinoamericano ubicados en las Líneas de Fronteras Eficientes (figura 7), se evidencia que éste último ofrece una mayor diversificación del riesgo y una mayor rentabilidad. Con respecto al portafolio de máxima rentabilidad, se observa que el latinoamericano presenta una mejor opción de inversión con respecto al colombiano, ya que ofrece una mayor rentabilidad compensada con un menor riesgo. Esto se debe a que la Frontera Eficiente de diversificación internacional desplaza a la izquierda a la Frontera Eficiente de diversificación doméstica, ubicándose por encima de ésta y proporcionando de este modo, una gran ventaja a los inversionistas ya que se ubica en la región donde la relación retorno-riesgo es mayor.

Como se demuestra, al diversificarse internacionalmente el portafolio, se reduce el riesgo sistemático inherente (riesgo país), y se asume el riesgo sistemático internacional. Los rendimientos de las acciones latinoamericanas están menos correlacionados entre los países que dentro de uno solo, debido a que los factores económicos, políticos e institucionales que inciden en el rendimiento tienden a variar considerablemente entre los países, lo que origina una correlación relativamente baja entre los valores internacionales.

CONCLUSIONES

A través de la aplicación del modelo de media-varianza se demostró los beneficios de la inversión en los mercados accionarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú para un inversionista colombiano. La aplicación del modelo propuesto permitió inferir que la diversificación internacional de portafolio reduce no sólo el riesgo sistemático inherente (riesgo país), sino que ofrece un conjunto de carteras que permiten lograr una mayor rentabilidad y un mínimo riesgo.

El alcance de este trabajo se limitó al análisis de portafolios internacionales de renta variable, no obstante, queda abierta la posibilidad de indagar si estos resultados se siguen obteniendo para portafolios que incluyan activos de renta fija internacional, divisas y activos reales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Berger, D., Pukthuanthong, K., & Yang, J.J. (2013). Is the diversification benefit of frontier markets realizable bymean-variance investors? the evidence of investable funds. The Journal of Portfolio Management, 39(4), 36–48.

Errunza, V., Hogan, K., & Hung, M. (1999). Can the gains from international diversification be achieved without trading abroad? The Journal of Finance, 54(6), pp 2075–2107.

Eun, C.S., Huang, W., & Lai, S. (2008). International diversification with large- and smallcap stocks. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 43(2), 489–524.

Fabozzi, F., Gupta, F., & Markowitz, H. (2002, Fall). The legacy of modern portfolio theory. Journal of Investing, 7-22.

Gitman, L.J., & Joehnk, M., (2009). Fundamentos de Inversiones. Décima Edición. Pearson.

Gordon J.A., Sharpe, W.F., & Bailey J.V. (2003). Fundamentos de Inversiones. Teoría y Práctica. Tercera Edición. Prentice Hall.

Grubel, H.G. (1968). Internationally diversified portfolios:Welfare gains and capital flows. The American Economic Review, 58(5), pp 1299–1314.

Gupta, P., Mehlawat, M. K., Inuiguchi, M., & Chandra, S. (2014). Portfolio Optimization: An Overview. In Fuzzy Portfolio Optimization (pp. 1-31). Springer Berlin Heidelberg.

Lessard, D.R. (1973). International Portfolio Diversification: A Multivariate Analysis for a Group of Latin American Countries. The Journal of Finance, 28(3), 619-633.

Levy, H., & Sarnat, M. (1970). International diversification of investment portfolios. The American Economic Review, 60(4), 668–675.

Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. The Journal of Finance, Vol. 7, pp 77-91.

Maya, C., Jaramillo, C. M., & Montoya, L. M. (2011). Is it profitable to hedge exchange rate risk in a global portfolio from the perspective of a colombian investor? Estudios Gerenciales, 27 (120), pp 83-102.

Mishkin, F. S. (2009). Globalization and financial development. Journal of Development Economics, 89(2), pp 164-169.

Santillán, A., & Carlos, J. (2013). Alternatives in international diversification for investment portfolios focused in stocks of Lima Stock Exchange. Contabilidad y Negocios. 7 (13), pp 13–32.

Solnik, B. H. (1995). Why not diversify internationally rather than domestically?. Financial analysts journal, 89-94.

Switzer, L. N., & Tahaoglu, C. (2015). The benefits of international diversification: market development, corporate governance, market cap, and structural change effects. International Review of Financial Analysis.

ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD, LA EFICIENCIA Y SUS FACTORES EXPLICATIVOS: EL CASO DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS 2005 – 2010

Javier Díaz Castro [85] Mario Giovanni Galvis Sánchez[86] Yubert Villalba Jiménez[87]

Resumen

Este trabajo se ha planteado como objetivo el análisis de la evolución de la productividad, la eficiencia y sus factores determinantes en las empresas pertenecientes a 27 sectores de agricultura, servicios y manufacturas colombiana en el período 2005 – 2010. Los resultados obtenidos podrían concluir la posibilidad de mejora de los niveles de eficiencia de las empresas analizadas, función del sector de pertenencia. El análisis que se realizará del crecimiento / disminución de la eficiencia en términos medios en el período a estudiar podría arrojar luz sobre los procesos de convergencia / divergencia que tengan lugar. Se investigará a cerca de los factores explicativos de la eficiencia y las posibles implicaciones para los gerentes. En este sentido se prestará atención a las variables como: la influencia del poder de mercado, la concentración, el tamaño empresarial y la localización de la empresa. Así mismo se analizará la productividad total de los factores y a sus componentes. La metodología a emplear se fundamenta en la estimación de modelos econométricos y la aplicación del Análisis Envolvente de Datos (DEA).

Palabras Claves: eficiencia, productividad, modelos econométricos.

[85] Econometrista@gmail.com
[86] mariogiovannister@gmail.com
[87] yuberth@yahoo.com

Keyeword : efficiency, productivity, econometric models.

Clasificación JEL: C61, O54, O14, O42

ANALYSIS OF PRODUCTIVITY, EFFICIENCY AND ITS EXPLANATORY FACTORS: THE CASE OF COLOMBIAN COMPANIES 2005 - 2010

Summary

The objective of this work was to analyze the evolution of productivity, efficiency and its determinants in the companies belonging to 27 sectors of agriculture, services and manufactures in Colombia during the period 2005 - 2010. The results obtained could conclude the possibility Of improving the efficiency levels of the companies analyzed, depending on the sector of ownership. The analysis of the growth / decrease of efficiency in average terms in the period to be studied could shed light on the processes of convergence / divergence that take place. It will investigate about the factors explaining efficiency and the possible implications for managers. In this sense attention will be paid to variables such as: the influence of market power, concentration, business size and company location. The total productivity of the factors and their components will also be analyzed. The methodology to be used is based on the estimation of econometric models and the application of Data Envelopment Analysis (DEA).

Keywords: efficiency, productivity, econometric models.

JEL Clasification: C61, O54, O14, O42

Grupo de investigación: ESTADO Y PODER categoría Colciencias
Líder: Javier Díaz Castro
Integrantes: Mario Giovanni Galvis Sanchez
Yubert Villalba Jiménez

ESTUDIO DEL MERCADO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAMARÓN ECUATORIANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL

Jessica Aracelly Guaipacha Marcillo[88], Carlos Vélez León[89], Julio Guime Calero[90]

INTRODUCCION

Desde mediados de la década del setenta, una nueva actividad económica permite al país significativos ingresos de divisas: la actividad camaronera. Bajo su influencia la costa ecuatoriana comienza a transformarse, y la multiplicación de piscinas para la cría del camarón, va a determinar no solo aspectos económicos, sino también sociales y ecológicos.

Mediante el desarrollo de nuevos modelos de negocio que estén orientados en la diversificación de los productos tradicionales, y que están dentro del cambio de la matriz productiva resulta de suma importancia para mejorar los niveles de competitividad del país.

El cultivo de camarón a escala mundial se sostiene con alrededor de 30 especies, de las cuales destacan cinco en Asia y dos en América (vannamei y L. stylirostris). Consta de una actividad que se realiza en las zonas costeras del mundo. (Rojas A. Haws M. & Cabanillas J, 2006)

Las provincias del Guayas, Manabí, el Oro y, en cierta medida Esmeraldas, asisten a una agresiva inversión en la acuacultura, trasladando capitales en muchas ocasiones, desde el sector agrícola, al sector camaronero. Orientando básicamente a la exportación, el proceso debe subordinarse a las condiciones de precios, calidad y volúmenes, coincidentes con las imposiciones de las demandas externas.

[88] jessicaguaipacham@hotmail.com

[89] Carlos.velezl@ug.edu.ec

[90] julio.guimeca@ug.edu.ec

Actualmente la producción tiene un gran comprador ESPAÑA. Con este motivo se deben intercambiar opiniones acerca de la posibilidad de nuevos mercados y la trascendencia de esa iniciativa en el marco de las políticas del estado con relación a nuevos incentivos para productores y exportadores.

Finalmente, se puede afirmar que el aspecto productivo aún tiene un bajo perfil según las declaraciones de muchos productores. En este sentido es útil considerar, como problema, las contradicciones existentes entre productores y exportadores, entorno a las excesivas ganancias de una elite de exportadores a través de mecanismos del estado que los beneficia, mientras que, por el contrario, los pequeños productores son explotados por los grandes y las empresas extranjeras encargadas de empacar el producto.

Al comenzar esta actividad camaronera hubo muchos problemas, uno de los principales fue el desajuste climático y el deterioro del sistema ecológico y también por graves error en el proceso productivo, alentados por la alta rentabilidad coyuntural de la exportación.

(Horna R et. al, 2013)*"el problema de las crisis camaronera se debió a 5 factores: a tala de los manglares sobre captura de camarón por parte de las flotas camaroneras, proliferación del camarón, mortandad excesiva por la mala manipulación de la lavas, influencia del clima y corrientes marinas"*

La actividad camaronera mejoro estos inconvenientes y realizo mejoras en sus procesos de producción de camarón, alrededor del 95% de la producción del camarón esta basados en el sistema de cultivos y el restante 5% se capturan en nuestras aguas calurosas del pacifico.

Las ventajas climáticas del país permiten que se generen hasta tres ciclos de cosechas por año, y un mayor desarrollo productivo por hectárea. El camarón blanco o Litopenaeus vannamei representa más del 95% de la producción ecuatoriana.

Estudiando esta información podemos ver claramente y distinguir que la problemática que impulsó el desarrollo de esta investigación, en el contexto económico, es precisamente la dependencia existente de la exportación de productos tradicionales, como los ya mencionados, para diversificar la oferta exportable a través del ofrecimiento de nuevos productos y la apertura de otros mercados internacionales, que sirvan de apoyo para disminuir los déficits comerciales y promover el ingreso de divisas en el país

Si se realiza un estudio del entorno internacional de la exportación del camarón entonces permitirá obtener los índices de rentabilidad al introducir este producto hacia el mercado Español.

A continuación en la tabla 1 presentamos la taxonomía del camarón:

Taxonomía de Penaeus vannamei (Boone,1931)	
Phylum:	Arthropoda
Clase:	Malacostraca
Orden:	Decápoda
Especie:	Vannamei
Suborden:	Dendobranchiata
Superfamilia:	Penaeoidea
Familia:	Penaeidae
Género:	Penaeus

MARCO TEORICO

MERCADO NACIONAL DEL CAMARON

Trayectoria del sector camaronero en el sector productivo ecuatoriano

Ecuador es un país productor del camarón por excelencia, hace más de 30 años, hace más de 15 exportando con grandes volúmenes especialmente a Estados Unidos. En el Ecuador las industrias camaroneras se inicia a finales de la década de los sesenta, específicamente durante la época colonial en la ciudad de Santa Rosa cuando un grupo de empresarios empezaron su actividad de cultivo al observar que en los estanques cercanos a desembocaduras de ríos, crecía el camarón. Desde entonces inicia la explotación de salitrales y manglares, al explotar las pampas salitrales vieron que era un buen negocio por lo que fueron tomando posición de diversos manglares. Creciendo aceleradamente esta actividad hasta los ochenta a pesar de las plagas y el clima cambiante existente. En 1987 Ecuador fue el primer país exportador de camarón del mundo, pero ya en los años 90 esta actividad tiende a disminuir. En 1998 se registró 2.006 camaroneras, 76 plantas procesadoras, 312 laboratorios de larva y 21 fábricas productoras de alimentos de balanceado, llegando a exportar 114.795 toneladas de camarón que representa 875 millones de dólares en valor FOB, que contribuía un 26 % de exportaciones.

Luego de lograr un crecimiento constante en el comercio exterior, en 1999 el cultivo fue afectado por el virus de la mancha blanca que se expandió por las provincias costeras afectando a la producción y trayendo consigo un impacto negativo a la economía y al comercio ecuatoriano. En el 2001 se inició un intento de mejorar las exportaciones, presentando un mayor volumen de producción bajo la implementación de controles de calidad que han generado resultados favorables a los productores.

Gracias a las condiciones de tiempo, geografía y estructura del litoral con las que cuenta Ecuador, se crían algunas especies de camarón exportables, entre las cuáles están: la Penaeus Stylirostris y la más importante es la Litopenaus Vanamei (Camarón blanco de excelencia). Estas especies son cultivadas por medio de tres sistemas: extensivo, semi-extensivo e intensivo. (PRO ECUADOR, 2016)

Principales asociaciones camaroneras del Ecuador

Según la (Cámara Nacional de Acuacultura CNA , 2010) las principales asociaciones registradas pertenecientes a las zonas pesqueras principales en el Ecuador son:

ACEBAE Asociación de Cultivadores de Especies Bioacuaticas de Esmeraldas.

ASOPROCANE Asociación de Productores de Camarón del Norte de Esmeraldas.

COOPROCAM Cooperativa de Productores de Camarón del Norte de Manabí.

Asociación de Camaroneros de Sucre, Tosagua, Chone y San Vicente.

ASOLAP Asociación Provincial de Productores de Post Larvas de Camarón de Santa Elena.

CPC Cámara de Productores de Camarón del Oro.

APROCAM Asociación de Productores de Camarón Jorge Kayser.

Cooperativa de Producción Pesquera Hualtaco.

ASOCAM Asociación de Productores Camaroneros Fronterizos.

Cooperativa de Producción Pesquera Sur Pacifico Huaquillas.

Participación del camarón ecuatoriano en el mercado internacional

Ecuador es uno de los países que más destaca a través del tiempo es el sector camaronero, ya que debido a su desarrollo en métodos de crianza y tecnológico este ha logrado posicionarse como uno de los mejores proveedores y exportadores de camarones de calidad en el mundo. Ecuador fue unos de los países pioneros en la implementación del cultivo de camarón usando el agua salada haciendo de este una opción de cultivo la cual aprovecharía un recurso ignorado por la industria pecuaria para la producción de proteína hace más de 40 años .El sector camaronero ecuatoriano se innovo al perfeccionar sus técnicas en el cultivo de la especie nativa de camarón y así hacerla más resistente a las enfermedades, además de que estas técnicas fueran de menor impacto ambiental.

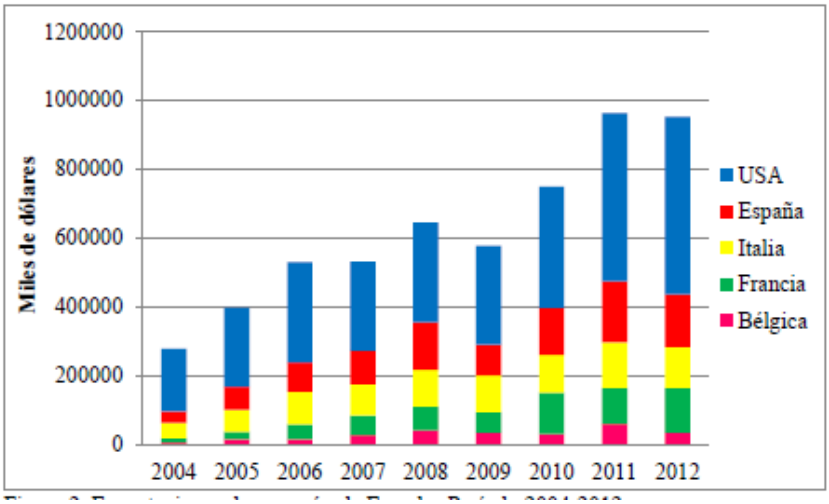
MERCADO INTERNACIONAL DEL CAMARON

Demanda de camarón a nivel mundial

Según el (Boletin ProEcuador, 2013), los productos mar fresco o congelados están ganando mercado a los producto de mar en conserva.

La Unión Europea es un importador principal dentro de la gama de productos del mar, los países que más importan el camarón ecuatoriano son: España, Francia, Italia, Bélgica, Reino Unido, Alemania y Holanda según datos del (Map Trade, 2013).

Figura 2: Exportaciones de camarón de Ecuador Período 2004-2012.



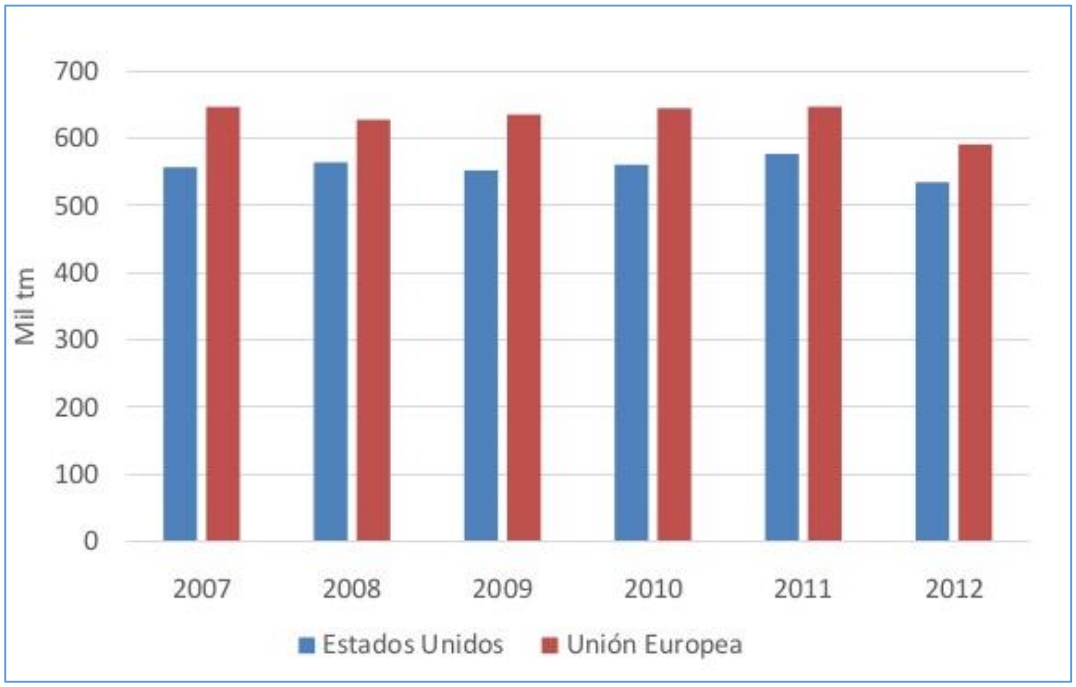
Fuente: (Trade Map, 2013).

Elaborado por: (Trade Map, 2013).

Principales países importadores de camarón

Estados Unidos, Vietnam, España, Japón, Francia, Italia, China, Países Bajos, República de Corea, Bélgica. (Map Trade, 2013).

Figura 3: Importadores importantes de Camarón



Fuente: (Food and Agriculture Organization of the United Nations. [FAO], 2013)

Elaborado por: FAO

Análisis del volumen de importaciones del camarón en España

El camarón consumido en España tiene esencialmente tres orígenes: China, Ecuador y Argentina. A su vez estos tres países tomaron el liderazgo entre los principales proveedores en los últimos, pero actualmente tienen una gran participación en el mercado. (Map Trade, 2013).

La tendencia de exportación a España de cada uno de estos tres países es distinta: China registró un estancamiento de sus exportaciones, mientras que Ecuador experimento un incremento en sus exportaciones a España, y Argentina sufrió una reducción. (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2016)

SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD DE LA INDUSTRIA CAMARONERA

Documentación mínima a aportar por el vendedor

Según (PROECUADOR, 2010) a continuación se detallara parte de la documentación que debe de cumplir el vendedor.

Factura comercial.

Lista de contenido (en el supuesto de que la expedición esté compuesta por más de un bulto).

Otros documentos dependiendo de las características del producto:

Certificado Sanitario.

Certificado de Metrología.

Certificado de Pesos.

Certificado CITES.

Otras Certificaciones relativas al producto a tramitar en el país de origen.

Requisitos generales para la exportación de productos acuícolas desde ecuador hacia España

"De acuerdo a la información establecida, los productos que son de origen de la pesca y acuacultura deben ser exportados bajo ciertas normas y criterios, realizando el siguiente procedimiento" (PROECUADOR, 2013)

Obtener autorización en el MAGAP

Aprobar la verificación

Presentar el formulario de Inscripción 11.1, se puede encontrar en la página web del INP (Instituto Nacional de Pesca, 2017)

Acuerdo Ministerial, Acta de Producción Efectiva y todo documento requerido por el Instituto Nacional de Pesca. Posteriormente se realizara la verificación que consiste en una inspección y el proceso técnico de revisión.

Obtener certificación:

El exportador debe acudir al INP para solicitar el Certificado Sanitario a los establecimientos verificados, antes del embarque del producto.También pueden emitir Certificados de Calidad y certificados varios según exigencias del país importador.

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Las reglas para que un producto circule en territorio europeo es muy estricto según (PROECUADOR, 2012) en cuanto al empaquetado debe de contar con lo siguiente:

Nombre del producto.

Marca comercial.

Estado físico del producto y tratamiento llevado a cabo.

Lista de ingredientes.

Indicación clara de ingredientes que puedan provocar alergias o intolerancias.

Cantidad neta.

Fecha de duración mínima.

Condiciones especiales conservación o uso.

Nombre o razón social

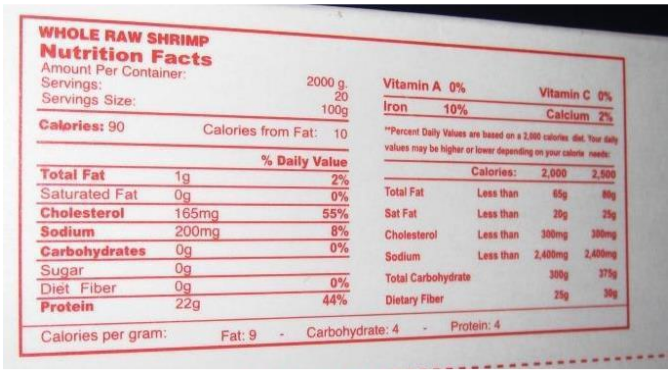
Lugar de origen o procedencia.

Instrucciones de uso.

Categorías de ingredientes.

Marcado de lote.

Información fácil de entender y útil.



METODOLOGÍA

El presente proyecto de investigación, se lo realizo mediante un diseño cualitativo y descriptivo, el cual es una forma de aproximación sistemática, nos apoyamos en datos bibliográficos y entrevistas a las camaroneras del Guayas. Los cuadros estadísticos encontrados nos permitieron analizar la situación de las exportaciones de dicho producto**.**

MODALIDAD DE LA INVESTIGACION

Para poder investigar se lo ha realizado mediante una técnica de recolección de datos a través de información estadística ya establecida, además se utilizó información complementaria, para lo cual se recogió datos en diferentes fuentes estatales como: subsecretaría de acuacultura y pesca (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA –MAGAP), en donde se obtuvo cuadros estadísticos sobre la producción total del camarón en la provincia del guayas, también del Banco central del Ecuador, Pro Ecuador y el SENAE, en el cual se obtuvo datos sobre las exportaciones del camarón que realiza nuestro país, y de las importaciones que realiza España.

Además para el desenvolvimiento de este proyecto se emplearan los siguientes métodos:

Método Analítico

Es el método en el cual se aplica la desmembración de un todo, dividiéndolo en sus partes para estudiar los motivos, la naturaleza, y sus consecuencias.

Este método es utilizado para darle una estructuración al proyecto en capitulo, temas, subtemas, etc. para así darle un orden secuencial y con sentido.

Método Inductivo

Este método está comprendido entre sucesos particulares y generales los cuales se utilizan al momento de implementar el análisis del mercado Español, se estudia la oferta, la demanda y el margen entre ellas que sería definido como la demanda insatisfecha, etc.

Método Sintético

Es una táctica de razonamiento comúnmente usada para la reconstrucción de un todo a partir de las partes definidas en el análisis, es decir recolecta todos los subtemas de tema para formar otro con un criterio más amplio.

Este método es aplicado en nuestro proyecto porque recopila lo estructurado en el método analítico y arroja la conclusión de si el proyecto es factible o no.

RESULTADOS

Figura 4: Paises Importadores De Camarón En El Mundo

Importadores	2013	2014	2015
	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas
Mundo	1385390	1570497	1662246
Estados Unidos de América	381852	445640	451428
Viet Nam	171754	146752	138854
España	144607	150940	158780
Japón	87251	84797	86513
Francia	56004	62603	59783
Italia	41635	42141	35487
China	39440	39732	34366
Países Bajos	39125	42095	35904
Corea, República de	38499	41735	41287

Bélgica	32871	34064	35387

Fuente: Trade Map 2016

Elaborado por: Autores

Figura 5: Lista De Productos No Petroleros Mas Importados Por España

DESCRIPCIÓN NANDINA	**FOB DÓLAR**
Camarones	148.737,61
Atunes	126.992,22
Las demás preparaciones y conservas de pescado	73.763,96
Bananas o plátanos, frescos o secos: frescos: tipo «cavendish valery>>	14.865,70
Rosas	12.539,16
Cacao en grano, entero o partido,crudo o tostado: crudo: los demás	11.338,11
Atunes de aleta amarilla (Rabiles)(Thunnus Albacares)	5.155,29
Piñas (ananás)	4.816,49
Listados y bonitos	3.763,15
Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	3.642,78

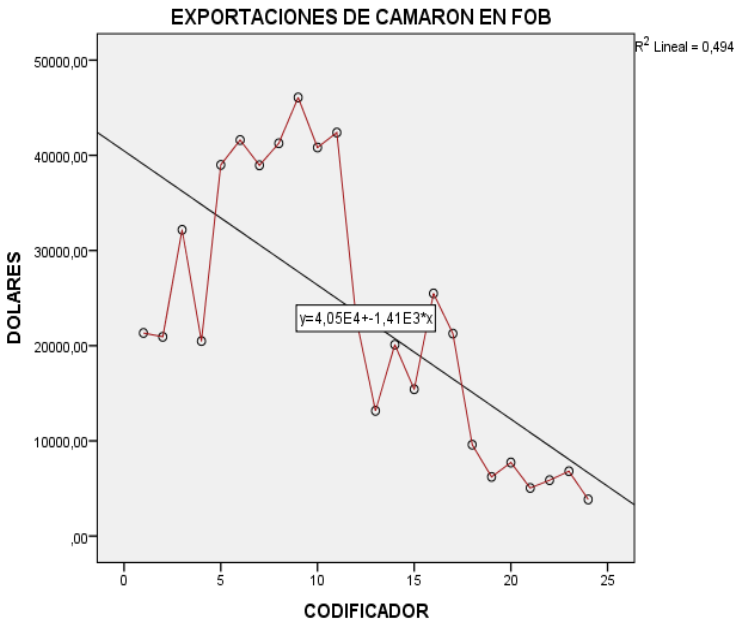
Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

ANÁLISIS DE REGRESIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CAMARON (2010-2015)

En la **Ilustración 3** podemos observar el análisis de regresión de las ventas del camarón desde el 2010-2015 realizada con la base de datos obtenida del Banco Central del Ecuador en el cual se refleja la curva de regresión y la tendencia.

Figura 6: Exportaciones De Camarón



AÑOS	MILES USD FOB
2010	$ 14.498,03
2010	$ 24.274,42
2010	$ 34.671,88
2010	$ 22.547,54
2011	$ 26.501,01
2011	$ 48.253,05
2011	$ 41.277,07
2011	$ 45.430,15
2012	$ 31.315,28
2012	$ 47.342,00
2012	$ 44.926,90
2012	$ 25.153,44
2013	$ 8.945,47
2013	$ 23.325,63
2013	$ 16.341,16
2013	$ 28.061,26
2014	$ 14.458,88
2014	$ 11.133,73
2014	$ 6.583,91
2014	$ 8.506,12
2015	$ 3.429,48
2015	$ 6.804,15
2015	$ 7.219,43
2015	$ 4.233,79

Análisis:

La principal característica del camarón como bien de consumo, es que es un bien de lujo: su alta calidad y precio influyen en que la mayor parte de la demanda mundial de este producto esté restringida a las economías desarrolladas que poseen alto poder adquisitivo. Por esto, la demanda mundial está estrechamente ligada con los ciclos económicos de los principales países desarrollados, es decir, de Estados Unidos, la Comunidad Europea, entre otros.

La demanda del camarón en el mercado español es una marcada por la confianza, ya que es complicado poder garantizar el cobro (para el exportador) y el pago (para el importador). (Instituto de promocion de exportaciones e inversiones , 2013)

Las ventajas climáticas del país permiten que se generen hasta tres ciclos de cosechas por año, y un mayor desarrollo productivo por hectárea. El camarón blanco o Litopenaeus vannamei representa más del 95% de la producción ecuatoriana.

Ecuador puede ofertar 400 millones de libras anuales de camarón, incluyendo productos de valor agregado.

Dentro de los productos no petroleros, el camarón es el segundo producto de exportación del país. (INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES, 2016)

CONCLUSIONES

El sector camaronero ecuatoriano ha demostrado ser fuente de ingreso de divisas para el país a través del crecimiento de su producción y exportación hacia mercados internacionales, los cuales prefieren este producto por su calidad, sabor y textura que presenta haciéndolo uno de los favoritos para los consumidores. Especialmente el mercado español es considerado como uno de los más exigente en lo que respecta a la calidad de los productos, teniendo las empresas ecuatorianas que cumplir con una serie de requisitos para su distribución como la obtención de certificados sanitarios, técnicos, entre otros con el fin de proteger la salud humana, animal y los derechos de los consumidores. Para el cumplimiento de ello las empresas ecuatorianas deben realizar inversiones, aunque simplemente han logrado llegar hasta este mercado gracias al gran estándar de calidad con el que cuentan el producto.

RECOMENDACIONES

Con la finalidad incrementar los ingresos en el país mediante las exportaciones, a causa de una balanza comercial deficitaria existente en el 2012, es necesario elevar la venta y su diversificación hacia distintos países a más de la búsqueda de nuevos productos que representen una fuerte competencia en los mercados internacionales y con esto lograr tener una balanza comercial de positiva para los siguientes años que ayudará de manera indirecta a la creación de más fuentes de empleo logrando un mayor bienestar en la población.

Los sectores productivos del Ecuador en especial el sector acuícola debe fortalecer el trabajo que lleva conjuntamente con el gobierno y las instituciones que se dedican a controlar e impulsar el comercio exterior del país para que de esta manera se establezcan alternativas comerciales que puedan ayudar a que no afecte a la productividad y al crecimiento de la renta del país, a más de plantearse el reto de buscar la apertura a nuevos mercados aprovechando la calidad y diversidad del producto.

Esta investigación se realizó un objetivo bien planteado es sembrar en la mente de los productores ecuatoriano a buscar nuevos mercados, lo que presentamos en este proyecto es factible la exportación ya que no solo ayudara económicamente al país sino también ayudara a muchas familias ecuatorianas a tener empleo.

REFERENCIAS

Boletin ProEcuador. (2013). *Analisis del sector de pesca.* Guayaquil.

Cámara Nacional de Acuacultura CNA . (Enero de 10 de 2010). *Asociaciones Camaroneras del Ecuador*. Obtenido de http://www.cna-ecuador.com/afiliados-cna/afiliados

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (23 de Diciembre de 2016). *Shrimp Market Reports*. Obtenido de http://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/shrimp/en/

Food and Agriculture Organization of the United Nations. [FAO]. (30 de Septiembre de 2013). *Situación y tendencias del mercado local y de exportación para el camarón.* Obtenido de https://es.slideshare.net/alangel88/mdo-camaron

Horna R et. al. (2013). *La Actividad Camaronera en el Ecuador.* Quito: Ildis.

Instituto de promocion de exportaciones e inversiones . (2013). *informacion del mercado españa.*

INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES. (2016). *PESCA Y ACUACULTURA.* Obtenido de PRO ECUADOR : http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/perfiles-sectoriales/

Instituto Nacional de Pesca . (2015). *Aseguramiento de la Calidad Pesquera, Acuícola y Ambiental (ACPAA)*. Obtenido de http://www.institutopesca.gob.ec/proceso-acpaa/

Instituto Nacional de Pesca. (2017). *Formulario de Inscripcion 11.1*. Obtenido de http://www.institutopesca.gob.ec/la-institucion/rendicion-de-cuentas/

Map Trade. (Julio de 2013). *Boletin mensual de Comercio Exterior.Exportaciones de camarón de Ecuador Período 2004-2012.* Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROECUADOR_IC_03-311.pdf

PRO ECUADOR. (2016). *Pesca y acuacultura*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/pesca-y-acuacultura/

PROECUADOR. (2010). *Reglas para cualquier modo o modos de transporte*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/

PROECUADOR. (2012). *Camarones congelados en Francia*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_CAMARONES_FRANCIA_II.pdf

PROECUADOR. (2013). *Requisitos para Exportar Productos Originarios de la Acuacultura y Pesca.*

Rojas A. Haws M. & Cabanillas J. (2006). *Manual de Buenas Practicas de Manejo en la Camaronicultura.* California: Graphic Services Universidad de Hawaii-Hilo.

AVANCES PARA LA CREACIÓN DE LA ASOCIACIÓN SANTANDEREANA DE TURISMO

Jonathan Ardila Morales[91]

Resumen

El presente proyecto de investigación busca contribuir con información para el departamento de Santander respecto al sector turismo a través de un modelo de aglomeración productiva. Este método permite evidenciar la manera en que el departamento podría convertirse en destino turístico de calidad y vincularse un mercado internacional competitivo con grandes oportunidades de posicionamiento.

El estudio realizó un diagnóstico general de los actores y la oferta actual por provincias y municipios. Para conocer a profundidad la dinámica del sector en el departamento, se realizó un análisis estadístico descriptivo y otro multivariado, los cuales permitieron conformar tres grupos homogéneos de municipios de acuerdo a los niveles de desarrollo turístico y las diferencias que hay entre sí. Así mismo, se encontraron aspectos positivos y negativos del sector, respecto a factores como: dotación de activos turísticos, empresas, infraestructura vial, promoción turística, sector endógeno y población.

En conclusión, para la internacionalización del turismo departamental, se recomienda seguir lineamientos estratégicos de: (a) organización institucional; (b) gobernabilidad; (c) inclusión social; (d) integración económica internacional; (e) marketing territorial. Esto con el fin de integrar horizontal y verticalmente a los actores, mediante tácticas de asociatividad en los eslabones y la cadena de valor turística; como diseñar estrategias para promover el desarrollo turístico regional mediante la inserción y posicionamiento comercial del sector en mercados nacionales e internacionales.

[91] Esta ponencia hace parte de un trabajo de grado de la Universidad Santo Tomás, titulado Lineamientos estratégicos de un plan para la organización e internacionalización de los actores del sector turístico en el departamento de Santander. Estudiante de economía y negocios internacionales e investigador de la Universidad Santo Tomás; Bucaramanga, Colombia. Jonathan.ardila@ustabuca.edu.co

Palabras claves: Asociatividad, Análisis Multivariable, Desarrollo Regional, Internacionalización, Turismo.

Abstract

The following research looks to contribute with basic information to the department of Santander in the sector of tourism, through a selected model of productive agglomeration. This method allows to show how the department might become a tourist destination of quality and link into an international competitive market, with big opportunities of positioning.

The study made an actors general diagnosis and the current offer by provinces and municipalities. To know in depth the sector dynamics of the department, it was made a descriptive statistical analysis and another multivariate, which allowed to form tree homogeneous groups of municipalities according to levels of tourist development and differences between them. Likewise, it was found positive and negative aspects about factors like tourism assets allocation, enterprises, road infrastructure, tourist promotion, endogenous sector and population.

In conclusion, for the internationalization of departmental tourism, it is recommended to follow strategic guidelines of: (a) institutional organization; (b) governability; (c) social inclusion; (d) international economic integration; (e) territorial marketing. This is in order to integrate horizontally and vertically the actors, through tactics of associativity in the links and tourist value chain; also design strategies to promote regional tourist development through insertion and commercial of the sector in national and international markets.

Keywords: Associativity, Internationalization, Multivariate Analysis, Regional Development, Tourism.

Introducción

El dinamismo que ha presentado el sector de servicios turísticos en Colombia en los últimos cinco años se ha visto reflejado en la considerable afluencia de turistas nacionales e internacionales. Según las cifras oficiales del Centro de Información Turística CITUR, dirigido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se muestra para el 2016 un valor de 2’554.711 llegadas de turistas internacionales a Colombia. En el departamento de Santander se muestra una cifra de 24.918 llegadas internacionales, presentando un aumento respecto a las llegadas del año 2015 que fueron 23.413, este crecimiento ha redundado en una evolución considerable del sector turístico caracterizada por ampliación y modernización del servicio (CITUR, 2016).

Otro factor que ha coadyuvado a esta situación es la adaptación e implementación de diferentes políticas públicas, implementadas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, entre las que se encuentran la Política de Ecoturismo, Política de turismo cultural, Política de calidad turística, entre otras (Ministerio Industria, 2011). Así mismo se adelantan estrategias de promoción

internacional que permite comprobar la calidad, confianza y responsabilidad para la prestación de servicios turísticos, según la presidenta de ProColombia, María Claudia Lacouture, el gobierno nacional a través del Ministerio de Industria, Comercio y turismo está alineado con ProColombia y parte del sector privado para continuar con el proceso de hacer Colombia un destino turístico internacional; entre estos esfuerzos se resalta: el apoyo a los destinos que requieren fortalecer su oferta a través de una labor de regionalización para diversificar e innovar productos y desarrollar acciones para atraer viajeros en temporadas bajas (PROCOLOMBIA, 2014).

Sin embargo, respecto a Santander lo que la literatura revisada demuestra es que el sector turístico regional adolece de una falta de integración de los actores regionales, un aislamiento y la poca vinculación de los actores locales a corredores turísticos internacionales. En ese sentido, esta investigación se enfoca en establecer cuál puede ser el tipo de integración necesaria de los actores del sector turístico de Santander, para así organizar y fortalecer su capacidad productiva a fin de superar las diferencias y encontrar soluciones para aprovechar las ventajas comparativas que tiene el sector y, de esta manera, articularlo a los circuitos turísticos internacionales.

A la par, la investigación se orientó con una visión prospectiva de maximizar la capacidad instalada de la cadena de valor; así mismo de generar una transformación de tipo comercial y cultural en el departamento, dinamizar la economía turística por medio de la generación de empleo directo e indirecto originada como producto de la integración de la demanda internacional con la oferta turística exportable existente en Santander y, del mismo modo, adecuar y posicionar productos emblemáticos del territorio a través de la marca país.

Este estudio brinda un panorama general del contexto de la temática. Con base a esto se plantea la justificación, los objetivos, el nivel de alcance y los límites de la investigación. A continuación, se realiza un marco teórico, en el que se aborda algunas teorías económicas clásicas, organizacionales y de desarrollo; así mismo, se proponen estrategias por medio de lineamientos que se desprenden de la forma en cómo se vayan a agrupar los actores del sector turístico.

Por último, se diseña la creación de la Asociación Santandereana de Turismo para dar inicio a la inclusión de los actores por medio de la planificación estratégica y sostenible del sector. Es así como en el avance del proyecto de investigación se da a la creación de una estrategia integradora que se propone en definir las tácticas, objetivos y presupuesto que se requeriría para su ejecución. En ese sentido la pregunta de investigación que orientara el proceso de construcción del presente trabajo es ¿Cómo se puede impulsar la organización colectiva de los actores de turismo en Santander?

Marco teórico

Desarrollo Regional.

El desarrollo regional se puede definir como un proceso que experimenta un territorio en busca de crecimiento y cambio estructural, mediante el uso del actual potencial económico, político y social; de esta manera, elevar el bienestar de la población en determinada región. Cuando la comunidad local participa en el liderazgo del cambio estructural, se denomina como "proceso de desarrollo regional endógeno" (Vazquez, 2000).

En la gran mayoría de las iniciativas de desarrollo regional, se propone articular el sector público y privado. Se cree conveniente la intervención no solo de la comunidad, sino también de las empresas e instituciones del Estado; estas últimas, trabajan activamente por medio de la generación de políticas públicas que se enfocan al desarrollo económico, social, cultural y de preservación ambiental. Se destacan entre esas labores, las estrategias de mejoramiento de las condiciones de vida, por medio de la oferta de servicios de salud, educación, agua potable y vivienda decente. Además, se promueven desde el enfoque regional, propuestas para la inclusión de la población en las actividades económica (Maldonado, 2010).

Respecto al Desarrollo Económico Local, según Vázquez (2000) es un proceso de crecimiento de la estructura económica en las regiones ciudades o territorios. Es necesario el empoderamiento de los actores locales que trabajan en conjunto con gobiernos regionales y nacionales, además que está abierto a la relación con organizaciones internacionales para desarrollar el potencial económico de la localidad; también se busca crear oportunidades e incentivos que estimulen la cooperación entre actores locales del sector público y privado, de igual manera con grupos sociales y políticos. El Desarrollo Económico Local (DEL) promueve, de igual forma, todo el conjunto de estrategias sobre desarrollo basadas en el uso indicado y la creación de recursos locales, así como la formulación de ventajas competitivas y el fortalecimiento de la generación de empleo de manera sostenible (Sandoval, 2015).

Aglomeraciones Productivas.

Según Porter (1990), las aglomeraciones productivas "son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores de insumos y servicios especializados, todos estrechamente vinculados a instituciones conexas en una actividad económica particular". Algunas naciones influidas por este tipo de desarrollo son los Estados Unidos, Japón, Unión Europea, y los organismos multilaterales y de cooperación técnica. Se contextualiza a las cadenas productivas como marco un analítico para la producción, por medio del asentamiento de una estructura social de enlace de productores que pertenecen a diferentes áreas (Michael Porter, 1990).

Desde esta perspectiva, el ascenso industrial implica aprendizaje organizativo para mejorar la posición de las empresas o de las Naciones en la economía internacional y con las redes de producción. De igual forma, es importante resaltar la participación del clúster en las cadenas

productivas, ya que posiciona a las empresas y a la economía regional en una curva de aprendizaje dinámica. El desarrollo industrial exige no solo capital físico y humano, sino también capital social y redes relevantes y efectivas. El entorno de las cadenas productivas proporciona un conjunto de herramientas para comprender no sólo la importancia del posicionamiento estratégico de las empresas y las Naciones en industrias globales, sino también la forma en que los factores institucionales y regulatorios pueden moldear los prospectos de desarrollo en la economía mundial. Respecto a las redes propuestas por Gereffi (2001), se pueden abarcan interacciones estratégicas, intencionales, preferenciales, repetitivas y cooperativas entre empresas y entre estas con otras organizaciones (pueden no estar ubicadas cerca unas de otras), (Gereffi, 2001).

En cuanto a las aglomeraciones la CEPAL (2005, p 64), propone que la definición de estas ha quedado estipulada por diferentes autores y después de una integración de conceptos se definen como "un conglomerado espacial de actividades económicas similares o conexas que por lo general constituyen la base productiva de una localidad (…) su éxito se basa en el capital social y la proximidad geográfica" (CEPAL, 2005).

Las etapas de una aglomeración productiva, se clasifican así (CEPAL, 2005) :

1. Ciclo de vida de una aglomeración: La cual inicia con una concentración incipiente en la que un grupo limitado de actores trabaja en una actividad parecida o a fin, luego la aglomeración emergente se da cuando los actores ven oportunidades comunes para su beneficio.
2. La masa crítica en la cual debe existir una concentración de trabajadores, gerentes, experto, especialistas en finanzas y empresarios para hacer frente a los procesos de innovación y de reestructuración ante un evento externo.
3. Clasificación de las aglomeraciones por su proceso de formación. Las aglomeraciones construidas son un proceso que se dirige desde ciertas instituciones públicas o privadas hacia localidades respectivas dada una oportunidad de inversión, un nivel efectivo de capital social, la aglomeración espontánea surge desde las iniciativas locales donde son los agentes los que crean los vínculos y las aglomeraciones reconstruidas que son una combinación de las dos primeras.
4. La aglomeración madura es el momento en la cual se mantiene y eleva la competitividad y la productividad.
5. La acción conjunta y el capital social van a permitir las alianzas estratégicas entre los actores locales, las empresas, ONG, instituciones académicas.
6. La gestión de las acciones conjuntas está relacionada con la interacción de los agentes que decidan cooperar de manera horizontal y continuada en el tiempo.

Clúster Turístico.

Según el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata, se puede definir los clúster como la agrupación de empresas que actúan en un espacio geográfico determinado y crean una cadena de valor. Además, la autora contempla ciertos anillos de integración de un clúster turístico en un territorio determinado, permitiendo tener a todos los involucrados activos y dando una eficiencia en el desarrollo sostenible de la región, posicionando

así un destino turístico de calidad. En este destino identificado se debe contemplar la articulación de los siguientes elementos: recursos naturales y culturales, los turistas, sector productivo, instituciones públicas y residentes del territorio (Varisco, 2004).

Es necesario analizar la situación actual de la relación turismo - desarrollo, la cual busca fijar las condiciones locales (o regionales) que permitan el aprovechamiento del potencial que posee el territorio (Varisco, 2004). La explicación del concepto y aplicación del clúster es bastante amplia, se permite primero identificar los actores que intervienen en la actividad turística de cualquier territorio. Se divide en los siguientes grupos, organizados por el enfoque sistémico (Varisco, 2004):

1. Recursos Naturales y Culturales: Es la materia prima del turismo.
2. Los turistas: Se compone de la demanda y el gasto de bienes y servicios del turismo.
3. El sector productivo: Empresas que prestan los servicios directamente relacionados con turismo.
4. La superestructura turística: Se integra por instituciones públicas y privadas encargadas de velar por el buen funcionamiento y armonización del sector.
5. Los residentes: Habitantes de la localidad donde se practica el turismo, pueden estar involucrados o no con esta actividad.
6. El territorio: Es el espacio donde se desarrollan actividades de turismo, dando forma a una identidad diferente a otros escenarios turísticos. También se incluye la infraestructura.

En una explicación más amplia de los componentes del clúster, se halla la aplicación del sistema de *círculos concéntricos*[92]. Se conforma con la presentación geográfica de los siguientes anillos (Cunha & Aricó, 2001):

1. El epicentro: se conforma por los atractivos turísticos, la naturaleza tiene un enorme valor.
2. *Trade*[93]: Agrupa la infraestructura básica para el turismo, como hoteles, agencias de turismo, guía, bares y restaurantes, medios de transporte y el comercio.
3. Actores Sociales: Los actores ligados directa y permanentemente a la actividad turística. Se encuentran los órganos de poder público local, los gremios y las asociaciones.
4. Organismos de apoyo supralocales: Constituido por órganos de apoyo con alcance supralocal, entre ellos están: los órganos públicos federales y estatales que trabajan en las áreas relacionadas al turismo; organizaciones paraestatales que se dedican a capacitar empresarios y calificar trabajadores; instituciones de enseñanza e investigación; ONGs orientadas al turismo y medio ambiente.

Metodología del estudio

Para el alcance del objetivo de la investigación fue necesario aplicar métodos de la observación, caracterización, en la que se diferenciaron los actores y la situación actual del sector turístico del departamento. Posteriormente, se aplicaron técnicas estadísticas que permitieran categorizar el

[92] Dos o más círculos que tienen el mismo centro.
[93] Comercio

grado de conglomeración y asociatividad entre los mismos.
El estudio buscó generar lineamientos estratégicos de un plan preliminar para la organización, fortalecimiento e internacionalización de los actores del sector turístico del departamento. Por tal motivo, se adelantó la recopilación de datos mediante fuentes secundarias de instituciones oficiales y entidades de comercio, educación, cultura y turismo. Para lograr los objetivos específicos de la investigación, se adelantaron las siguientes actividades:

Tabla 1. Actividades

Actividades
1. Observación del panorama y revisión de la literatura.
2. Diseño de los instrumentos para la recolección y descripción de datos.
3. Diseño del método estadístico para interpretación de resultados.
4. Crear los lineamientos de un plan preliminar de acción asociativa con enfoque internacional.

1. Observación del panorama y revisión de la literatura.

A través de la observación, se percibió al turismo como eje de desarrollo para Santander, luego, se identificó que gran parte de los municipios santandereanos usan el turismo de forma desintegrada lo que ocasiona una fuente de ingresos inestables, además diferentes inconvenientes por la competencia ilegal y el bajo uso de la capacidad instalada. Esta observación se fundamentó en lecturas de: informes y planes turísticos, artículos de periódicos y revistas especializadas de turismo, y proyectos acerca del sector en el departamento de Santander. Además, se participó en eventos como seminarios, charlas y reuniones sobre el turismo de la región; en su gran mayoría han sido promovidos por: el Instituto de Cultura y Turismo de Bucaramanga, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Alianza de turismo por Santander.

2. Diseño de los instrumentos para la recolección y descripción de datos.

Los principales instrumentos para la toma de datos en el campo fueron: Caracterización de los actores registrados en fuentes secundarias de las siguientes instituciones y entidades oficiales: Cámara de Comercio de Bucaramanga, Páginas Oficiales de los Municipios y Gobernación de Santander, Instituto Nacional de Vías (INVIAS), ProColombia, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), a su vez se revisaron el programa institucional de televisión: *"*Por los caminos del gran Santander*",* realizado por la Universidad Santo Tomás Bucaramanga. A partir de esto se consolidó la matriz de datos completos por cada uno de los municipios del departamento, logrando definir cada actor dentro de la cadena de valor turística de Santander, y como se organizan por núcleos de desarrollo provincial.

3. Diseño del método estadístico para la interpretación de resultados.

Para el análisis de la información e interpretación de los resultados se usaron distintas técnicas de análisis estadísticos: conglomerados y discriminantes. En primer lugar, se adelantó un análisis

exploratorio de los datos recolectados en las fuentes secundarias teniendo en cuenta el tipo de variables a analizar, variables cualitativas en escala nominal y ordinal y cuantitativa en escala de intervalo y de razón. Este análisis tuvo por objeto:

1. Interpretar los datos antes de aplicar técnicas estadísticas para el análisis de datos y ligar un conocimiento básico de: los datos y las relaciones existentes entre las variables.
2. Comprobar los supuestos subyacentes en la mayor parte de las técnicas de análisis de conglomerados y análisis de discriminante. Específicamente la técnica estadístico multivariadas supuestos que permite agrupar las observaciones o variables más similares en grupos homogéneos mientras que se maximiza la heterogeneidad entre los grupos.
   Al efecto se usaron métodos analíticos como: estadísticos conglomerados y discriminantes.

Para examinar las relaciones entre distintos tipos de variables, probar hipótesis y hacer inferencias se emplearon los coeficientes de función discriminante canónica estandarizadas para establecer el grado de asociación entre las preferencias y correlación. En esta actividad se usó el programa SPSS para la interacción de los datos.

Para el análisis de preferencias y correlación se diseñó y desarrolló un modelo de conglomerados y de discriminante. Está técnica facilitó la comprensión del modo como la cadena de valor percibe la importancia de la articulación y gestión organizativa.

4. Idear y plantear los lineamientos de un plan preliminar de acción asociativa con enfoque internacional.

Posterior a la identificación de las aglomeraciones existentes en el departamento de Santander, se procedió a la realización de la estrategia de control al pronóstico para reconocer las causas y efectos del problema en cuestión.

Por último, se realizó un plan estratégico que organice las actividades de las aglomeraciones existentes y logre fortalecer su participación en los mercados nacionales e internacionales, por medio de una matriz FODA, la cual estructuró el plan que contiene las fases más relevantes de los respectivos actores involucrados; de esta manera se proyectó un plan de acción preliminar que lograra asociar al departamento y vincularlo con la demanda internacional.

Resultados

Teniendo como base la caracterización de los actores turísticos por núcleo provincial. Como se muestra en la figura 1, todos los datos totalizados de cada variable por núcleo provincial, junto con el análisis que se hizo a través de la estrategia de control al pronóstico, un esquema para la conclusión de los factores importantes en el desarrollo turístico de Santander, el cual permitió

conocer la situación actual, las problemáticas y a su vez plantear una situación deseada que dinamice la participación de la provincia en el sector.

PROVINCIAS	ATIVOS TURÍSTICOS	EMPRESAS	VÍAS - (TIPO INFRAESTRUCTURA)	PROMOCIÓN	SECTOR ENDÓGENO	TERRITORIO TURÍSTICO (# HABITANTES)
CARARE Y OPÓN	39	9	5	6	4	73239
COMUNERA	262	370	17	23	17	93634
GARCÍA ROVIRA	200	208	16	22	15	73805
GUANENTÁ	157	797	14	40	20	139828
MARES	91	77	8	16	11	310728
METROPOLITANA	186	7393	11	16	28	1213054
SOTO NORTE	57	66	8	12	10	34364
VÉLEZ	171	466	17	34	19	132364
MEDIA	145,38	1173,25	12,00	21,13	15,50	258877,00
DESVIACIÓN ESTANDAR	62,28	1554,94	4,00	8,63	5,50	251507,00
COEFICIENTE DE VARIACIÓN	0,43	1,33	0,33	0,41	0,35	0,97

Figura 1. Caracterización de los actores del turismo por cada provincia. Fuente: Elaboración propia.

Dentro del análisis general de Santander, se encuentran datos tan variables, un desarrollo turístico más avanzado en algunas provincias cómo la metropolitana, Guanentá y Comunera. Es así que se proponen lineamientos estratégicos dentro de un plan, que permita a cada una de las aglomeraciones (identificadas en el método estadístico) fortalecer su demanda internacional. Para esto se busca determinar y asignar tareas por área de efectividad, reconocer las barreras y alternativas identificadas en la presente investigación y así relacionar y direccionar a cada una de las aglomeraciones a su organización, fortalecimiento e internacionalización.

De igual manera se resalta la falta de sincronización y cooperación entre los involucrados en la cadena de valor de servicios turísticos; ausencia de recurso humano y social, el cual es de gran importancia para lograr acuerdos colectivos. En muchos casos, las grandes empresas fortalecen gran parte de su cadena de valor con el factor tecnológico, aunque el capital social es excluido siendo este el creador de oportunidades, buena conducta, mayor confianza e integración entre los involucrados de la industria de turismo en Santander. Encontrar una oportunidad al turismo en Santander es un paso importante para internacionalizar los actores del sector, para tal fin se realizó una matriz PCI, POAM y DOFA de Destino Santander que permitieron analizar los aspectos del sector a través de una estrategia de sinergia, las habilidades que impulsan a cada provincia y al departamento, así mismo identificar los riesgos y oportunidades, de qué manera operan los actores turísticos; y así establecer roles que permita alcanzar mejores resultados y prevenir efectos negativos en el desarrollo del sector.

En definitiva, se extrajeron los siguientes aspectos de los tres métodos de la planeación estratégica (PCI, POAM y DOFA) aplicados, para identificar cuáles son de impacto alto y de esta manera permitan generar una respuesta inmediata a los problemas planteados:

1. Riqueza natural y climática del departamento; 2. Inversión estatal en sector turismo; 3. Segmentación de mercados y competitividad; 4. Investigación y aplicación de nuevas tecnologías; 5. Organización de los actores del sector público y privado.

Por medio de la integración, se procura fortalecer de forma continua a los actores involucrados y así permitir una articulación como posicionar al destino turístico del departamento de Santander. De esta manera, se aprovecha la heterogeneidad productiva, la concentración urbana y distancias entre polos turísticos del departamento, permitiendo la innovación de la región, y para responder a las preguntas ¿Qué es lo que se aglomera, y en qué espacio de referencia? Con estas conclusiones se han planteado unos lineamientos estratégicos para organizar, fortalecer e internacional los actores de la cadena de valor turística de Santander. Según lo planteado en la tabla anterior, hay diferentes áreas de interés para el turismo, donde debe haber una participación activa tanto del sector público como privado.

A continuación, se presentan los lineamientos estratégicos para el desarrollo de la Asociación Santandereana de Turismo:

Organización Institucional.

Se planteó esta línea como primera medida, por la gran necesidad de organización institucional del sector. La unión por parte de los involucrados puede generar una oferta estable, una visión común que permite el desarrollo del sector, el aumento constante para todas las entidades a través de agrupaciones institucionalizadas que forma una unión que genera ayuda constante a los involucrados del sector.

Gobernabilidad

La administración pública a través del diseño de sus políticas pretende controlar y distribuir de manera adecuada sus recursos en los que se cumpla los principios de transparencia, conformidad y responsabilidad pública; esto con el fin de organizar y asociar los actores de turismo de Santander bajo metas y objetivos en común, y así superar desafíos que contrae el poder organizacional.

Inclusión social

Articulado a lo anterior, se plantea sensibilizar a la comunidad en general sobre el desarrollo turístico. Que todas las personas sean libres de participar de manera directa o indirecta en las decisiones que involucren a su comunidad en prácticas de turismo. En este caso, la Asociación Santandereana de Turismo busca promover espacios para informar, capacitar y cooperar sobre temas del turismo especialmente en zonas de baja experiencia y desconocimiento del sector. De igual forma, se busca con estos encuentros, rescatar la identidad cultural de Santander.

Integración económica internacional.

El turismo es identificado como un instrumento de gran importancia para el desarrollo social y económico. La Organización Mundial Turismo (OMT), señala los siguientes elementos

importantes para el éxito en la creación de rutas turísticas: las infraestructuras, agilización de visados, el transporte, las asociaciones privadas la coordinación del sector público y el posicionamiento de la marca.

Marketing Territorial.

En la búsqueda de estrategias para contribuir a que el sector lograra ser competitivo en un mediano y largo plazo, se organizaron las ideas sobre cómo lograr promocionar al departamento entero. Este proceso inicio con un análisis, planeación, ejecución y control de las acciones propuestas por diferentes entes para la promoción turística del departamento.

Control de gestión.

Con la finalidad de poder medir la efectividad de las acciones y evaluación de los resultados esperados se plantea un mecanismo de control social que involucre a los actores de turismo del departamento de Santander, para tal medida se propone una rendición de cuentas. Este proceso tiene como finalidad la búsqueda de la transparencia de la gestión de la Administración Pública y a partir de allí lograr la adopción de los principios de Buen Gobierno, eficiencia, eficacia y transparencia, en la cotidianidad del servidor público. Por último, se pretende generar una cultura de rendición de cuentas voluntaria implicando los tres elementos fundamentales del proceso que son: información, diálogo e incentivos. Algunos temas que se abordarán son: presupuesto, cumplimiento de metas, gestión, contratación, impactos de la gestión y elementos de mejoramiento de la gestión.

Conclusiones

La presente investigación se dedicó al estudio de la integración del turismo del departamento de Santander. A través de métodos estadísticos descriptivos y de conglomerados, se permitió diagnosticar la situación actual del sector turístico en cada una de las provincias del departamento.

- Se evidenció que el sector turístico de Santander carece de información actualizada y de datos disponibles por parte de las instituciones y entes oficiales.
- Los actores de turismo del departamento presentan una desintegración en el desarrollo de políticas públicas con beneficios para el sector.
- El departamento de Santander cuenta con gran biodiversidad de recursos naturales en pro de aumentar su oferta turística.
- Se propone un modelo de asociatividad que impulse y beneficie a los involucrados del turismo de Santander.

Recomendaciones

Una vez concluida la investigación, se considera importante profundizar sobre diversos aspectos relacionados al turismo y se propone:

- Extender la participación de la Asociación turística de Santander en una organización que pueda incluir a otros departamentos del país, cómo por ejemplo consolidar una Federación Nacional

de Turismo.

- Ampliar, verificar y consolidar una base de datos única de los actores del sector turístico de Santander.
- Promover campañas de actualización, legalización y estándares internacionales.

Referencias

CEPAL. (Noviembre de 2005). *repositorio.cepal.org.* Obtenido de Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en América Latina: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2447/S2005681_es.pdf?sequence=1

CITUR. (2016). *Turismo receptor.* Bogotá: Centro de Información Turística.

Cunha, M., & Aricó, R. (Noviembre de 2001). *CEPAL.* Obtenido de La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasill.: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4498/S0111948_es.pdf;jsessionid=F149E609D4A6E182281459E018E3F70F?sequence=1

Gereffi, G. (2001). *www.nacionmulticultural.unam.mx.* Obtenido de www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2069.pdf

Maldonado, A. (2010). *CEPAL.* Obtenido de Desarrollo regional y políticas de promoción del desarrollo económico local: www.cepal.org

Michael Porter. (1990). Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento superior.

Ministerio Industria, C. y. (2011). *Mincit.* Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/192/politicas_del_sector_turismo

PROCOLOMBIA. (diciembre de 2014). Colombia fortalecerá promoción turistica internacional en nichos d mayor gasto en el mundo. *ProColombia*, pág. 1.

Sandoval, C. (Agosto de 2015). *CIDER UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.* Obtenido de Algomeración Turística y Desarrollo Economico Local: El caso de la Localidad de La Candelaria,Bogotá.: https://cider.uniandes.edu.co/Documents/Trabajos%20de%20grado/tg34_aglomeracion34.pdf

Varisco, C. (2004). *Universidad Nacional de Mar del Plata.* Obtenido de http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Varisco.pdf

Vazquez, A. (2000). Desarrollo endógeno y globalización. *Eure*.

ANÁLISIS DE LAS FRANQUICIAS INTERNACIONALES DEL MERCADO DE COMIDAS RÁPIDAS EN BARRANQUILLA

ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL FRANCHISES OF THE FAST FOOD MARKET IN BARRANQUILLA

Jorge Isaac Lechuga Cardozo[94]

INTRODUCCIÓN

Las franquicias internacionales han tenido una gran evolución, reflejada desde su nacimiento hasta la actualidad. Este ha representado un continuo avance en todos los países del mundo y en todos los sectores de la actividad económica. El primer antecedente de franquicias se da en pleno siglo XX, en Estados Unidos y Francia en forma simultánea hacia el año de 1929.

El gran auge de las franquicias se produce después de la segunda guerra mundial cuando miles de soldados regresaron de la guerra y se hizo urgente su incorporación a la sociedad. El hecho de que no tuvieran conocimientos comerciales ni formación profesional eran para ellos un gran problema para en encontrar trabajo, pero como la mayoría disponía de cierto capital, acertaron en poner un negocio en régimen franquicia que garantizaban el asesoramiento de otras personas más preparadas (Morejón, 2014).

Gonzáles menciona a la General Motors como una empresa pionera en la adopción del modelo de Franquicia lo que contribuyó al desarrollo rápido de su red de

94

comercialización convirtiéndose en una nueva forma de venta de sus automóviles.

El ensayo de la Generals Motors fue seguido por otras compañías del sector automotriz que buscaban evitar la aplicación de las leyes antimonopolio que incluían la integración vertical de los vendedores con los fabricantes de automóviles y otras empresas como Avis, Manpower, Hertz, Coca Cola, y McDonald's, entre otras (Gonzales, 1994).

El modelo de franquicias ha tenido un crecimiento a pasos agigantados en los últimos años:

Debido al incremento de la población norteamericana y europea caracterizada por tener un gran poder adquisitivo, permitiendo a que se generara una fuerte demanda de una variable gama de productos. Por otro lado, los avances tecnológicos han sido de gran contribución para el desarrollo de las franquicias internacionales debido a la creación de productos y servicios innovadores, de alta calidad que han superado las expectativas de los consumidores (Morejón, 2014, p. 105).

Lo anterior generó un ambiente propicio para la generación y rápido crecimiento de franquicias internacionales en todo el mundo. "Este sistema representaba en 1989 el 34%. De cifras en unidades de franquicias, seguido en el 2001 con el 40%, en el 2006 el 50% y en el 2007 tuvo una elevada cifra del 81% "en Europa" (Castro y Cataluña, 2004)-

Colombia ha crecido de manera significativa en los últimos años, de acuerdo a Jaramillo (2010) en el 2002 existían 110 franquicias en el país y a 2010 hacían presencia 400 franquicias. Este crecimiento se debió a que muchos negocios colombianos encontraron en este modelo un método de expansión y crecimiento poco riesgoso que les permitió crecer con capital propio. Actualmente en el país existe una preocupación por el desarrollo y fortalecimiento de esta industria, al punto que se han creado 10 cámaras de comercio que proporcionan fondos para capacitar y remunerar a consultores que puedan y quieran apoyar a pequeñas y medianas empresas en la

adopción de este modelo de negocio (p. 2).

El sector de restaurante según el DANE es uno de los más franquiciados; siendo este el segundo sector de actividad más representativo con el 14.41%. Este sector presentó para el tercer trimestre del 2007 una participación de mercado del 2.64% representando el 4% de las empresas constituidas en Bogotá. En cuanto en términos de ventas este sector en los últimos años ha mostrado un crecimiento del 5.06% en total de ventas evidenciando que alcanzo en el 2006 un registro aproximado de 5.23 billones de

pesos. Las franquicias en Colombia mostraron para el 2014 “un crecimiento del 11% teniendo 8900 negocios bajo esta estructura. Actualmente Colombia se ha convertido en el principal destino de las franquicias internacionales en Iberoamérica, situación que se ve potenciada por el aumento en las edificaciones de centros comerciales y por el atractivo segmento que brinda espacios para la expansión del negocio” (Torico, 2015). De manera que, la presente investigación analizará el mercado de franquicias internacionales del sector de comidas rápidas en Colombia, construyendo un documento que permita tener una visión general de este modelo, teniendo en cuenta las oportunidades de expansión y desarrollo del país, la participación de estrategias de internacionalización y el crecimiento de la inversión extranjera.

MARCO TEÓRICO

Mosquera (2010) en su artículo “La franquicia, una estrategia de crecimiento empresarial” dio a conocer los aspectos básicos del modelo de franquicia, como opera en nuestro medio, de tal manera que tanto las personas atraídas por la idea de conformar una empresa propia como las empresas interesadas en expandir su operación a través de este modelo, así como el público en general, obtengan una visión integral del modelo, a manera de guía práctica. en su objeto de estudio, trató la generalidad del modelo, con

enfoque desde la perspectiva del franquiciante y también desde la posición del franquiciado, describiendo las condiciones para cada parte, sus ventajas y desventajas, las principales diferencias con el sistema de concesión y de agencias que son modelos de distribución con los que comúnmente se confunde; no existen redes de franquicias mejores o peores para un emprendedor, por lo que debe ser éste quien busque aquéllas que se adecuen a su perfil personal y profesional y que le permitan el desarrollo de su actividad empresarial.

Por otro lado, el autor comparó la franquicia con la sucursal, como estrategia de crecimiento de las empresas. Así mismo, se describió algunos factores críticos de éxito del modelo, se enunciaron los diferentes tipos de franquicia y un breve repaso de las franquicias internacionales más exitosas actualmente, de acuerdo con la clasificación realizada por medios especializados. Por último, el autor resaltó, que el autoempleo en un negocio en franquicia va dirigido tanto a las personas que ya poseen un trabajo, pero quieren ampliar sus campos de acción como a aquéllos que trabajan por cuenta ajena y buscan una fuente adicional de ingresos.

Hayek y Rojas (2009) en su trabajo de grado “Evaluación del sistema de franquicia aplicado en un negocio de comida rápida. casos en Colombia” A través de este estudio de franquicia en el sector de comidas rápidas los autores evaluaron el dinamismo de este mercado e incidencia en la economía colombiana, ya que dentro de éste se manejan conceptos innovadores, interesantes y cautivadores, tanto para el cliente como para los empresarios. En este trabajo se presentó una serie de hallazgos importantes que dan cuenta de la importancia de la implantación de este sistema en el sector; dentro de estos hallazgo los autores encontraron que la franquicia en el sector de comidas rápidas en Colombia presenta buenas proyecciones, ya que, en especial este sector tiene gran acogida entre los franquiciados y cuenta con características propicias para su desarrollo, también, existen factores básicos con los que debe cumplir una

franquicia; en el sector comidas rápida como lo son la visión de negocio, la gestión de operaciones, la estructura organizacional adecuada, la ubicación Inmobiliaria, el buen control de calidad, la buena posición frente a la competencia, el concepto innovador protegido, el marco jurídico adecuado y un concepto fácil de reproducir.

En conclusión, una franquicia exitosa dentro del sector comidas rápidas debe tener en cuenta fundamentalmente cuatro parámetros los cuales son un buen proceso de

selección de franquiciados, estar preparado en cuanto al nivel logístico, producción y distribución de sus materias primas, al igual que esos secretos culinarios que marcan la diferencia, la estandarización y un buen proceso de capacitación y asesoría por parte de expertos especializados.

Conde (2011), en su artículo " Las franquicias internacionales de comidas rápidas en la ciudad de Barranquilla, como generadora de empleo" mostro que las franquicias son las mayor crecimiento en la el distrito de Barranquilla, exclusivamente las pertenecientes al ramo dedicado a la comercialización de alimentos, específicamente los restaurantes de comidas rápidas, también que un gran porcentaje de ellas son relativamente nuevas pues su inicio de operaciones comprende aproximadamente de un periodo de 15 años, el autor resalto que las franquicias son generadoras de fuentes de empleo estables que propenden al crecimiento de las organizaciones en la ciudad, sin embargo, según el autor, como el número de ellas es bajo en comparación con el nivel de desempleo, no solventa esta aguda problemática.

Por otro lado, el autor destaco que la mano de obra empleada por las franquicias de comidas rápidas en Barranquilla, se encuentra en un intervalo entre los 18 y 25 años de edad, específicamente estudiantes; ya que estos ven en este sistema la oportunidad de contar con horarios flexibles y acordes con su necesidad de estudiar y trabajar al mismo tiempo, y sustentó que el sistema de franquicia no va a solucionar la problemática de desempleo que reina en el ámbito nacional y por extensión en el Distrito, se necesitan de

iniciativas que en este sentido tome el gobierno central, regional y local conjuntamente con la empresa privada.

Jiménez y Lombo (2006) en su trabajo de grado " diseño operativo para un modelo de franquicias en Colombia con formato de plan de negocios, en empresas del sector de alimentos (comidas rápidas)" presento la aplicabilidad por parte de los

empresarios colombianos de medianas y pequeñas empresas del sector alimentos-comidas rápidas, explico los conceptos bajo los cuales se basa una franquicia, los tipos de franquicias que se pueden desarrollar de acuerdo al negocio, también, mostro un análisis de las franquicias en Colombia y la evolución de las mismas y el cómo se está convirtiendo cada día más en una buena alternativa de expansión; adicionalmente se apoya en un Benchmarking elaborado sobre franquicias Colombianas e Internacionales que ha ido creciendo en el país.

Por último, los autores definieron los aspectos claves a considerar en el desarrollo del diseño operativo de una franquicia con formato de negocio, detallaron el paso a paso que debe seguir y/o verificar una empresa para convertir su negocio en una franquicia exitosa para el mercado colombiano, para finalizar expusieron los pasos que debe realizar un empresario para el blindaje y protección de su marca. Ya que de no hacerlo dejaría abierta una fisura que podría poner en riesgo su modelo de franquicia, así mismo de internacionalizar su marca mediante el modelo de franquicias.

Guzmán y Hernández (2006) en su trabajo de grado "Análisis del factor franquicia y su impacto en la generación de empleo, en el municipio Maturín del estado Monagas" analizaron el factor franquicia como una alternativa de negocio factible que contribuyera a la generación de empleo en el Municipio Maturín, para esto utilizaron las entrevistas como técnica de recolección de datos, de las cuales los resultados obtenidos mostraron que el 63% de las franquicias pertenecen al ramo alimenticio; 25% al ramo de cuidado personal y estético y solo un 12% al ramo farmacéutico. Los datos

anteriores ayudaron a concluir que, en el caso específico del Municipio Maturín, la tendencia apunta a las franquicias dedicadas a la comercialización de alimentos o restaurantes de comida rápida. Por último, gracias a la presente investigación los autores afirmaron que el sistema de franquicia por su versatilidad y transparencia, en lo que se

refiere a metodología, lo convierte en una estrategia de negocio rentable y confiable, pues su incidencia sobre la estructura de costos es de bajo impacto al compararse con otros tipos de negocio, es cierto que las franquicias son generadoras de fuentes de empleo estables que propenden al crecimiento del tejido empresarial regional; sin embargo, como el número de ellas es bajo en comparación con el nivel de desempleo, es obvio que no va a solventar esta aguda problemática dentro del municipio.

Oliveros y Vega (2012) en su proyecto de grado "Plan de negocios para la creación de una franquicia de restaurantes de comida típica colombiana sabor regional" plantean llevar a la practica la aplicación de un plan de negocios para la creación de una franquicia de restaurantes de comida típica Colombiana con el objetivo de expandir, reconocer y posicionar la marca eficazmente, este proyecto tiene como fin dedicarse a la prestación de servicios, que ofrezcan productos con altos estándares de calidad, con alto grado de innovación en el modelo de negocio a través de la creación de la franquicia, ya que los autores consideraron que las franquicias son reconocida como la modalidad de crecimiento empresarial más exitosa; adicionalmente la innovación del proyecto en la integración gastronómica regional y cultural por semanas que supla con los deseos y las necesidades del consumidor actual.

Por otro lado, los restaurantes que exponen los autores estarán ubicados en el sector de la Candelaria y Chapinero ya que para ellos presentan un gran dinamismo económico según lo indica el perfil económico y empresarial de las respectivas localidades. En este sentido, se analizó inicialmente la naturaleza del negocio, que contiene un análisis del entorno a nivel mundial, nacional, local y sectorial donde se

encuentran las tendencias sociales, de consumo y finalmente la estructuración del restaurante; respecto al análisis de mercado se contempló la identificación concreta del segmento de mercado y permite determinar las estrategias organizacionales para definir

el actuar de la empresa y el análisis de la competencia; respecto al plan de producción integra los procesos logísticos y productivos en los que se incurrirá; en la estructura organizacional se encuentra como está estructurada la empresa frente a los áreas de funcionamiento y el marco legal que contempla y finalmente el plan de finanzas que permite conocer la viabilidad de la empresa.

Por último, las fuentes mencionadas con anterioridad demuestran que el formato de franquicia es una opción ágil y sencilla en la creación y desarrollo de empresas siendo uno de los modelos de crecimiento empresarial más demandado por emprendedores e inversores con grandes proyecciones en el país.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Método

El enfoque investigativo de la presente investigación es cualitativo, de acuerdo a Hernández, Batista & Fernández (2010) “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.” (p.7).

Alcanzando un diseño no experimental “Que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo Se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. (Hernández, Batista & Fernández,2010, p. 149).

El alcance establecido es el descriptivo “indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos” (Hernández, Batista & Fernández, 2010, p. 152).

Participantes

La población objeto de estudio son las Franquicias Internacionales de Comidas Rápidas en la ciudad de Barranquilla que corresponden según la cámara de colombiana de Franquicias Colfranquicias (2016) son 9, Burger King, KFC, McDonald's, Dominos

Pizza, Dunkin Donuts, Subway, Papa Johns, T.G.I Friday's, Churromania. No se realiza muestreo debido a que en el estudio se hace uso de la minería de datos a través del procesamiento de la información en los programas de Microsoft Excel y Word.

Instrumentos

Para la construcción del marco teórico-conceptual de las franquicias internacionales se acude a la revisión documental de fuentes primarias y secundarias de carácter legal y científico. Asimismo, se consultaron un total de 80 referencias bibliográficas utilizándose como instrumento las ideas, argumentos y proyectos que fueron interpretados desde una perspectiva analítica y crítica.

Procedimiento

Para entender el problema se realiza una recopilación de fuentes secundarias principalmente de bases de datos como CÁMARA DE COMERCIO, DANE, PROCOLOMBIA, MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO, MINISTERIOS DE RELACIONES EXTERIORES, ASOCIACIONES, GREMIOS, entre otros. También se tendrán en cuenta artículos especializados.

En el marco de referencia se definen los conceptos básicos relativos a los modelos de Franquicias Internacionales. Asimismo, se analizan los conceptos básicos y su aplicación de las teorías de ventaja competitiva y agencia. Una vez recopilada y analizada la información se construye el documento objeto de este trabajo. Por último, se realizan las recomendaciones y conclusiones conforme a los objetivos trazados.

RESULTADOS

La franquicia a nivel mundial ha tenido un gran auge, sin embargo, en Colombia su crecimiento ha sido un poco lenta, ya que factores como el encarecimiento del dólar el desplome del petróleo, la incertidumbre en torno a los diálogos de paz, la falta de normatividad para las franquicias, la ausencia de información confiable y la poca difusión que ha tenido este modelo de negocio en el país no ha permitido en crecimiento de la misma. No obstante, el país se encuentra en una etapa de evolución en la cual pueden surgir muchas oportunidades para las empresas grandes y pequeñas que deseen incursionar en el mercado colombiano.

Gráfica 1. Sectores de Franquicias Internacionales en Colombia.

Nota: FANYF (Feria Andina de Negocios y Franquicias), 2012.

Como se aprecia en la gráfica el sector comidas rápidas participa con el 10% de las Franquicias de países como Estados Unidos, México, Argentina, España y Brasil.

De acuerdo a Iglesias (2014) el mercado colombiano de comidas rápidas es considerado como pequeño frente de economías desarrolladas como Estados Unidos y Japón, sin embargo, asegura que hay una población joven en crecimiento. El aumento de ingresos per capital, los problemas de movilidad y el papel protagónico cada vez mayor de las mujeres en el mercado laboral hacer que las grandes cadenas nacionales abran a diario establecimientos de este tipo.

Según la ANDI (2015) Colombia se ha convertido en unos de los países de Latinoamérica con crecimiento económico capaz de incursionar en el modelo de franquicias internacionales o ser blanco de fuentes de inversión.

En este sentido las franquicias de comidas rápidas en la ciudad de Barranquilla, se presentan como una alternativa de negocio, con características más redituables y oportunas para sus inversionistas que otros formatos comerciales.

Según estudios realizados por Conde (2011) el formato de las franquicias de comidas rápidas ha experimentado un crecimiento en los últimos años, resultado de las tendencias del mercado barranquillero, basado en la transición del mercado de producción al de servicios, las preferencias de los consumidores y conveniencia a la hora de menú, horario, precio u otras variables.

Según la Revista Franchise Shop (2006) existen 126 franquicia gastronómicas en Colombia estas se encuentran registradas en la cámara de comercio de Franquicias (Colfranquicias), al realizar triangulación de la información con las que hacen presencia en la ciudad de Barranquilla se encontró que existen nueve marcas que hacen presencia en la misma a saber: Burger King, Kentucky Fried Chicken, McDonald's Corporation, Domino’s Pizza, Dunkin Donuts, Subway, Papa Johns, T.G. I Friday’s, y Churromania.

De acuerdo a Paternina y Castaño (2009) el sistema de franquicias en Colombia entre 2008 – 200 tuvo un crecimiento significativo durante 2008 pasando del 365 a 433 redes, demostrando el auge que está teniendo este modelo de negocio en el país, a 2007 el 67% del total de las franquicias eran empresas nacionales y el 33% restante corresponde a empresas internacionales que tienen presencia en Colombia por medio de franquicias, cuya representación era liderada por Estados Unidos.

Grafica 2.Evolución de las Franquicias en Colombia 2002 – 2008

Nota: Masfranquicias.com, 2008.

De acuerdo a PromPerú (2011) a 2009 en el país operaban 300 redes con 6.242 establecimiento franquiciados, a 2010 las franquicias alcanzaron una facturación de más

de 8.563 millones de pesos colombianos con una inversión de 592 millones de pesos, su tendencia entonces es a la depuración del sector y la internacionalización de las marcas. A continuación, postula Masfranquicias (2014) de junio del 2013 a junio del 2014, ingresaron al sector de las franquicias 19 nuevos modelos de negocios representando un crecimiento del 3.7%. Como se aprecia en la siguiente gráfica entre 2005 y 2014 el sector experimento un crecimiento sostenido, alcanzando el 6,2% y el 3,7% en 2013 y 2014 respectivamente.

Gráfica 3. Fuentes de las Franquicias en Colombia a 2014

Nota: Masfranquicias.com

Con la llegada de poderosos grupos del sector, provenientes de Estados Unidos, México, España, Ecuador, El Salvador y Costa Rica, así como a la incursión de fondos de inversión y empresarios locales en nuevas cadenas y franquicias de comida, en los últimos años se ha dado una revolución del consumo caracterizado por la amplia oferta de restaurantes, nuevos formatos, precios para todos los gustos y menús de todas las clases.

Grafica 4. Porcentaje de Crecimiento Anual de Franquicias en Colombia

Nota: Masfranquicias, 2014.

El sector de Alimentos, Restaurantes y Bebidas en Colombia que incluyen el café, heladerías, fruterías, panaderías y pastelerías, comidas rápidas se constituye el segundo en participación con el 20% superado solo por moda, confección, joyería y cuero con el 29,39%.

Grafica 5. Franquicias por sector de actividad Colombia.

Nota: Masfranquicias, 2014.

Las ciudades más atractivas para los inversionistas son Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, sin embargo, el resto de ciudades colombianas son igualmente atractivas para el empresario. Algunos de los ejemplos de franquicias internacionales a mencionar que tienen mucha acogida en Colombia son Master o como puntos propios Dunkin Donuts, Sir Speed, Kumon, Dominos´s Pizza, Mc Donald´s, Yogen Fruz, entre otras 40 franquicias más. De la misma forma los ejemplos de empresa nacionales que practican este modelo de negocio son heladería Mimo´s, Sándwich Qbano, Hamburguesas El Corral, Totto, Pronto y Azúcar, entre otras (PromPerú, 2011, p. 31).
Las proyecciones de las franquicias a cinco años están bajo la perspectiva de crecimiento planteadas por el gobierno nacional, el control de la tasa cambiaria y una potencia de acuerdo de paz, se podría esperar que la franquicia en Colombia para el año 2020 cuente con 700 a 800 marcas nacionales y extranjeras.

Hoy por hoy el porcentaje de gasto que se va a comidas fuera del hogar corresponde a 6,21%. Según el Dane, el segmento de expendio de alimentos ha crecido en ingresos nominales 46,5% entre 2011 y 2014, Dentro de las 80 más grandes cadenas de comida del país, el mayor peso de las ventas lo tienen las hamburguesas, que representan 32%. Según la firma losdatos.com, le siguen pollo, con 26%; pizza con 10%; las de parrilla, con 6%; típicas con 3%; sánduches con 2% y alitas con 1%. Otro 20% corresponde a cadenas de comida italiana, árabe, asiática o mexicana, entre otras especialidades (Revista Dinero, 2015).

Tabla 4. Principales Restaurantes de Comidas Rápidas en Colombia año 2014 - 2015

PRINCIPALES RESTAURANTES DE COMIDAS RÁPIDAS EN COLOMBIA AÑO 2014

– 2015

Nombre Franquicia o

Grupo Puntos de ventas

El Corral

Grupo
Empresarial
Nutresa

345 en el país, y 17 a través
de franquicias en Panamá,
Ecuador, Chile y Estados
Unidos.

McDonald’s Arcos Dorados Cerca de 80

Domino’s

Alsea 55

Burger King 15

Kokoriko Grupo Conboca 129

Frisby // 198

Jeno’s Pizza grupo español

Telepizza 109

Crepes & Waffles / /

Más de 80 puntos de venta
en el país, entre
restaurantes y heladerías,
C&W opera en España (2
en Madrid), Brasil (4 en
São Paulo), México (6 en el
DF), Ecuador (10), Chile
(1), Venezuela (1), Perú (5)
y Panamá (3).
Subway // 311

Nota: Revista Dinero, 2014

Las tendencias de comida rápida en Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Pereira, Bogotá y Cali son las más representativas teniendo en cuenta que 72 de cada 11 millones de colombianos declaran ser consumidores de comida rápida, motivados por satisfacer varias necesidades entre ellas ahorrar tiempo y dinero, no sentir hambre y tener muchas energías y quitar el aburrimiento (Portafolio, 2006).

Grafica 6. Motivaciones de compras del consumidor de comida rápida en Colombia.

Nota: Bejarano & otros, (s.f.).

De acuerdo a un estudio realizado a 100 bogotanos entre los 17 y 30 años por Bejarano & otros (s.f.) las Hamburguesas son las de mayor preferencia elegida por los consumidores colombianos, seguida la pizza, el pollo, los sanduches entre otros escogiendo marcas en su mayoría internacionales, por lo cual la de mayor éxito en Colombia es Restaurante El Corral seguida de Mc Donald´s Jenos pizza, Subway, papa Jhon´s entre otros.

Grafica 7. Productos y Marcas demandadas por los consumidores colombianos

Nota: Bejarano & otros, (s.f.).

CONCLUSIONES

Las franquicias internacionales han resultado un negocio rentable, ya que esta se ha consolidado como una fuente de oportunidades para emprendedores que deciden invertir su dinero, tiempo y conocimientos, sin sufrir los costos elevados e incertidumbre de crear su propia empresa, aunque, traiga muchos beneficios también presenta una serie de obligaciones entre ambas partes, que incluyen elementos como la marca, la economía, el mercadeo, la patente y las contraprestaciones entre otras.

Por otro lado, aunque el tema de franquicias en Colombia no está bien definido legalmente, y es relativamente nuevo en el país, el sector de comida rápidas en Barranquilla presenta buenas proyecciones, gracias a la gran acogida que estas han tenido en la región, esto ha permitido que empresas locales incremente su nivel de competitividad generando una gran fuente de empleo en la ciudad, esto ha permitido que las franquicias internacionales mantengan estrategias de mercado aplicadas al precio y promoción, además, esta opción es una de las más agiles para la creación y desarrollo empresarial, ya que no solo permite el crecimiento económico de inversionista y emprendedores sino que también es una gran fuente de generación de

empleos para los Barranquilleros.

Colombia es la cuarta economía más importante de América Latina, la gran mayoría de las asociaciones, empresas y franquicias la escogen como destino prioritario para su expansión comercial, gracias a su crecimiento económico, poblacional y los incentivos que ha creado el gobierno para la formalización empresarial, en este sentido a lo largo del proyecto se observó el aumento del formato de franquicias internacionales en Colombia y en la ciudad de Barranquilla, incidiendo en el contexto socio económico de la ciudad, es decir las franquicias son una oportunidad de negocio para que los Barranquilleros diversifiquen sus inversiones, y establezcan nuevos estándares de servicio y nuevos modelos de negocios.

En definitiva, las franquicias internacionales son una gran oportunidad de negocio para los colombianos, en especial a los Barranquilleros porque el crecimiento de estas en la ciudad es cada vez más alto, y grandes cadenas de restaurantes en este tienen entre sus proyecciones como destino la ciudad, esto según lo sustentado a lo largo del proyecto, el modelo de negocio de franquicia trae consigo una gran cantidad de ventajas y beneficios pero es necesario informarse primero antes de tomar la decisión de inversión, gracias a que aún no se encuentra del todo bien defino la parte legal en país, puede que traiga ciertas desventajas para ambos actores del negocio franquiciador y franquiciado, por eso es necesario, que una vez se decida invertir, revisar las partes contractuales del contrato de franquicias.

RECOMENDACIONES Y/O AGRADECIMIENTOS

Antes de iniciar este proceso se debe definir previamente sus expectativas, recopilar información del sector o franquicia de interés, conocer su perfil de emprendedor, establecer criterios de selección de las franquicias, entender el modelo que le proponen o que está interesado y analizar las condiciones contractuales, es por eso que es necesario que las personas sean asesoradas por personas especializadas,

deben buscar, seleccionar y finamente adquirir la más adecuada.

REFERENCIAS

ANDI (2015). Balance y perspectiva 2016. Bogotá: Autor- Recuperado de: http://www.andi.com.co/Documents/Balance2015/ANDI%20%20Balance%202015%20y%20Perspectivas%202016F.compressed.pdf

Bejarano, P; Fernández, M; Gallego, A. & Rangel, A. (s.f.). Consumo de marcas internacionales de Comida Rápida en los jóvenes y adultos entre 17 y 30 años de la ciudad de Bogotá y su impacto en el mercado alimenticio. Trabajo de Grado para optar el Título de Especialista en Gerencia de Mercadeo. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano. Recuperado de: http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/analisis_de_caso_comidas_rapidas_0.pdf?width=740&height=780&inline=true

Castro, D. & Cataluña, R. (2004). La investigación sobre franquicias. Trabajo de investigación. Sevilla (España): Universidad de Sevilla., 72 p. Recuperado de: http://www.redaedem.org/articulos/iedee/v10/103071.pdf

Colfranquicias (2016). Franchise Shop, la Tienda de la Franquicia. Bogotá D.C: Autor.

Conde, F. (2011). Las franquicias internacionales de comidas rápidas en la ciudad de Barranquilla, como generadora de empleo. 8 ed. Barranquilla (Colombia): Universidad Libre, p. 63- 67.

Gonzales, C. (1994). Análisis basado en la lectura del libro la experiencia de las franquicias. Mexico: Editorial McGraw-hill. Recuperado de: http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/6724/125641.pdf?sequence=1

Franchise Shop (2006). La Tienda de la Franquicia. Bogotá D.C: Autor.

Guzmán, R. & Hernández, I. (2006). Análisis del factor franquicia y su impacto en la generación de empleo, en el municipio Maturín del estado Monagas.

Recuperado de: http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/97/1/TESIS-381.1331_G992_01.pdf

Hayek, K. & Rojas. (2009). Evaluación del sistema de franquicias aplicado en un negocio de comidas rápidas casos Colombia. Trabajo de grado. Bogotá: Universidad javeriana. Recuperado de: http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis107.pdf

Iglesias, I. (2014). Así es el tamaño de las tortas de las comidas rápidas. Recuperado de: http://www.eltiempo.com/economia/sectores/comidas-rapidas- colombia-/14889239

Jaramillo, L. F. & Vives. (2010). Reporte sobre la situación de la franquicia en Colombia a diciembre 2010. Estudio de investigación. Bogotá: D.C. LFM.

Jiménez Ordoñez, G. & Lombo Espinoza, M. C. (2006). Diseño operativo para un modelo de franquicias en Colombia con formato de plan de negocios, en empresas del sector de alimentos (comidas rápidas). Recuperado de: http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/6724/125641.pdf?sequence=1

Masfranquicias (2014). Cifras de franquicias en Colombia. Recuperado de: http://www.masfranquicias.com/cifras-de- la-franquicia- en-colombia/

Morejon, A. (2012). Consideraciones Generales Sobre El Contrato de franquicias. Recuperado de: http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/478/index.htm

Mosquera Muñoz, F. (2010). La franquicia, una estrategia de crecimiento empresarial. Recuperado de: http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/franquicia-estrategia-crecimiento-empresarial.pdf

Oliveros Triana, J. P. & Vega Olive, J. L. (2012). Plan de negocios para la creación de

una franquicia de restaurantes de comida típica colombiana sabor regional. Recuperado de: http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4104/OliverosJuly2012.pdf?sequence=5

Paternina, C. y Castaño, D. (2009). ¡PAN PA´YA! Inédito caso de franquicias. Trabajo de grado. Bogotá D.C.: Universidad del Rosario.

Portafolio (2006). Comida rápida: mayoría pide pollo. Recuperado de: http://www.portafolio.co/economia/finanzas/comida-rapida- mayoria-pide- pollo-222224

PromPerú (2011). Perfil de mercado de franquicias en Colombia. Recuperado de: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/119494388radc8cb2.pdf

Torrico, I. (2015). Colombia, la preferida por franquicias en Latinoamérica. Recuperado de: http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/colombia_la_preferida_por_franquicias_en_latinoamerica.php#.WA7riPl97IU

Revista Dinero (2015). Lluvia de Hamburguesas. Recuperado de: http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/negocio- comidas-colombia/207247

PRONÓSTICO FINANCIERO, DE EMPRESA EJEMPLO DE BIO-COMERCIO EN EL CAQUETÁ

Jorge Eduardo Gómez Rodríguez[95], Leonardo Alfredo Forero Mendoza[96] , Gamaliel Álvarez Chávez[97]

INTRODUCCIÓN

El diagnóstico y pronóstico financiero son herramientas de diagnóstico poco utilizadas por parte de los emprendedores empresariales (Lanz, 2007). A raíz de ello, Martos, (2013) explica que la generación de valor enfoque únicamente en el corto plazo, llevando a la inestabilidad financiera empresarial y a un incipiente desarrollo local. En contribución, esta investigación busca aportar a la disciplina de la administración financiera en el contexto regional basando sus proyecciones en la dinámica empresarial de la empresa MUKATRI del departamento del Caquetá, Colombia, durante los años 2013, 2014 y 2015. Para ello se utilizan los estados contables y financieros de la empresa como insumo para la elaboración del pronóstico financiero para las vigencias 2016, 2017 y 2018.

El estudio reviste importancia por la sistematización de información empresarial regional como fuente académica y gerencial de una experiencia exitosa basada en la finalidad social de la empresa MUKATRI, así como su influencia en el desarrollo del sector campesino propio de la amazonia caqueteña (Buitrato & Cotes, 2016).

Lo anterior, teniendo en cuenta experiencias de personajes destacados en la historia del mundo financiero, como el Jeremy Grantham, cofundador en 1977 de la firma inversiones GMO (Adles, 2014), quien busca de manera estratégica evitar inversiones riesgosas, basándose en la ¨revisión a la media¨, con lo cual evitó oportunamente la caída en la crisis financiera y posterior desplome de la renta variable en el periodo 2007 – 2009 (Noyola, 2014). Siendo este un punto de partida relevante para mostrar al lector en general y a los empresarios del departamento del Caquetá acerca de la importancia que tiene la utilización de los datos estadísticos y la implementación de herramientas de diagnóstico y pronóstico financiero, para el desarrollo

[95] Estudiante Administración Financiera Universidad de la Amazonia, E-mail:
[96] Ingeniero Electrónico, Doctor en Robótica, mendonza@ele.puc-rio.br.
[97] Administrador de Empresas, Esp. en Gestión Ambiental de la Universidad Área Andina. Gerente Mukatri.

de una actividad empresarial a mediano y largo plazo, lo que brinda estabilidad económica a la región (O'Higgins, R., 2009).

También aborda el hecho de que la poca actividad de la empresa privada formal y su mala experiencia, está basada en el empirismo, este fundamentado en la poca estructuración administrativa y financiera de los emprendedores de la región caqueteña (Osorio, 2006), realidad que puede ser cambiada al implementar herramientas de diagnóstico y pronóstico administrativo y financiero. Para ello se debe considerar de manera general lo ocurrido en la región, con diferentes empresas como almacenes YEP, Supermercado COMFACA y Lácteos del Hogar, con la intensión establecer a grandes rasgos la diferencia en la proyección de las empresas a nivel crítico.

MATERIALES Y MÉTODOLOGÍA

Señalan Buitrago y Cotes (2016), concordando con García y Ospina (2015), que en el departamento del Caquetá la gestión financiera se desenvuelve en una gran complejidad económica, política y social que afecta la región y condiciona las experiencias exitosas en términos de rentabilidad financiera. Afortunadamente, la afectación a la gestión económica regional no ha sido generalizada, y a pesar de que en la mayoría de los casos no se cuenta con un conocimiento técnico o profesional en administración y finanzas para proyectar la toma de decisiones sobre diagnósticos y pronósticos financieros, existen algunas experiencias exitosas como la de la empresa caqueteña MUKATRI.

En tal sentido, el objeto de estudio parte del logro particular de la empresa procesadora de frutales amazónicos MUKATRI, con su gerente, el especialista Gamaliel Álvarez Chávez, ha demostrado que con gran tesón y estrategia se pueden alcanzar los objetivos organizacionales orientados al éxito empresarial superando las adversidades del mercado (Serna, 2003), las cuales ha sido posible sortear con mayor facilidad por la implementación de diferentes herramientas administrativas y financieras, que le han permitido tomar conciencia de la importancia de conocer la dinámica presentada por su empresa en periodos pasados, como fuente de información para aclarar el escenario decisional en los devenires del ejercicio empresarial a corto y mediano plazo.

Para el desarrollo metodológico se utilizó la investigación aplicada de tipo documental a partir del análisis de los registros contables y financieros históricos de la empresa que se relacionan con la generación de valor y con el logro de los objetivos financieros proyectados a tres años. La contextualización del problema ameritó determinar y valorar en conjunto una serie de hechos y circunstancias del entorno empresarial regional, que lo han afectado, incidiendo en la práctica gerencial. Entre dichos factores se destacan el cambio climático, las afectaciones al medio ambiente, la disponibilidad de medios y vías para el transporte, la ubicación geográfica y la situación de orden público (Pérez, 2014).

En correspondencia, la investigación partió de la actividad interdisciplinaria complementaria de los investigadores, basando el estudio en la utilización de herramientas ofimáticas contenidas en el software LIBREOFFICE, que según Navarro y Muñoz (2015), así como David y Williams (2008) permiten elaborar diferentes cálculos y análisis contables, así como proyecciones financieras y la inclusión de indicadores

económicos a los estados contables y financieros de la empresa MUKATRI durante los años 2013, 2014 y 2015.

Dichas herramientas facilitaron realizar la valoración de la empresa, utilizando el diagnóstico financiero (Purcell, 1983), utilizado como punto de partida para generar los promedios ponderados de los incrementos porcentuales, los cuales sirven para la realizar la proyección de los estados financieros e indicadores de liquidez y rentabilidad para los periodos 2016, 2017 y 2018 de la empresa MUKATRI.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con la intención de unificar criterios, se generaron diferentes espacios de discusión entorno a los resultados arrojados por la proyección financiera de la empresa MUKATRI, teniendo en cuenta que estos fueron proyectados con un escenario posible pesimista, con la intensión de proteger la empresa de inconvenientes futuros. Así bajo estos parámetros se realizaron las proyecciones de los estados contables y financieros de la empresa, y se usaron como base para la realización de los diferentes indicadores que presentan la realidad posible proyectada a la que se enfrentará en el mercado. Vale resaltar que estos resultados se compartieron con la junta administrativa de la empresa, permitiendo centrar la discusión en posibles soluciones a bajos costos.

Dichos análisis de los estados financieros de la empresa MUKATRI, permitieron establecer un incremento en sus ingresos operacionales durante los años 2013 y 2014, así como un continuo crecimiento financiero. Lo que se explica gracias a la alianza estratégica establecida entre MUKATRI y la ONG UCAYALI (Organización No Gubernamental), con la cual se incrementó la vinculación de familias productoras de frutos amazónicos, motivadas por el incentivo de pagar $100.oo más del precio más alto del mercado para sus frutos, siempre que éstos hayan sido cultivados con políticas estrictas como la no utilización de químicos, fungicidas, ni fertilizantes. De este modo se garantiza que la materia prima cumple con prácticas responsables de bio-comercio, forjando una ventaja competitiva para MUKATRI, que además le permite manejar una materia prima de calidad con mejores posibilidades de almacenamiento en frio para sostener la producción en temporadas de baja cosecha (Porter, 2002). Esta alianza se destaca como una buena decisión administrativa y financiera por parte de la gerencia de la empresa MUKATRI.

Según destaca el gerente de la empresa MUKATRI Gamaliel Álvarez, un aspecto destacable de la investigación corresponden a la problemática social afecto de manera importante los ingresos de la región para el año 2015 a raíz de los paros campesinos (ANZORC, 2015); aun así, en dicho periodo la empresa presentó un leve incremento financiero que contrasta la inseguridad de inversión que afecta la región como paradigma de la gestión empresarial regional que se afecta por factores como el orden público, la disponibilidad de medios de transporte, el estado de las vías y los factores climáticos (Buitrato & Cotes, 2016; García & Ospina, 2015).

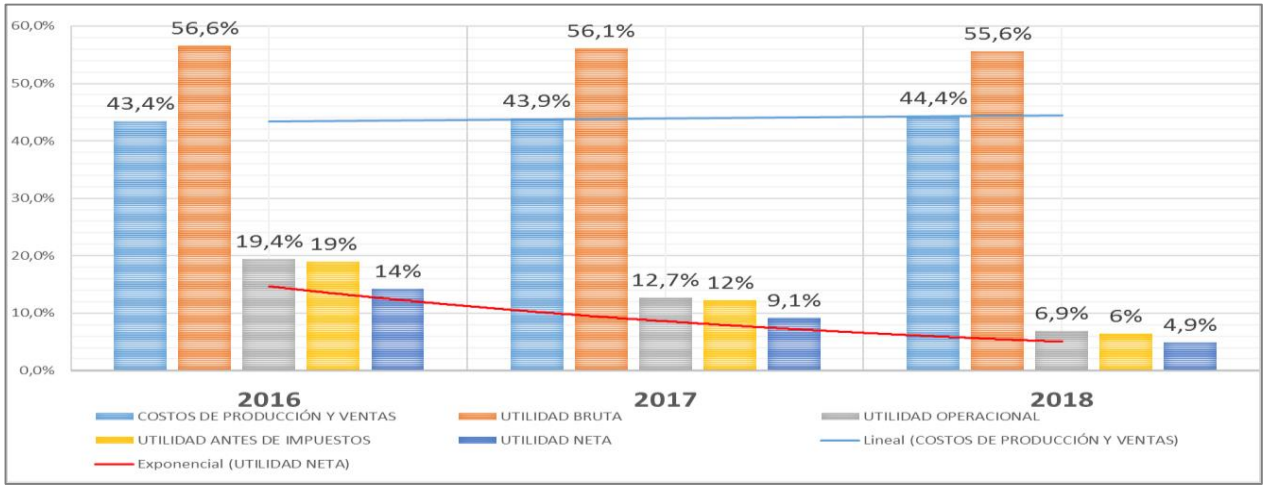
Bajo dichos parámetros y haciendo uso del escenario posible pesimista (que fuera concertado por el grupo escritor) se realiza el pronóstico financiero para los años 2016, 2017 y 2018 en la empresa MUKATRI, según el desarrollo a continuación.

Estado de resultados

Durante los años 2013 y 2014, la economía del departamento del Caquetá detuvo su proyección, a causa de la problemática social que desató paros campesinos a nivel nacional, regional y departamental, lo que generó una desaceleración económica atípica, que afectó directamente el transporte de pasajeros hasta llegar al punto de paralizar por completo el turismo de la región, sector del mercado que favorece la comercialización de los productos ofertados por MUKATRI.

Caso que se ve reflejado en los estados proyectados para los años 2016, 2017 y 2018, en los cuales disminuye paulatinamente la utilidad neta en más de 5 puntos porcentuales, en contraste con lo ocurrido con los costos de producción y ventas de estos periodos, los cuales presentan un incremento estable, gracias al aporte importante hecho por la depreciación de la maquinaria planta y equipo, pertenecientes a los activos fijos de la empresa.

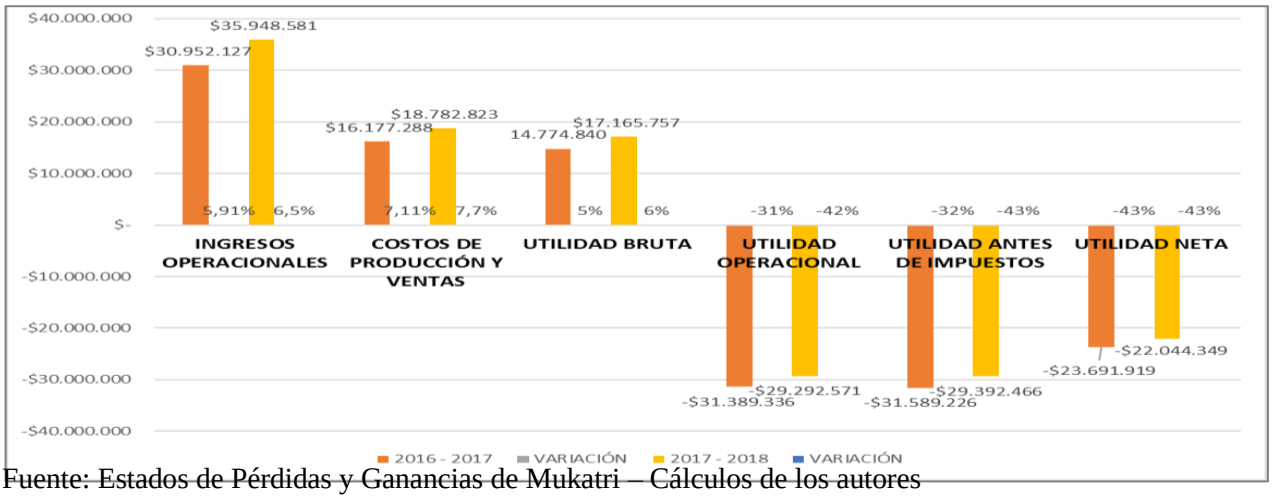
Gráfica 1. Análisis vertical y horizontal Estados de pérdidas y ganancias proyectados 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estados de Pérdidas y Ganancias de Mukatri – Cálculos de los autores

La **Gráfica 1** resume los análisis financieros verticales y horizontales de los estados de resultados proyectados para los periodos 2016, 2017 y 2018, donde se establece que MUKATRI en el transcurso de los tres años proyectados, alcanzará un aumento conservador en sus ingresos operacionales; pero el incremento de los costos de producción y ventas presentarán un incremento porcentual mayor que los ingresos operacionales, lo que afectará de manera significativa la utilidad operacional en cada uno de los años proyectados.

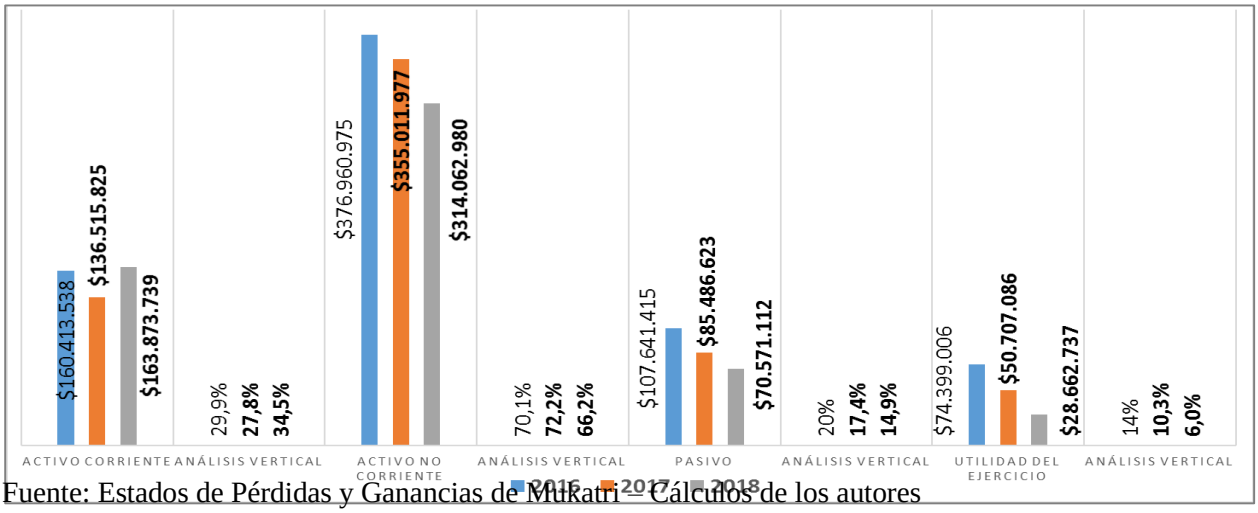
Gráfica 2. Análisis horizontal Estados de pérdidas y ganancias proyectados 2016 - 2017 y 2017 - 2018



Fuente: Estados de Pérdidas y Ganancias de Mukatri – Cálculos de los autores

Así mismo, se proyecta para MUKATRI un incremento de sus Ingresos Operacionales (I.O.) mínimo de 5,91% en el periodo 2016 – 2017 proyectado en un escenario pesimista, donde solo se tienen en cuenta el Índice Precio del Consumidor (IPC) e Índice Precio del Productor (IPP), en el cual se muestra que el incremento insuficiente por parte de los I.O. alcanza para cubrir el incremento posible venidero de los Costos de Producción y Ventas 7,11% del mismo periodo, generando la necesidad de reducir los Costos de Producción y Ventas, con la intención de maximizar la Utilidad Neta de la empresa, no solo para este periodo, sino para el futuro próximo que garantizará su permanencia y proyección positiva en el mercado, teniendo en cuenta el resultado obtenido tras la proyección del periodo 2017 - 2018, en el que se encuentra Utilidad Neta negativa, ocasionada por el aumento superior de los costos, contra los ingresos de MUKATRI.

Gráfica 3. Análisis Vertical Balance General 2016, 2017 y 2018



Fuente: Estados de Pérdidas y Ganancias de Mukatri – Cálculos de los autores

Siendo MUKATRI una empresa modelo a nivel nacional, por la envestidura que le da ser nombrada por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia en la feria BIO-EXPO 2015, como la mejor empresa de negocios verdes de la nación para este año (Arellanos, 2015), es importante tener en cuenta que en el análisis vertical de los Balances Generales de los años 2016, 2017 y 2018 proyectados, se presentan positivas reducciones de los pasivos, hasta de 5.1 puntos porcentuales durante el tiempo transcurrido de los años proyectados. Se presenta también la reducción de hasta un 8% en este mismo lapso en la utilidad del ejercicio, lo que deberá encender las alarmas en la región caqueteña, pues este es un ejemplo de lo que puede sucederle a las empresas de la región, hablando de manera general, dado que mediante la proyección realizada, el activo corriente presenta fluctuaciones importantes y el Activo No Corriente un caída importante, lo que invita a tomar medidas para intensificar los esfuerzos y con ello multiplicar los ingresos de la empresa de manera estratégicas, permitiendo esto planear y evitar los gastos innecesarios en los que puede incurrir MUKATRI, esto sirviendo de ejemplo para las demás empresas de la región.

Indicadores de liquidez

Gráfica 4. Indicadores de liquidez 2016, 2017 y 2018.

Fuente: Estados de Pérdidas y Ganancias de Mukatri – Cálculos de los autores

MUKATRI, presenta para el año 2016, buena liquidez para responder por sus deudas a corto plazo, teniendo a razón corriente $2,46, por cada peso que la empresa debe, de igual manera para el año 2017, la empresa sigue en ascenso, y para este año aumenta hasta $4 pesos por cada peso que deba, capacidad superada por el $5,77 pesos para cubrir sus responsabilidades a corto plazo esperada para el 2018.

La prueba ácida indica que MUKATRI, mejorará año tras año hasta alcanzar su punto más alto, en el año 2018, con una diferencia de $27´357.915, creciendo así hasta 20,04 puntos porcentuales.

Indicadores de actividad operativa

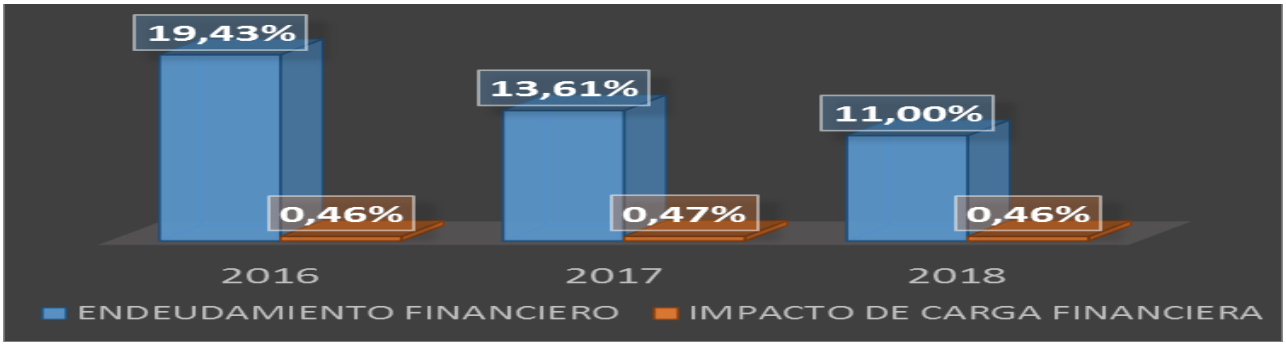
Gráfica 5. Indicadores de actividad 2016, 2017 y 2018

Fuente: Cálculos de los autores

En la Gráfica 5, se evidencia que, aunque la rotación del capital de trabajo cae de 10,28 veces al año en 2016, a 4,36 en el año 2018, la rotación de activos aumenta de 1,41 veces al año en el 2016 a 1,88 veces al año en el año 2018, esto estableciendo que la mercancía se moverá de manera ascendente, pero el capital de trabajo no lo hará al mismo ritmo

Indicadores de endeudamiento

Gráfica 6. Indicadores de endeudamiento 2016, 2017 y 2018.



Fuente: Cálculos de los autores

En la gráfica 6, se establece que para el año 2016, MUKATRI presenta un endeudamiento financiero bajo 19,43%, así mismo para el año 2017, el endeudamiento financiero disminuye a 13,61 puntos porcentuales, con reducción de 5,82 puntos porcentuales menos que el año anterior, de compromiso financiero, de igual manera el año 2018, seguirá la tendencia a la baja del endeudamiento financiero de la empresa, presentando este compromiso en un 11%. En el primer año la empresa debe destinar el 0,47% para el pago de los gastos financieros, aumentando en un punto porcentual para el año 2017, caso contrario al resultado que arroja el indicador del año 2018, donde disminuye al 0,46% nuevamente.

Indicadores de rentabilidad

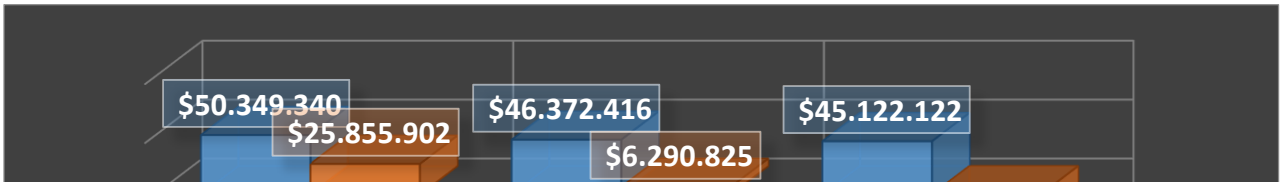
Gráfica 7. Indicadores de rentabilidad 2016, 2017 y 2018.

Fuente: Cálculos de los autores

MUKATRI es una empresa dedicada al BIOCOMERCIO, que sostener su margen bruto de utilidad por encima del 50% en los tres años de su proyección para los años 2016, 2017 y 2018, a pesar de este buen indicador, la rentabilidad del patrimonio presenta un declive continuo, pasando del 21% en el año 2016, al 7%, en el año 2018, de igual manera el margen neto de utilidad presenta una caída desde el 14% en el 2016, al 5% en el 2018.

Indicadores de generación de valor

Gráfica 8. Indicadores de generación de valor EVA 2016, 2017 y 2018



Fuente: Cálculos de los autores

En la Gráfica 8, se puede establecer que MUKATRI, presentará un descenso significativo en la generación de valor EVA en los próximos 3 años, aunque el año 2018, podría presentar destrucción de valor de hasta $14´428.310, esto influenciado por el bajo incremento de los Ingresos Operacionales y el incremento de los Costos de Producción y Ventas.

Es de recordar que una empresa industrial y comercial como MUKATRI, tiene relacionada de manera inversa sus aumentos de producción con los costos de sus ventas, debido a que los productos de consumo masivo a mayor producción menor costos de producción y ventas.

Ante los resultados obtenidos, se debe reflexionar sobre ¿qué sucederá con empresas dirigidas empíricamente, las cuales no son conscientes de los diferentes factores macro y microeconómicos que influencian el desarrollo empresarial? La respuesta apunta a que deben empezar a utilizarse las herramientas financieras de diagnóstico y pronóstico, puesto que los cambios estructurales del mercado podrían afectar de mayor manera a empresas que no se encuentren prevenidas ante una desaceleración o un comportamiento diferente del mercado, considerando que sus inversiones poco planificadas podrían no contar con planes de contingencias para momentos difíciles, como en algún momento le sucedió a los almacenes YEP, en Florencia Caquetá que no soportó la entrada de otro competidor de cadena como ÉXITO, llevando al punto de cerrar su sede en Florencia Caquetá, ¨siendo estas una de las más rentables de su cadena a nivel nacional¨, según lo expreso el señor Carlos Jaramillo en conversación sostenida en su casa, ubicada en el barrio Juan XXIII, el mes de mayo del año 2016, quien fuera gerente de la sede Florencia por más 20 años.

Por otra parte, también se abordó el tema de la baja rentabilidad de MUKATRI en los próximos 3 años, planteando que motivos como el orden público podrían ocasionar un descenso significativo en las ventas, debido a las pocas vías de acceso que tienen las poblaciones del departamento del Caquetá, lo que ocasionaría la quiebra, sobre todo a pequeñas empresas. Debe destacarse sin embargo que esos casos no son tan posibles, porque entes territoriales como las arcadias de los diferentes municipios, al igual que el gobernación tomaran medidas para proteger e incentivar a los comerciantes, pues son ellos los que realmente inyectan esa dinámica a la economía a la región con su esfuerzo, y si es posible generar el apoyo de parte de entidades como la Cámara de Comercio de Florencia, la Gobernación del Caquetá y las diferentes alcaldías, el aprovechamiento de los recursos económicos seria maximizado por parte de los empresarios emprendedores de la región.

De la misma manera, se tiene que los estados financieros proyectados y los indicadores aplicados y proyectados a MUKATRI, revelan la gran posibilidad de tener de parte de los costos de producción y ventas mayor que los ingresos, con lo que paulatinamente se pues establecer con lo revelado por lo proyectado que de no tomar medidas la empresa podría caer en su generación de valor a tal punto que la empresa en el último año, entraría a destruir valor, siendo esto un futuro poco alentador para los empresarios.

También la discusión de la capacitación financiera de los empresarios del departamento del Caquetá, llevo a reconocer que el nuevo panorama que presenta la política de PAZ del gobierno nacional (Kurt, 2016), presenta una gran oportunidad para revertir ese tipo de tendencias negativas para la economía departamental, para lo que la capacitación en el área financiera a la comunidad en general, seria oportuna.

CONCLUSIONES

La investigación realizada permite concluir que la empresa privada en el departamento del Caquetá, el transporte juega papel importante en la dinámica económica, por tal motivo se hace necesario multiplicar y fortalecer las vías de acceso, viéndose favorecido el sector turismo, el cual de manera formal e informal permite la circulación del dinero en la región.

Así mismo, gracias a las entrevistas esporádicas realizadas a la población en general y algunos comerciantes de diferentes municipios del departamento, se concluye que la población en general necesita capacitación financiera, para identificar las diferentes oportunidades y riesgos económicos que se presentan, con lo que nace la necesidad de buscar apoyo a nivel público y privado, para capacitar financieramente a los emprendedores de la región, con la intensión de aportar a la estabilidad económica y financiera de la región, así brindando mayores posibilidades de aprovechamiento de los ingresos obtenidos por las pequeñas empresas y población en general.

También se destaca la necesidad de establecer medidas de contingencia por parte de los entes territoriales de la región caqueteña, que permitan incentivar la economía de la región, diseñando, estableciendo y ejecutando planes que fortalezcan las prácticas amigables con el medio ambiente, como los son los negocios verdes, los cuales permiten proyectar la empresa a largo plazo con prácticas que protejan y fortalezcan el medio ambiente, teniendo en cuenta la fragilidad del ecosistemas y los beneficios que sus protección genera para el planeta, siendo la Amazonia catalogada como el pulmón del mundo.

Lo anterior, le permite adicionar que existe la necesidad de generar mesas de trabajo a nivel regional, para formular, programar y ejecutar con la comunidad en general actividades para estructurar diferentes agremiaciones, los cuales permitan masificar los consumibles para la producción de sus bienes y/o servicios, esto permitiendo la disminución de los costos de producción, con ello activando la economía de la región, mediante la creación de canales de comunicación inter-gremiales, incrementando la dinámica comercial de la región.

En consonancia se concluye de manera grupal que la identificación y agrupación de los sectores comercial y mercantil de la región, especializa las actividades comerciales, con lo que se hace posible el establecimiento de canales de comercio nacional e internacional, facilitando las exportaciones de productos exóticos que son apetecidos en otros mercados.

Adles, H. (24 de enero de 2014). Análisis / Jeremy Grantham y los pronósticos financieros. *Periódico El Tiempo*, pág. 8.

ANZORC. (5 de septiembre de 2015). *Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo.* Recuperado el 20 de junio de 2016, de http://www.colectivodeabogados.org/cajar_old/spip.php?article7176

Arellanos, J. (10 de noviembre de 2015). Mukatri del Caquetá recibe premio como la mejor empresa de negocios verdes en BIOEXPO Colombia 2015. *Periódico Mi Putumayo*, pág. 6.

Buitrato, I., & Cotes, G. (2016). *Emprendiendo desde el aula. Historiografía familiar y empresaria, como aporte al desarrollo del espíritu empresarial del progrma de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia.* Florencia, Caquetá, Colombia: Universidad de la Amazonia.

David, A. S., & Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía; Capítulos 14 Regresión Lineal Simple y 15 Regresión Lineal Múltiple* (10 ed.). México D.F.: Editorial CENGAGE Learing.

García, A., & Ospina, A. (2015). *Construyendo con vocación ganadera, historia de vida de Álvaro Silva Hermida comerciante ganadero en el municipio de Belén de los Andaquíes.* Florencia, Caquetá, Colombia: Universidad de la Amazonia.

Jaramillo, C. (4 de mayo de 2016). Administrador Almacén Yep Florencia. (J. Gómez, A. Forero, & G. Álvarez, Entrevistadores)

Kurt, K. (2016). ¿Por qué son importantes las empresas en el postconflicto? *Revista Dinero*, 6-7.

Lanz, R. (2007). *Ni una sola ciencia, ni una sola técnica.* Maracaibo, Venezuela: Ediciones Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología.

Martos, A. (2013). *La Due Diligence financiera. El paso previo a la adquisición de una empresa.* Bogotá, Colombia: Profit Editorial I.S.L.

Navarro, P., & Muñoz, R. (2015). *Gestión administrativa para el asesoramiento de productos de activo UF0525*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.

Noyola, R. (15 de noviembre de 2014). Recuperado el 20 de marzo de 2016, de http://www.obela.org/book/export/html/190

O'Higgins, R. (2009). *Crear un plan de negocios.* Santiago de Chile: Editorial Impact Media Comercial S.A.

Osorio, J. (2006). *Gestión financiera empresrial. Contexto y casos colombianos.* Bogotá, Colombia: Colección Biblioteca del Profesional.

Pérez, F. (2014). Capacidades logísticas adquridas por la FAC, para el exitoso desarrollo de las operaciones aéreas. *Revista Taktika*, 58-63.

Porter, M. (2002). *La ventaja competitiva.* Madrid, España: Editorial Díaz de Santos.

Purcell, W. (1983). *Cómo comprender las finanzas de una compañía.* Cali, Colombia: Editorial Norma.

Serna, G. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos índices de gestión.* Bogotá, Colombia: 3R Editores.

ECONOMIC PARTNERSHIP MEXICO-JAPAN

José Guadalupe Vargas Hernández [98]

INTRODUCTION

Mexico is rich in natural resources, a reason why has become a target country for multiple countries throughout its history. Several countries have been associated with Mexico to take advantage of its resources to produce market and export goods to other parts of the world through different models of cooperation. Currently the country has a network of 10 Free Trade Agreements (FTA) with 45 countries, 30 Agreements for the Promotion and Reciprocal Protection of Investments (BITs or APRPI) and 9 limited arrangements in the Latin American Integration Association. It participates actively in organization such as the World Trade Organization (WTO) and the mechanism of Asia-Pacific Economic Cooperation, the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and ALADI (Secretaría de Economía, 2015).

For decades Mexico has have a good relationship with Japan. The leaders of both countries have struggled to maintain a relationship of friendly cooperation to benefit the development of both countries. Mexico, being a source of coarse natural resources has always been in the crosshairs of industries of several countries and in recent years has improved its trade relationship with Japan to complement the lack of resources of the Asian country.

Japan as an island has limits in the scope of resources, especially agricultural. It is a country that imports 60% of its population consumes in food. This is why it is a sourcing seeking country to resolve its situation in scarcity of resources. Mexico and Japan have economic characteristics that make them complementary to each other, mainly in the food sector, where Mexico could position itself as a leading supplier of agricultural and livestock products. This complementarity should contribute to economic development in both countries through trade and investment.

[98] REFERENCIAS

The commercial relationship between Mexico and the countries of North America and Europe has grown over the decades due to the incursions of several free trade agreements such as NAFTA and the TLCUE. On the other hand Japan's participation in the country's imports is down from 6.1% in 1994 to 4.8% in 2001, while the share of Mexico's total exports fell from 1.6% in 1994 to $ 0.3% in 2001. As regards the Japanese FDI, Mexico received between 1994 – 2001only 3.3% of equity (Secretaría de Economía, 2015).

In 2005 entered into force the Economic Partnership Agreement between Mexico and Japan, a marketing agreement between the two countries would promote cooperation and boost the economy of them. But will it be to an emerging economy booming, why he chose Mexico for free trade? The answer can be seen through the theories: Theory of transaction costs, agency theory, theory based on resources and institutional theory. It begins by giving a brief overview of the relationship between Mexico and Japan, then a review of the theories that are to be used for reference and end explaining the importance of Mexico as a trading partner.

PURPOSE OF THE STUDY

The aim of this study is to determine the impact of Japanese FDI in manufacturing in Mexico in terms of technological spills that occur in the sector. In addition, to establish whether there are flaws that do not allow technological spillovers generated, if any, are older.

JUSTIFICATION

Mexico, like other countries invested in measures to attract foreign direct investment to their territories. Trade liberalization becomes stronger in the eighties, significantly reducing import tariffs on average that passed during the course of a period of three years from 23.5% to 11.8%. The base of products with low tariffs was from 92% to 25.4% during the same period 1985-1987. Additionally, the mid-nineties initiated reductions to barriers on investment from abroad, privatization of public enterprises, among others (Hanson and Harrison, 1999).

It was decided to revise the Japanese FDI due to the significant growth experienced in recent years, and the weight it has gained in the total FDI that has received Mexico. Particularly Japanese FDI in manufacturing, given that, as presented above, is the category to which most of Japanese FDI goes. Additionally, the manufacturing sector generates great interest in inter-industry and intra-industry connections that may arise.

BACKGROUND

After the problems of commercial banks from the 80's, due to the difficulty of attracting capital to develop projects, many countries eased restrictions on the entry of foreign direct investment (FDI). For this, developing countries resorted to various measures to attract FDI. Governments in developing countries see on FDI the possibility of accelerating the economic growth of their countries through economic spills and knowledge transfers (Carkovic, and Levine, 2002). These economic spills can occur within the same industry or inter-industrial way.

As a result, Latin America and the Caribbean have seen FDI flows significantly. FDI inflows on average for the region between 1993 and 1998 stood at 47 billion dollars. In 2004 reached 67.5 billion dollars, and in 2013 reached 182 billion dollars (UNCTAD, 2010) (UNCTAD, 2014). This despite the economic crisis of 2008, which had a significant impact on FDI received by developing countries. In general, countries in the region, like many other emerging incurred various measures to increase FDI flows. Some of these measures include extension of tax holidays, exemptions for imports of inputs, direct subsidies, tax exemptions on income, special export zones, among many other types of tariff benefits that are attractive for multinational companies (Hanson, 2001).

Within Latin America are Brazil and Mexico, in that order, which attract the largest FDI inflows. In the case of Mexico, FDI reached 38 billion dollars. This boosted by the purchase of Grupo Modelo by Anheuser-Busch InBev. Both countries have strong FDI in the manufacturing sector, with their differences. While production in Mexico is focused on exports, in Brazil, production mainly aimed at satisfying the domestic market (UNCTAD, 2014). This is mainly due to the characteristics of the markets. Mexico is for the manufacturing sector, as for other sectors, the gateway to markets like the US and Canada without incurring tariff costs thanks to the signing of the Free Trade North Atlantic (NAFTA).

Mexico receives around 20% of FDI coming to the region. This situation is a result of changes in the policies that led the country out from the economic crises of the seventies and eighties. Policies focused on liberalization, promotion of trade, privatization, among others (Jordaan, 2009). FDI coming to Mexico has as its main source, the United States, as it is possible to foresee, given the geographic proximity. The strong bilateral trade and free trade that brought down tariff barriers between them countries, with 53% on average between 1999 and 2010 followed by Spain, the Netherlands and Canada (Guzman, 2014).

At the end of 2014 it was expected that FDI flows into Mexico reached 24,000 million dollars and for 2015 is expected to exceed 28,000 million according to the economic expectations of specialists. Mexico as a country occupying the tenth largest FDI recipient worldwide, receiving 2.6% of world flows in 2013, surpassing the 12-position obtained in 2013 (Ministry of Economy, 2014). Mexico has played an active role in the search for new treaties and opportunities to enable their companies to access new markets. This work is reflected in the ten free trade agreements with forty-five countries that permit thirty bilateral

agreements on investment promotion, and nine limited (Promexico, 2014). Within these agreements signed, the agreement is found the Mexico-Japan Economic Partnership Agreement (EPA) in 2005.

The Ministry of Economy of Mexico (2002), in its final report states that the agreement of Economic Partnership Association (EPA) represents a great opportunity for both countries to exploit complementarities between them, which will result in social and economic benefits for both countries. Both countries have large markets, more than one hundred million people in Mexico, over 120 million people in the Japanese market. In addition they are two of the 15 largest economies in the world. Additionally, there are complementarities in resource endowments of both countries, Mexico with labor, land and natural resources, while Japan has economic resources and knowledge.

Therefore, from the point of view of Japan, it was keen to exploit the competitive advantages that Mexico could offer to this country, including the possibility of directly accessing the US and Canadian market without tariff barriers. This is evident in the case of manufacturing industries, especially the automotive and electronics through the use of NAFTA. Additionally, localized in Mexico, Japanese companies would have the same facilities as companies in other countries with which Mexico has signed agreements to place their products in the Mexican market. Add to the above Carrillo (2014) that for Mexico signing the EPA would give preference to 99% of exports to Japan, many of these products in the agricultural sector. Being Japan a country that imports 60% of food consumed, it is a business of great economic importance.

Japan is itself one of the largest underwriters of FDI in the world, ranking among the five countries with higher outward FDI between 2008 and 2009, according to the Report on Investment in the World, 2010, despite the international financial crisis. For Mexico, Japan ranks ninth in FDI source as averages between 1999 and 2010, reaching 1% of this. However, it is observed a tendency for these flows continue to grow, allowing FDI from Japan to achieve greater weight in the total investments (Carrillo and Okabe, 2014). Despite the above, and the belief that FDI generates positive externalities in the host country through productive spills, Hanson (2001) states that there is empirical evidence for and against assertion, especially as regards the welfare of the country receiver, where there is conflicting evidence.

In this article it seeks to analyze qualitatively and from a perspective of spillovers, FDI from Japan, mainly in the manufacturing sector, in order to study the generated productive spills by this industry, so intra-industry mainly to below. Also, to review if indeed the Japanese FDI is presenting productive spills, and analyze what factors might diminish. For this, it is reviewed some aspects related with the efficiency of Mexican suppliers and institutional aspects of Japanese companies.

RECENT LITERATURE REVIEW

An analysis of the emergence of the Economic Partnership Agreement Mexico – Japan by manger (2005) asserts that it has the character of a defensive reaction initiative triggered by the impact of the North American Free Trade Agreement, giving the opportunities to Japanese companies to invest in México in the automobile, electronics and auto parts industries, among others. Not only Mexico is the market but also is a platform to export products made by Japanese firms. The Japanese approach to use a framework of bilateral trade agreements, as it is the case with Mexico, is analyzed by Sutton (2015).

A more recent analysis on "Economic Partnership Agreement Mexico - Japan: Analysis of Trade Creation and Trade Diversion 1999-2013" conducted by Lugo Sánchez (2016) , she does not find any evidence that the Economic Partnership Agreement between Mexico and Japan (EPAMJ) has contributed to increase Mexico and Japan's trade with 23 countries from 1999. Other study by Guzman-Anaya (2016) found increase in foreign direct investment flows from Japan to Mexico and determines the main factors that affect local suppliers of Japanese Automobile multinational firms doing business in Western México under the framework of Economic Partnership Agreement (EPA).

Other analysis conducted by Carrillo Regalado (2016) concluded that the foreign trade between Japan and Mexico does not support the hypothesis that the Economic Partnership Agreement has a significant stimulus over the volume of bilateral trade. On the other hand, González Bravo (2016) studies the exports of manufacturing firms located in the State of Jalisco to Japan finding that the number of companies doing business with Japan had increased 60% after the agreement.

MEXICO-JAPAN RELATIONSHIP

Mexico is the world's ninth largest economy and represents a market of about 100 million people (Secretaría de economía, 2015). It is a country with abundant flora and fauna, with young and dynamic labor at low cost and in constant training work. Japan is the second largest economy and has an active market of 126 million people, is a country with high capital, purchasing power and leading edge technology. The boundary with North America returns to Mexico an attractive country to invest in it, produce and market goods to the American market, taking advantage of NAFTA and other treaties and agreements that Mexico has with more than 45 countries, so that countries like Japan are seeking to collaborate through economic agreements to reap the benefits in access to resources, as well as trade relations.

On the other hand, Japan has a growing economy. It is an important potential source of foreign direct investment and has a market for Mexican goods that could be very productive. In addition, besides this would generate the economic spill that should consider the benefit of the bilateral agreement, as the transfer of technology and knowledge, which is contributing to the creation of jobs and an increased competitiveness of human resources. By diversifying the export market, Mexico decrease its economic dependence on the United States, its main trading partner and which directs most of its exports.

Based on a friendly relationship led for decades between Japan and Mexico, it was consolidated with the signing of AAEMJ in the year 2005. The agreement was in negotiation for two years. A study group was formed for the realization comprised of government officials, businessmen and academics from both countries. On September 17, 2004 it was signed, during the government of Vicente Fox Quezada, coming into force on April 1, 2005 (Secretaría de Economía, 2015).

For Japan this treaty represented the first large-scale free trade agreement with Latin American country. To Mexico, it represents a market of potential consumers on a large scale. The main objective of the agreement is to promote trade liberalization and investment between Mexico and Japan, through tariff reduction and the facilitation of customs and immigration procedures. Expectations for Mexico's AAEMJ focused on expanding FDI from Japan, to increase and diversify Mexican exports and the promotion of the development of productive chains, led by quality inputs related to the commissary of Japanese companies by Mexican companies (Garcia De Leon, 2010).

ON FOREIGN DIRECT INVESTMENT

To begin, it is important to understand the reasons for companies to internationalize. Highlight Dunning (1993) that multinationals take advantage of three types of benefits. Companies must control a mobile good, such as patents or trademarks that want to exploit what is known as the advantage of possession. It must be cost efficient to leverage resources, compared with companies in the country as it goes, and called locational advantage. Finally, the company must have the interest and ability to exploit the resources available to the company, called internalization advantage. Therefore, it can be said that companies internationalize their production in order to be able to use and manage resources more.

However, FDI is not distributed equitably among countries. The location of FDI and industry is a relevant concern that has been investigated since Marshall (1890) in his book Principles of Economics. He identified some factors, mainly physical, such as climate, soil, mineral resources, among others. Thereafter, the location of industry and its determinants, more recently, the study of the location of FDI, has been studied in the economy, leading to the identification of new factors beyond the purely physical aspects. Jordaan (2009) identifies four general factors recurring in literature. These are the potential demand which can be estimated by per capita income, GDP, population density, among others.

Companies seek to anticipate the potential market that would have on the region and others that could access their products easily. Another general aspect is the regional production costs, costs related to labor, access to resources markets, and intermediate goods that require companies. It is possible to sense that companies prefer to settle in regions where these costs are lower, and have higher returns. But some studies have shown that there is a positive relationship between wage levels and FDI, a situation that can be explained in the case of wages efficiency (Head et al, 1999).

Other factors identified by Jordaan (2009) are the public policies that encourage the arrival of foreign companies and FDI. Within regional policy strongly related FDI inflows are those related to corporate taxes, benefits to job creation, tax exemptions, among others. Finally, the presence of agglomeration economies is a key location for FDI. The importance of agglomeration lies in different aspects such as the flow of knowledge, human capital, and ease of access to suppliers and distributors, among others.

CONCEPTUAL AND THEORETICAL FRAMEWORK

Several theories are used for the study of the relationship between Mexico and Japan under the Economic Partnership Agreement signed in 2004 and implemented in 2005. The benefits of the bilateral treaty are analyzed under the agency theory, resources and capabilities theory and theory of transaction costs.

For a long time much of the theory in strategy it was focused mainly on developed countries. This is possibly because much of the information and knowledge generated came from these countries. However, some authors, like Peng (2005) began to put out the eyes of the West, and check whether the developed theories were applicable to emerging countries and economies in transition, in the particular case in China.

The research strategy in emerging countries has gained importance in recent years. Emerging countries have gained weight internationally, politically and economically context speaking. This has led some of the attention to these countries. Xu and Meyer (2012) decided to make a literature review on the development of research in emerging markets, checking that has obviously increased the number of articles on developing economies. Institutional theory is the mainstream of theoretical approach in the field; however, new perspectives appear as learning relationships, real options, spillovers, among others.

Spillover is the way that technology and human capital spills and is transmitted to local companies or endogenous, from FDI. Four channels for the transmission of spills from product of FDI are identified:

Effects of demonstration and Imitation, local businesses learn by imitating and observing foreign companies.

Effects of competition, through competitive firms increase production and become more competitive.

Effects of connection with foreign companies, through linking companies, foreign ones transmit knowledge to endogenous.

Training effects. Local companies hire people who were previously trained by multinationals as a means of transmitting knowledge or technology (Kinoshita, 2001).

Importantly, the absorption capacity of the company and the effort made in learning, are critical factors for spills to become effective (Kinoshita, 2001). Glaeser et al. (1992) believes that spills related to knowledge are the "engine of growth" of economies and has three models of how knowledge spills occur.

Externalities Marshall-Arrow-Romer type, which are between firms in the same industry. He states that the concentration of firms in the same industry in a city helps spills between companies generated, allowing businesses to grow equally to the city. This can happen in different ways, such as the spy, imitation, and ease of movement of human capital, among others.

The second approach, proposed by Porter (1990), goes in the same direction as the Marshall-Arrow-Romer. It believes that knowledge spillovers also generate positive effects on the industry and the region. However, it believes that it is through local competition that companies are encouraged to innovate and quickly adopt the advances that occur in the sector. Companies should strive to remain on the market or disappear against new coming firms.

Finally the third, where Jacobs (1969) believes that the greatest advances and innovations are developed outside the industry, so more than the agglomeration of firms in the same sector. It is necessary inter-industrial agglomeration is generated.

Marin and Bell (2006) conducted a study on the role of multinational companies in Argentina between 1992 and 1996. In this article, the authors give to branches of multinational companies, a more active role in the process of transfer of technology and capital human. In this paper, the authors identify two perspectives to analyze the technological spillovers. On the side of local businesses, the absorptive capacity of local enterprises plays an important role for technological spillovers.

While on the side of the multinational company, firms are heterogeneous, the type of industry in which the company has developed has an impact on spills. They believe that companies in technology-intensive industries can generate larger spills than most traditional companies. In this sense, the strategy of the parent company, if it is interested in the link of production chain local businesses, there will be interest from multinational generate to large spills (Marin and Bell, 2006).

There are also critical positions on FDI and technological spillovers generated. Some authors believe that foreign investment does not necessarily produce technological spillovers and increased productivity. Blomström and Kokko (2003) argue that an increase in FDI does not necessarily imply an increase in national welfare. Since the arrival of investment by foreign companies, it is not immediately in an increase in productivity on the part of local businesses through spills. By contrast, local companies should be keen to learn and absorb knowledge.

Similarly, Cheol-Sung, Nielson and Alderson (2007) consider, based on the theory of dependency, that when countries are dependent on FDI, this could have a negative impact on economic growth. Depending entirely on foreign companies might not allow local businesses to grow, destroying local businesses and affect the country's development.

Agency theory

Agency theory arises from the need for organizations to delegate and make decisions. When the owners or principals at top management positions begin to delegate decision-making to other individuals or agents in a process that involves monitoring, control and error correction begins. The agency theory studies the existing problems between the main positions based on its goal of study. The first is the positivist who mainly focuses on the relationship of firm owners and managers of the organization. The second line is more general and focuses on the relationship that can be found in many situations where there is this dual relationship of the owner and the agent (Vargas-Hernandez, Guerra Garcia Bojorquez Gutierrez Gutierrez Bojorquez, 2014).

The owners of the company are the people who provide the economic capital and own the firm. Patterns, according to Peng (2010) are classified into three:

The concentrated ownership is made up of the founders and as it expands will be involving more shareholders becoming a diverse ownership.

Family property, which is comprised of members of a family whose objectives are common although sometimes members are unqualified for the tasks.

State ownership where the state is the main owner and often lacks adequate incentives for people working in these companies.

There is another theory called Reconsidered Agency Theory which indicates that not all agents are equal and some executives are doing more to be effective managers in creating a sustainable corporation. Apart from these statements in Mexican companies have the same classification of property owners, most companies start out as family businesses that continue growing, evolving and entering international markets so the companies that manage to internationalize have overcome major barriers as lack of incentives, low skills, and little knowledge. As the company grows it will need more staff and shareholders to invest and controls the actions of subordinates. There are also state-owned enterprises that sell services to Japanese companies located in the country to improve trade cooperation.

In conducting the activities in the agency theory of delegating functions and decision-making firms incur in various restructuring costs, monitoring and binding contracts between agents. The AAEMJ aims to facilitate the paperwork for the Japanese companies to import their trained human resources to management positions to improve management activities and reduce the quotas for the free access of human resources. The principal agent theoretical model may not apply to Japanese concentrated ownership structures (Ojo, 2013). However, an empirical research on the principal-agent theoretical model shows that it is week in the Japanese context of firms. Buchanan, Heesang Chai, & Deakin (2013) use the theoretical model of agency to explain corporate governance of the Japanese firms and found that shareholders do not behave as principals.

For Mexican companies, the agency theory explains that opportunism taking place in business is due to the reason that agents seek their own benefits. So employees fall into corrupt processes and the mismanagement of resources. The AAEMJ seeks to implement that better relations between the two countries, to facilitate customs and import resources procedures is to eliminate corruption in the marketing channels, which benefits SMEs in the country who wish to seek a new market policies.

Apart from the agreement there are other government measures to take action by state governments to improve internationalization experience, this through courses, seminars, etc. that show how to perform the export process and give advice with customs formalities, transport and denomination of origin.

Theory based on resources and capabilities

The industry is analyzed by companies to make tools that allow them to understand the preferences of consumers in relation to their product or service offered and the position of competing companies in consumer preference. Porter designed the model of the five forces that shape the vision of industry-based strategy. These five forces are:

Intensity of rivalry between competitors: Here are six different situations

a) The number of competitors is crucial.

b) The size of the competitor influence on competition.

c) Set the domain can be difficult.

d) The new capabilities increase the rivalry.

e) The decrement or deterioration of the company makes desperate measures.

f) The large exit costs are reflected in loses.

Threat of potential entries: established firms are concerned to keep out of the market potential adversaries' incoming companies and create a brand identity and product and loyalty to their firm customers.

Bargaining power of suppliers: Four conditions or possible situations to negotiate with suppliers arise:

That the industry has few suppliers and they have the power to decide the price or vice versa.

The supplier provides unique and different products.

The firm is not an important client.

The supplier is able to enter the focal industry.

4. Bargaining power of buyers: here come four conditions:

The group of buyers is small.

Products produced no savings or benefit to the quality and life of the consumer.
c) Purchase standard products and raw materials without preferred brands.

Enter the focal industry through backward integration.

Threat of substitutes: A substitute, being a product that satisfies a consumer need that usually meets other product or service is subject to the price at which supply products. Its main threat is a price decrease of the focal firm.

For the company, resources and products can be two sides of the same coin, but many products require multiple resources and most resources can be used in various products. The resources of a firm at a given time can be defined as those (tangible and intangible) assets that are semi-permanently attached to the firm and used to take their production process and realize their product. A barrier to entry without a barrier resource positioning leaves the company vulnerable to diversify inputs. A technological advantage allows the firm to have higher incomes and to allow further develop more ideas than its competitors (Vargas-Hernandez, Guerra Garcia Bojorquez Gutierrez Gutierrez Bojorquez, 2014).

Companies need to find the resources to maintain their position in the barrier of resources but nobody have yet, and therefore allow them to be among the few who succeeded in creating these resources. Resources should be combined well with those who have currently and that competes with few to acquire it. And to develop and build the capacity of its human resources to enable them to compete with the competition and conduct the production process effectively and efficiently.

Product design and the introduction of organizational capabilities aimed to cut time and cost in the automobile industry enable Japanese firms to develop new products (Clark and Fujimoto 1991; Nobeoka and Cusumano 1997). Lieberman, & Dhawan (2005) measure the linkages between resources and capabilities with performance to demonstrate the efficiency of a Japanese automobile industry in scale economies and manufacturing. The economic growth of Japan increased very fast during the eighties of the last century based on innovation, reverse engineering technology and benchmarking capabilities, despite the scarce resources (Dahlman, 2007).

Being able to access resources and difficult access to power generating and developing competitive skills in their employees, companies create a competitive advantage over other competitors in their sector, which can determine their permanence in the market. Speaking of Mexican companies when negotiating with national products and resources that do not exist in another continent or have a cost of excessive production, have since their foray into the Japanese market a competitive advantage that if they know it to handle can achieve significant growth business based on exports made. The main products exported to Japan are derived from agricultural activities but major Japanese companies coming to invest in the country are manufacturing. So, both countries benefit from AAEMJ to commercialize goods that are difficult to produce in their commercial counterparts.

Japanese companies established in Mexico have been attracted by the potential both domestically and by the nearby economies: the United States and some Latin American countries. The critical masses of companies that have shaped clusters (cluster) have been another reason to be interested in Mexico. The clusters have been established not only in traditional Border States such as Baja California or Nuevo Leon, but in the Mexican Lowers (Bajio), in states like Aguascalientes, Queretaro and Guanajuato (Falck Reyes, De la Vega Shiota, 2014).

Mexican natural resources that are exported in consumable supplies like salt grain, avocado, beef, tuna, to name a few, have abundance in the country and allow Mexican companies embrace a new market and not only compete in the local market, which is already saturated with similar companies. Mexican crafts also have great momentum abroad, favoring those sectors that were disappearing in the country. On the other hand FDI by Japanese companies in different states of Mexico contribute to the development of the area where they are located, to create jobs, use local products and train human personnel and favors the Japanese company with cheap labor and easy access to natural resources that abound in the country.

Theory of transaction costs

Transaction costs are the costs incurred by the company or provider to get their goods or services to consumers. The agenda of the organizations is the value that is given to the decisions made in terms of getting information that the company needs (Vargas-Hernandez, Guerra García, Bojórquez Gutiérrez, Bojórquez Gutierrez, 2014). It should be understood that there is a direct relationship between employers and employees and that this relationship is direct and uses the capabilities of both to achieve the objectives

of the company. The agency incurs various costs to conduct activities such as restructuring costs, monitoring and binding of a series of contracts between agents with conflicting interests. The agency theory assumes that agents tend to be opportunists who will seek their own benefit.

Asymmetric information provides the basis for opportunism. Opportunism is selfish advantage seeking an individual over others. Is when an individual uses deception or skills for the greater good or service at a price equal to or lower than other consumers (Vargas-Hernandez, Guerra Garcia Bojorquez Gutierrez Gutierrez Bojorquez, 2014).

Companies to achieve lower transaction costs can create a significant competitive advantage, improve their production, and achieve to reduce the cost of their product at low prices to compete or attain a greater margin of profits maintaining its market price. The AAEMJ to facilitate procedures and reduce tariffs enables companies of both countries and promotes the consumption of the products offered by its trading partner.

According to the AMIA between 2003 and 2013, 140 Japanese companies announced investment projects in the country, some of these companies are: Nissan, Toyota Motor, Mitsui & Co. and Mitsubishi Corporation, Honda, Bridgestone, Kyocera, Sharp, Sumimoto and Mazda. This group of companies contributed 67% of the announced investment. The states with the biggest Japanese investment flows are Aguascalientes, (27% of the investment), Guanajuato (18%), Nuevo Leon (8%), Baja California (7%) and Morelos (5.2%) (Falck Reyes, De la Vega Shiota, 2014). On the other hand, Mexican companies that export have also benefited from reduced transaction costs to market their products to Japan. The following table shows the increase in exports in recent years.

Table 1: Mexican exports to Japan in millions of dollars Mexican exports to Japan

Year	Investments
2005	1,470.0
2006	1,594.0
2007	1,912.6
2008	2,046.0
2009	1,600.6
2010	1,925.6
2011	2,252.3
2012	2,610.7

2013	2,244.1
2014	2,609.20

* Value in Million

Source: Based on data from the Ministry of Economy (May, 2015).

Institutional theory

The institutions based view claims that the conditions of the business and industry should consider the impact of state and society when framing its strategy. The laws, regulations and rules are the regulatory pillar of the behavior of individuals and businesses. The fundamental changes to the formal and informal rules that affect organizations and players are defined as institutional transaction.

On the other hand, from the industrial perspective, Porter (1990) lists four factors affecting industries:

Firm strategy, structure and rivalry.

Factor endowments.

Related and supporting industries.

Domestic demand.

The theory of the industry based view defines two proposals on the importance of institutions, which are summarized below.

As managers and companies make strategic decisions in a rational way, depending on interests and constraints.

As the restrictions relating to the management of the company. Taking into account the culture of the company which has been the know-how of the institution.

Abroad it can be taken two forms of ethics to combine with the country's culture, ethical relativism that is adapted to the customs of the country in which is or ethical imperialism that is the belief in one universal ethics. Ethics is a principle that helps to fight corruption, so you should inculcate in citizens from an early age. By introducing the company in a new country must make three decisions for action:

It is important to have an understanding of the formal and informal institutions.

Strengthen intercultural awareness information by expanding knowledge.

Integrate ethical decision-making as part of the strategic process.

Property rights are social institutions that define or delimit the range of privileges granted by individuals to specific assets. Property rights can be moral, exclusive, unlimited or perpetual right. Institutional theory explains how the firm adapts to the environment that surrounds the speculations, expectations and environmental regulations and rules or sanctions that affect it.

In recent decades, multinational companies have taken advantage to the organization of production of advances in information technology, declining trends in transportation costs and the proliferation of free trade agreements, regional and bilateral, fragmenting the production processes (Falck Reyes and de la Vega Shiota, 2014).

The EPA (AAE) has been particularly beneficial for the promotion of Mexican exports with low value added. This situation is even more problematic to the extent that the provisions of the Agreement provide for exports of Mexican products in bulk, thus limiting the increase in the value added by its preparation to get ready for final consumption (Ramirez Bonilla, 2014). Apart from the benefits it gives the AAEMJ for Mexican companies; it has a significant government support in terms of advice and assistance to exporters. One example is the YOEXPORTO (I export) program, from the government of Jalisco, which is a course that will guide step by step from market selection, packaging, transportation, port procedures, etc., to optimize experience and facilitate trade to Japan or to another country through agreements or free trade agreements

METHODS

This paper presents a theoretical and literature review on foreign direct investment inflows from Japan into Mexico in manufacturing revision. From the qualitative and quantitative results obtained by different authors to determine the impact of FDI in terms of technological spillovers generated.

BARRIERS IN THE PRODUCTION OF JAPANESE FDI SPILL IN THE MANUFACTURING SECTOR OF MEXICO ANALYSIS FROM THE LITERATURE REVIEW

FDI and spillovers

Several international studies have been conducted to try to determine the magnitude of the impact of FDI in host countries and the nature of this. With this, it is been trying to understand how FDI is impacting local economies, and how FDI should have major positive impacts to leave. Therefore, it is important to understand how multinational companies with domestic enterprises are related, and thus able to focus efforts to attract FDI to sectors where it leaves greater benefits. In Indonesia, Blomström and Sjöholm (1998) study the impact of FDI and productivity of domestic firms from technological spillovers that may arise. Through an econometric analysis of data obtained through the 1991 industry survey, conclude that local businesses benefit from technology spillovers.

However, there is no significant evidence that requires multinational partnerships with local companies, generate greater technological spillovers, so it does not have a significant impact on productivity. Fauzel, Seetanah and Sannasee (2015) study the relationship between flows of FDI in the manufacturing industry and the effects on productivity. In that sector in Mauritius, a country located in the Southern Indian Ocean. The results collected during 1980 and 2010 show that FDI if it has had an impact on factor productivity and labor productivity. This has gone hand in hand with government efforts to encourage FDI. Importantly, the results measured in the short term, are not very significant. But in the long term outcomes are more favorable to FDI spills, at the point of having local investment also impacted favorably.

China remains one of the largest recipients of FDI globally. Hu and Jefferson (2002, 1075) performed a study based on census data from the National Bureau of Statistics country. Through the econometric analysis, the authors determine the impact of FDI for the electronics and textiles sectors at industry level. For the electronics industry, the authors find a statistically significant negative spill-level industry. Spills are positive for the company receiving the investment, but the other companies in the industry lost market and the effects are negative in the short term. Otherwise, it is in the case of the textile industry. In the long term, the advantage gained by the company receiving FDI seems to disappear.

Pritish and Sakiru examine productive spills of FDI in the manufacturing sector in India during the period 2000-2009. Econometric studies indicate that there is a positive impact on FDI and business productivity. Both, the company receiving investment flows and the sector in general, which runs counter to that found in other studies. Also identify policies taken by the government and the general change of attitude to the impacts of FDI that have led to improvements in manufacturing productivity.

SOLUTIONS AND RECOMMENDATIONS

In order to verify the impact and understand how spillovers generated by FDI in Mexico, Guzman (2013) studied the Japanese and US FDI in the country focusing on vertical spillovers generated within the same industry work. His first conclusion suggests that there are differences in productivity spills in the investment coming from both countries. In the case of Japanese FDI, there is a positive effect related to the production of the related industries with backward vertical (suppliers). For US FDI, a negative effect was observed. In

the case of vertical spills up, there was a positive impact on the presence of Japanese investment, but no significant effect for investment from the United States.

However, FDI inflows to an industry is not sufficient reason to generate productive spills, companies must be able to absorb these spills. The existence of a technological gap increases the benefits of technological spillovers, however if the gap is very large, local companies will not be able to absorb spills. In turn, through a frame of awareness-motivation- capabilities Meyer and Sinani (2009: 1089) express the benefits of technological spillovers have a curvilinear relationship with the level of economic development. Promptly with issues such as income, human capital and institutions and concluding that the poorest and the richest countries are those that benefit most from FDI inflows. Meyer and Sinani (2009) argue that institutions and human capital are essential if companies create the motivation and skills they need to absorb technological spillovers.

For poor countries, spills occur through demonstration effects channel through competition effect, whereas in developed countries spills occur. Companies in developed countries prepare for the arrival of foreign companies and define strategies to cope and stay in the market. Through the Survey of Japanese Companies in western Mexico, Guzman Carrillo and Okabe (2014) can identify certain characteristics that reveal inefficiencies in supplier Mexican companies of Japanese companies. This would indicate that there could be problems for endogenous companies could absorb production spills. The survey was conducted in companies of the states of Guanajuato, Queretaro, San Luis Potosi, Aguascalientes and Jalisco, of which more than 70% of surveyed companies are engaged in manufacturing. Some of the characteristics obtained by the author from the survey are:

Japanese companies used more to foreign suppliers to Mexican suppliers. Importantly, Japanese companies prefer to hire foreign suppliers with high-tech aspects, technical and technological assistance, among others. While the endogenous suppliers related to training, purchase of computer equipment and low value-added activities related to cleaning, security and transport (Guzman Carrillo and Okabe, 2014) is preferred activities

In addition to the above, the Japanese companies surveyed believe that endogenous providers in general have not met the conditions required quality, with more than 60% of companies indicating this situation. In a second step, the Japanese companies identified that the lack of endogenous production capacity of suppliers is an obstacle to the link between endogenous suppliers and Japanese multinationals. The third reason that hinders linking is the fact that Mexican suppliers do not produce inputs that Japanese companies need. (Guzman Carrillo and Okabe, 2014).

Finally, it is important to consider that Japanese multinationals consider that there are significant differences between endogenous suppliers and foreign suppliers. While they consider that over 60% of foreign suppliers have good quality, only 12% of endogenous qualified suppliers are positive. Most domestic suppliers started regularly and bad. Regarding time delivery of the requested products or services, over 50% of endogenous suppliers were rated as poor and 30% as a regular (Guzman Carrillo and Okabe, 2014).

For foreign suppliers, none was rated as bad, more than 50% as fair, and 30% were rated as good. Similarly, with regard to sufficient supply, about 90% of endogenous suppliers were rated as fair or poor. While for foreign suppliers, more than 80% was rated fair or good, in relation to the offer. Mexican suppliers receive a better score in relation to costs, where approximately 80% of the companies were rated as good or fair, while foreign suppliers for more than 70% is rated as fair or poor (Guzman Carrillo and Okabe, 2014).

On the side of Japanese multinationals in Mexico, it is worth highlighting the impact that could have on keiretsu technological spillovers to endogenous suppliers. The keiretsu are networks of companies that are interrelated among them. Many of these networks come from before the Second World War. Networks may be of two types, horizontal or vertical. Horizontal networks are between companies from different industries, while the vertical can be up (with distributors or buyers) or down (with suppliers). Businesses take advantage of the keiretsu reductions in risk and uncertainty in their relations with companies belonging to the same keiretsu, mutual assistance, reducing information asymmetries, among others.

Moreover, it may involve over investment costs because it can lead to lower performance and increase information asymmetries between member companies and those outside the keiretsu (McGuire & Dow, 2009). Based on the Survey of Japanese Companies in Western Mexico, Guzman Carrillo and Okabe (2014) identify aspects that might indicate the involvement of multinational Japanese companies to a keiretsu. In a first step, the fact that Japanese companies must import most of the inputs used in their production. Over 80% of Japanese companies manufacturing imports inputs from Japan. To a lesser extent, the United States with 60% of companies importing inputs from this country, taking advantage of the proximity and the elimination of tariff barriers product of the Treaty of the North Atlantic Free Trade Agreement (NAFTA).

The fact that Japanese companies have obtained information for localization in Mexico of other Japanese companies, can give signs that belong to these networks. Trying to agglomerate near other Japanese companies would be within their own production chain. However, it is important to note that Japanese multinationals showed interest in the survey work in the future with Mexican suppliers, 70% of companies surveyed (Guzman Carrillo and Okabe, 2014).

The possible membership of Japanese multinational companies to any keiretsu could have negative implications for technological spillover that is expected to happen between multinational and endogenous companies. Japanese companies likely will prefer to continue working with companies from their keiretsu or companies which already has worked before, since Japanese companies know the quality of their product and way of working. This situation is difficult to endogenous providers being able to establish links with Japanese companies.

This situation would be affected more by the possible dissatisfaction of Japanese multinationals with endogenous suppliers. Domestic suppliers should in turn improve the quality of their products, improve delivery times and increase the supply of their products in order to be more closely linked to multinationals, and power in a medium or long term in activities linked to higher value added and of more technology.

Finally, under the framework of Economic Partnership Agreement, where technical cooperation between Mexico and Japan is highlighted, it is important to find ways to strengthen the effects channel connection between the companies, such as transmission channel of technological spillovers from FDI. Thus, both endogenous suppliers as Japanese multinationals could benefit from technology transfers and human capital. The willingness of Japanese multinationals to link to Mexican suppliers is proof that it can be possible to work in this regard.

FUTURE RESEARCH DIRECTION

CONCLUSION

If a developing country does not have financial institutions that allow saving on traditional sectors to be used in order to finance new areas, then the growth of new industries will be restricted by the ability of companies to get benefits now. Low initial benefits will be obstacle to investment, despite the high long-term benefits that can be obtained (Krugman, Paul.R, Obstfeld, Maurice, Melitz, Marc J, 2012, p.266). Mexico is endowed with many natural resources, land, and labor and comparatively skilled and productive, while Japan has a high capital and technology. Producers and consumers of Mexico and Japan may benefit from bilateral trade in sectors where each country has a comparative advantage, thereby strengthening the economic relationship.

Japan imports 60% of its food consumption, but Mexico's share in total imports of food products from Japan is negligible. Therefore, the potential impact of the elimination of tariffs on agricultural products from Mexico would not constitute any threat to Japanese agriculture. However, it is recognized the need to create a product-by-product analysis to arrive at specific recommendations on the most appropriate measures to ensure preferential treatment for agricultural products that Mexico is already exporting and those with export potential to Japan, modalities to prevent any distortion in the Japanese agricultural sector (Ministry of Economy, 2015).

THE AARMJ would be similar to many other international treaties that Mexico has, however what makes it remarkable is the clear provision of economic cooperation in SMEs. Through bilateral cooperation it could be expected that Mexican companies will develop, especially small and medium that are the foundation of the Mexican economy (Okabe, 2004).

Both countries are net importers of cereals, fodder, oilseeds, dairy products and meat, using third country imports to meet domestic demand. Mexico considers that complementary areas are located in areas such as

tropical products, fruit and vegetables, beef, chicken and pork, fruit juices and other drinks, as well as processed products. There is a need to focus on areas of complementarity and economic potential to achieve a mutually satisfactory trading, as both Japan and Mexico can complement its domestic production of food products through imports of products from its trading partner.

In order to have a continuous flow of goods and investment between Mexico and Japan, both countries should cooperate to improve the business environment and work on several projects for the promotion of trade and investment. Some examples which are exported to Japan are shown in table No. 2 below.

Table 2. Products exported to Japan. Main products that Mexico currently exports to Japan

Crude oils	Aguacate	Salt commonly used	Bluefin tuna in the Atlantic and Pacific
Copper minerals	Silver minerals	Animal casings (except fish)	Bladders (except fish)
Stomachs of animals (other than fish)	Tequila	Stout	Adapters
Transmitters	Photographic plates	Cylinders	Photovoltaic cells

Source: Based on data from Secretaría de Economía (Mayo, 2015)

With the implementation of AAEMJ Japan seeks greater autonomy from the US economy, reorient its trade policy and enhance its industrial policy of encouraging free trade and improve its economy benefits granted by the agreement on investment, exports and imports. Mexico sought, meanwhile, to reduce dependence on the United States, which is its main trading partner, increase participation in the Japanese market, preferential treatment of export products, comparative advantages (González García, 2014). Apart from AAEMJ Mexican imports and exports, it has been affected by changes in tariff measures, trade policy and support for Mexican SMEs.

According to data provided by the Ministry of Economy (Secretaria de Economía) since 2005, year in which enters into force on AAEMJ treaty can be seen, although exports have increased over the benefits of the agreement, imports have increased to a greater extent, so the aim of the agreement is to promote the economic development of Mexican companies to the extent it has been provided.

Imports of Mexican origin belonging to groups 0: Food and live animals and 2: inedible raw materials were the main beneficiaries of the EPA; in 2004, the first year of operation of the Agreement, the import value of the two groups was 52,000 million yen and 32,000 million yen, respectively (22.03% and 12.96% of the value of total imports from Mexico) ; in 2013, it was 89, 000 million yen and 48,000 million yen (20.27% and 11.04% of the value of total imports of Mexican origin). The main advantages of the products of

Mexican origin were recorded in 003 sectors: meat and meat preparations, 011: Fruits and vegetables, 213: Fertilizers and minerals, 215 metal ores and scrap (Secretaría de Economía, 2015).

Japanese exports of both groups had minimal values: in 2004, 127 million yen and 471 million yen; in 2013, 310 million yen and 1,998 million yen. In September 2011, on the occasion of the signing of the Protocol Amending the Agreement for the Strengthening of the Economic Partnership, the participants emphasize Mexican agencies, thanks to the Agreement, Mexico had become: leading supplier of mangoes, avocados, melons, asparagus, beans, sardines and sesame oil; Second provider: frozen orange juice, squash, stout, tuna and pectin; third largest supplier of tomatoes, jojoba oil, broccoli and rambutan: fourth provider: meat (pork, beef, horse), papayas, sea urchins, and squid and cuttlefish (Ramirez Bonilla, 2014).

The EPA has been particularly beneficial for the promotion of Mexican exports with low value added; the modifying agreements were aimed at greater inclusion of Mexican products to the Japanese market and promote FDI and bilateral cooperation of both countries. As mentioned Juan Jose Ramirez (2014), the Mexico-Japan bilateral relationship has been exceeded and to re-nationalize the EPA now must be taken into account regional integration processes where economic and political actors involved from both countries to interact, there with their counterparts.

Without this update AEE any future evaluation will continue calling with "regular, low or stagnant" performance. There are theories related to the inability of Mexican firms to act as agents for suppliers for Japanese companies to create systems that allow to produce supplies of imported for the purpose of increasing the volume of added value of national content and domestic products and exploit a niche constant and necessary for Japanese companies market. It has been speculated that it is the lack of commitment of Mexican businessmen, culture and ingrained habits such as lack of punctuality.

On the other hand it is possible that Mexican companies do not have enough motivation to want to venture into the production of goods for suppliers for Japanese and modify their plants and production methods, so the market has not been exploited as it should. Like the other treaties and free trade agreements as Mexico has celebrated, the AAEMJ has applications that have not yet been exploited by Mexican entrepreneurs; it may be due to lack of motivation, lack thereof, lack of government support or export complicated processes. Furthermore the agreement improved the economic situation of the states where Japanese FDI is concentrated, creating jobs and providing goods and services to families of Japanese businessmen who come to the region.

It has also managed to improve the development of Mexican companies that have decided to enter the Japanese market and provide some of the products that Japan demand. So even though the results have not matched expectations cannot be denied that the AAEMJ is important to achieve development tool Mexican SMEs and should promote their use, as well as that of other FTAs and EPAs that has the benefiting the country and foreign trade.

GLOSSARY

EPA: Economic Partnership Agreement

ALADI: Latin American Integration Association

APPRIs: Arrangements for the Promotion and Reciprocal Protection of Investments

FDI: Foreign Direct Investment

JEL: Journal of Economic Literature

FTA: Free Trade Agreement

NAFTA: North American Free Trade Agreement

WTO: World Trade Organization

OECD: Organization for Economic Cooperation and Development

TLCUE: Free Trade Agreement Mexico-European Union

AMIA: Mexican Association of the Automotive Industry

REFERENCES

Blomström, M., & Kokko, A. (2003) The Economics of Foreign Direct Investment Incentives. *National Bureau of Economic Research.* Working Paper No. 9489. February.

Blomström, M., & Sjöholm, F. (1998) Technological Transfer And Spillovers: Does Local Participation With Multinationals Matter? *National Bureau of Economic Research.* Working Paper No. 6816. November.

Buchanan, J., Heesang Chai, D., & Deakin, S. (2013). Agency theory in practice: a qualitative study of hedge fund activism in japan. Centre for Business Research, University of Cambridge. Working Paper No. 448. CBR, University of Cambridge.

Carkovic, M., & Levine, R. (2002) Capitulo 8, Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth? En Ed. Moran, T.; Graham, E. y Blomström, M. *Does Foreign Direct Investment Promote Development?*Editorial.Peterson Institute for International Economics.

Carrillo Regalado, S. (2016). The impact on trade of the Mexico-Japan. Economic Partnership Agreement (MJEPA). En Lugo Sánchez, M. G., Carrillo Regalado, S., González Bravo, R. y Guzman-Anaya, L. (2016). Economic impact of Economic Partnership Agreement Mexico – Japan – theoretical and empirical aspects – , páginas 17-42. The Institute for Economic Studies. Seijo University. Tokyo 157-8511, Japan.

Carrillo, S., & Okabe, T. (Coord.) (2014) *Relaciones México-Japón en el Contexto del Acuerdo de Asociación Económica*. Universidad de Guadalajara. México.

Cheol-Sung, L.; Nielsen, L. & Alderson, A. (2007) Income Inequality, Global Economy, and the State. *Social Forces* (86). Pp 77–111

Clark, K., T. Fujimoto. 1991. *Product Development Performance: Strategy, Organization and Management in the World Auto Industry*. HBS Press, Boston.

Dahlman, C. (2007). Technology, globalization and international competitiveness: Challenges for developing Countries, Industrial development for the 21st century, Department of economic and social affairs of United Nations.

Dunning, J. (1993). *The Globalization of Business*. London, Routledge.

Falck Reyes, M., & De la Vega Shiota, V. (Noviembre-Diciembre, 2014). La inversión japonesa en México en el marco del Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre Méxicoy Japón. El caso del sector de equipo de transporte. *Comercio Exterior*, volumen 64, número 6.

Fauzel, S.; Seetanah, B. & Sannasee, R. (2015) Productivity Spillovers Of Fdi In The Manufacturing Sector Of Mauritius. Evidence From A Dynamic Framework. *The Journal of Developing Areas*. Vol. 49. No. 2. Spring.

García De León, P. G. (febrero, 2010). México y Japón: comercio bilateral en el marco del Acuerdo de Asociación Económica, *Comercio Exterior*, vol. 60, núm. 2.

Glaeser, E.; Kallal, H.; Scheinkman, J., & Shleifer, A. (1992) Growth in Cities. *Journal of Political Economy.* 100, Pp 1126–53.

González Bravo, R. (2016). Advantages of the Mexico – Japan Economic Partnership Agreement for Mexican manufacturing exports companies located in Jalisco state. En Lugo Sánchez, M. G., Carrillo Regalado, S., González Bravo, R. y Guzman-Anaya, L. (2016). Economic impact of Economic Partnership Agreement Mexico – Japan – theoretical and empirical aspects – , páginas 43-58. The Institute for Economic Studies. Seijo University. Tokyo 157-8511, Japan.

González García, J. (Noviembre-Diciembre, 2014), El Acuerdo de Asociación Económica México-Japón:¿es posible un relanzamiento?*Comercio Exterior*, volumen 64, número 6.

Guzman-Anaya, L. (2016). Japanese Automotive FDI Linkages with Local Suppliers – Evidence from Survey data in Mexico's Western Region –En Lugo Sánchez, M. G., Carrillo Regalado, S., González Bravo, R. y Guzman-Anaya, L. (2016). Economic impact of Economic Partnership Agreement Mexico – Japan – theoretical and empirical aspects – , páginas 59-. The Institute for Economic Studies. Seijo University. Tokyo 157-8511, Japan.

Guzmán, L. (2013) *Are productivity spillovers from Japanese FDI larger than from U.S. FDI ? Inter-industry evidence from Mexico*. Universidad de Guadalajara, México.

Hanson, G. (2001) Should countries promote Foreign Direct Investment?. G24 *Discussion Paper Series.* No. 9 Febrary. United Nations.

Hanson, G., & Harrison, A. (1999) Trade Liberalization and Wage Inequality in Mexico. *Industrial and Labor Relations Review*. Vol (52) No. 2. Pp 271 – 288.

Hu, A.G.Z. & Jefferson, G. H. (2002) FDI Impact and Spillover: Evidence from China's Electronic and Textile Industries. World Economy. Aug2002, Vol. 25 (8), Pp. 1063-1076.

Jacobs, J. (1969) *The Economy of Cities.* New York: Vintage.

Jordaan, J. (2009) *Foreign Direct Investment Agglomeration and Externalities.* Capítulo 3: Agglomeration and FDI Location in Mexican Regions. England: Ashgate.

Kinoshita, Y. (2001) R&D and Technology Spillovers via FDI: Innovation and Absorptive Capacity. Working Paper 349a. Abril, 2001. CERGE-EI, WDI, University of Michigan and CEPR. Recuperado de: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.200.1078&rep=rep1&type=pdf

Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J, (2012) *Economía Internacional*, Pearson Educación, Madrid 2012, p. 266.

Lieberman, M. B., & Dhawan, R. (2005). Assessing the Resource Base of Japanese and U.S. Auto Producers: A Stochastic Frontier Production Function Approach. Management Science. Vol. 51, No. 7, July 2005, pp. 1060–1075 Doi 10.1287/mnsc.1050.0416

Lugo Sánchez, M. G. (2016). Economic Partnership Agreement Mexico - Japan: Analysis of Trade Creation and Trade Diversion 1999-2013. En Lugo Sánchez, M. G., Carrillo Regalado, S., González Bravo, R. y Guzman-Anaya, L. (2016). Economic impact of Economic Partnership Agreement Mexico – Japan – theoretical and empirical aspects – Páginas 1-16. The Institute for Economic Studies. Seijo University. Tokyo 157-8511, Japan.

Manger, M. S. (2005) Competition and bilateralism in trade policy: the case of Japan's free trade agreements. Review of international political economy, 12 (5). pp. 804-828.

McGuire, J., & Dow, S. (2009) Japanese keiretsu: Past, present, future. *Asia Pacific Journal of Management*. Junio, 2009. Vol 26, (2). Pp. 333–351. DOI: 10.1007/s10490-008-9104-5

Marin, A., & Bell, M. (2006) Technology spillovers from Foreign Direct Investment (FDI): the active role of MNC subsidiaries in Argentina in the 1990s. *Journal of Development Studies*. Mayo 2006, Vol. 42 (4), p678-697

Marshall, A. (1890) *Principios de Economía*. McMillan and Co. lImited St Martin´s street. Londres, Ingletarra.

Meyer, K., & Sinani, E. (2009) When and Where Does Direct Investment Generate Positive Spillovers? A Meta- Analysis. *Journal of International Business Studies*, Vol. 40, No. 7 (Sep., 2009). Pp. 1075-1094 doi: 10 . 10 57/jibs.20081. I I

Nobeoka, K., M. A. Cusumano. 1997. Multiproject Strategy and Sales Growth: The Benefits of Rapid Design Transfer in New Product Development. *Strategic Management Journal* 18 169-186.

Ojo, M. (2013). Why the traditional principal agent theory may no longer apply to concentrated ownership systems and structures. MPRA Paper No. 50832, posted 21. October 2013 05:47 UTC. Covenant University. 20. October 2013. Online at http://mpra.ub.uni-muenchen.de/50832/

Okabe, T., (Septiembre-Diciembre, 2004), Sinopsis del acuerdo de asociación económica entre México y Japón, *México y la Cuenca del Pacífico*, Vol. 7, Núm 23

Peng,M, (2010). *Estrategia global*. Chapter11: Governing the corporation around the world. 2nd Edition. CENAGE Learning.

Peng, M. W. (2005). From China strategy to global strategy. Asia Pacific Journal of Management, 22: 123-141.

Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Porter, M. E, (1990) The competitive advantage of Nations, *Frer Press*, New York, 1990.

Pritish, K., & Sakiru, A. (2013) Foreign Shareholding and Productivity Spillover: A Firm-Level Analysis of Indian Manufacturing. *IUP Journal of Applied Economics*. Abril 2013, Vol. 12 (2). Pp.7-24

Promexico (s.f.) México y sus tratados de libre comercio. Recuperado el 13 de mayo de 2015, de http://www.promexico.gob.mx/comercio/mexico-y-sus-tratados-de-libre-comercio-con-otros-paises.html

Ramírez Bonilla, J. J. (Noviembre-Diciembre, 2014), La relación comercial México-Japón, diez años después de la firma del Acuerdo para el Fortalecimiento de Asociación Económica. *Comercio Exterior*, volumen 64, número 6

Secretaría de Economía (2015). Consulta en línea: Abril 2015, http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlcacuerdos/asia-pacifico.

Secretaría de Economía de México. (2002) Grupo de Estudio México-Japón sobre el Fortalecimiento de las Relaciones Económicas Bilaterales, Informe Final. Recuperado el 14 de mayo de 2015 de http://www.economia.gob.mx/files/japon_completo.pdf

Sutton, M. (2005). Japanese Trade Policy and 'Economic Partnership Agreements':A New Conventional Wisdom *Ritsumeikan Annual Review of International Studies,* 2005. ISSN 1347-8214. Vol.4, pp. 113-135

UNCTAD (2010) Informe sobre las Inversiones en el Mundo 2010. Panorama General, Invertir en una economía de bajo carbono. *United Nations Publication* New York & Geneva: Disponible en: http://unctad.org/es/Docs/wir2010overview_sp.pdf

UNCTAD (2014) Foreign direct investment shows uneven growth in Latin America and the Caribbean, says UNCTAD Report. Informe de prensa. *United Nations Publication* New York & Geneva: United Nations Publication. Recuperado de: http://unctad.org/en/pages/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=187.

Vargas-Hernandez, J. G., Guerra García, E., Bojórquez Gutiérrez, A., & Bojórquez Gutierrez., F. (2014) *Gestión Estratégica de Organizaciones*. Argentina, Ediciones Insumisos Latinoamericanos.

Xu, D. & Meyer, K. (2012) Linking Theory and Context: "Strategy Research in Emerging Economies. After Wright Et Al. (2005) *Journal of Management Studies*. Febrero, 2012.

KEY TERMS AND DEFINITIONS

Capital formation: The increase in fixed assets, inventories of materials, supplies, finished products and goods during a given period in industries and power producers, which together account for stocks calls.

Economic development: The ability to produce and obtain wealth, both at the level of personal development as applied to countries or regions, linked to livelihood and economic expansion so as to ensure the welfare, prosperity is maintained and meets the personal or social needs and thereby human dignity.

Foreign direct investment: Bets performing companies that want to internationalize by expanding the market for their products or services outside their national territory.

Japan: Insular country located in East Asia between the Pacific Ocean and the Sea of Japan.

Mexico: Mexico, officially United Mexican States, is a country that belongs to the American continent. It is located in the southern part of North America and is made then by 32 states to hold congress and own constitution.

Spillovers: are the overflows, economies of scale or synergies generated as externalities in terms of benefits, services, opportunities, etc. that favor local economies, district or cluster formed by companies

Strategy: is a managerial and entrepreneurial activity that aligns internal resources of firms to promote change in a complex and uncertain business and organizational environment to obtain advantages and benefits.

LA INFLUENCIA EN CONTEXTO. LAS GESTACIONES IDEOLÓGICAS INTERNACIONALES EN EL ESCENARIO COLOMBIANO (1920-1930)

Juan David Durán Silva[99]

INTRODUCCIÓN

La participación política en la primera mitad del siglo XX en Colombia, como en su historia desde la independencia, siempre estuvo orientada por el accionar de los dos partidos tradicionales, únicos posibles a la hora de llegar al poder público y característicos por sus posicionamientos en la definición de guiar al país por el sendero de la modernidad y la secularización, o de mantener el tradicionalismo y el pastoreo espiritual como forma de gobierno. Disyuntiva en la cual giró el que-hacer político por tiempo considerable. Sin embargo, ese escenario político se vio interrumpido por el desarrollo de nuevas ideas plasmadas en la gran fuerza de participación dentro del escenario nacional por partidos y movimientos políticos, sindicales y estudiantiles, cargados con un aire proveniente del acontecer europeo como manifestaciones de desacuerdo ante el statu quo prolongado que por ese entonces respiró el país y el contexto internacional.

Manifestaciones, por un lado, de corte socialista que fueron y serán, en gran medida, recordadas en los anales de nuestra historia gracias a María Cano, a las organizaciones obreras, al Partido Socialista Revolucionario (PSR) y la Confederación de Trabajadores de Colombia (CTC). Fue un experimento en el cual Colombia expandió su tablero político con el acceso de nuevas figuras nunca antes vistas dentro de una lucha bilateral por el poder. Esta nueva corriente ideológica gestada previamente en 1917, y definida con peso y cuerpo gracias a la revolución bolchevique, tuvo asiento dentro del pensamiento liberal colombiano y por ende en su partido, a tal punto, que entre las seis categorías que nos menciona Alfonso López Pumarejo de la diversidad liberal, encontramos su reconocimiento y clasificación (Vallejo citado por Braun, 1987, p. 23). Un ejemplo de la conectividad entre el comunismo y el partido liberal fue Gabriel Turbay,

[99] Universidad de San Buenaventura
duransilvaj@gmail.com

político "enamorado […] de los ideales de la revolución rusa" (Braun, 2013) y que más tarde daría salto fiel hacia el liberalismo. Por otro lado, durante la misma época, la consolidación del fascismo al interior del directorio conservador no sólo consiguió protagonismo sino que fue para algunos la posible alternativa por transformar "el viejo programa conservador [y] la oratoria política" (Pérez, 2000), prueba existente que al partido de las costumbres, de lo consuetudinario, le requería la necesidad de una pronta oxigenación. Esa posición ultraconservadora fue izada por los Leopardos, facción puesta en marcha por un grupo de jóvenes cansados de la continuidad en el poder de grandes magnates y figuras representativas del conservatismo e inspirados en las formas de gobierno encabezadas por Mussolini y Hitler en Italia y Alemania respectivamente.

Con la inscripción del comunismo y del totalitarismo al ámbito político cotidiano, vistos éstos como vertientes cada uno de los pensamientos imperantes de la política nacional, el papel de la Iglesia en Colombia repercutió una vez más en las decisiones propias del poder público. El asunto nacional y sus parámetros no pudieron ser ajenos a la opinión y sugerencia de la directriz eclesiástica gracias a su enarbolado papel de cimiento en la construcción y formación del Estado; Iglesia que fue eje de concertación, promoción y motor propulsora del movimiento y rumbo estatal. Aquel profundo arraigo hacia lo espiritual configuró la disputa política por mucho tiempo; un tema candente suscitador de grandes conflictos que dividió el accionar político bajo el amparo de su intervención.

Las décadas de 1920, 1930 y 1940 asimismo, son temporalidades de suma relevancia tomadas en cuenta por la finalización hegemónica del conservatismo y la transición del poder al liberalismo durante los dieciséis años siguientes. Tiempos que permiten entender la inscripción del acontecer público bajo la lógica de la "Convivencia" y la discusión y debate entre "Nuevos" y "Centenaristas", generaciones ambas en disposición a ejercer la política de manera pacífica ajena a todo ejercicio de violencia directa. Los "Nuevos", aquellos políticos jóvenes ansiosos por darle cambio al rumbo de la nación, "creían unánimemente que lograrían la primera transferencia política y duradera del poder en la historia del país" (Braun, 2013, p. 23). "Nuevos" inscritos en ambas filas y bastiones de los partidos; liberales como conservadores cansados de las guerras civiles, "cosas del pasado" (Braun, 2013, p. 24). Tiempo de "Convivencia" que recibió las nuevas tendencias y ramificaciones desprendidas de las ideologías imperantes, intermedio temporal en el que la política tuvo su más rotundo éxito como disputa vislumbrada en la paz y engranada con ideales posibilitadores para mantener de forma duradera un clima sosegado.

Ese notorio clima fue más perceptible en las campañas electorales, campañas las cuales se libraron "tan apasionadamente como las guerras, […] menos costosas y menos convulsivas" (Braun, 2013, p. 24) no obstante sin que el sentimiento partidista en la mayoría poblacional no tuviese mayor afinidad por la ideología, sino por "el juego de la vida y la supervivencia" (Ibíd., 2013, p. 24). Contiendas electorales determinantes a la hora del ascenso al poder político de uno u otro partido tradicional vinculadas a la constante posición e intervención del imaginario religioso y

materializadas no sólo en los discursos, sino de igual manera en la prensa como escenario y dispositivo fraguador de lucha. El asunto religioso que por tantos años bordeó y moldeó la acción política nacional aunque no violenta de manera física, si lo fue de forma indirecta por medio del discurso. Atravesó la cultura del país con la acuciante condena del adversario, del otro, en rededor a la moral teológica del catolicismo; un reconocimiento excluyente entre la misma población incluso cuando se diferenciaba ésta más allá del color azul o rojo, con el horario de asistencia a las reuniones eucarísticas y celebraciones sagradas.

MARCO TEÓRICO

El centro de esta investigación gira entorno a un hecho histórico. Un hecho característico de la vida nacional circundando aspectos sociales, culturales y políticos. Con la materialización de las ideologías del contexto acuñadas al interior del escenario colombiano, la búsqueda por transformar un *statu quo* se hizo evidente. Manifestaciones internacionales cuyo mensaje emitido fue el surgimiento y consolidación de ideas diferentes a las ya asentadas por tanto tiempo como formas de hacer y dirigir la política. La recepción del mensaje que expresó la primera mitad del siglo XX fue la apertura al escenario político de los Estados y la heterogeneidad de las formas de pensamiento plasmadas en los diversos sectores de la sociedad; sectores que buscaron satisfacer sus intereses o darle solución a sus necesidades. Esto sin contar con la determinación clerical de la Iglesia predominante en Colombia, su participación e intervención a la hora de definir el cauce político, de orientar la cotidianidad poblacional y sus componentes.

Es por ello que a partir del uso del macromolde hermenéutico se puede inferir lo anteriormente expuesto. Como lo expresa Losada y Casas, desde la definición de lo que significa hermenéutica, este macromolde "en cuanto tiende a centrar la atención en la descripción de casos específicos, examinados en profundidad" (2008, p. 52) está encaminado a interpretar lo sucedido. Es "llegar a una *comprensión* profunda de los fenómenos" (Losada & Casas, 2008, p. 53) que ocurren en los contextos dados y así "comprender el significado de las acciones desde el punto de vista" (Ibíd., 2008, p. 53) para este caso, de quien lleva a cabo la investigación. En función de ir definiendo cada vez más la temática, el macromolde aplicado ha dotado y ofrecido a la investigación ciertos enfoques que van privilegiando el transcurso y ejercicio investigativo. Con el enfoque histórico sociológico se puede argüir la proporción "entre política y sociedad" (Losada & Casas, 2008, p. 147), como sus procesos, al punto de otorgar claridad a la interpretación gracias a la examinación de hechos históricos donde la historia se considera "como maestra de la vida, es decir, se cree que el análisis cuidadoso de los hechos vividos por las diversas colectividades sociales a lo largo de su existencia permite descubrir la razón de ser de sus respectivos triunfos y fracasos"(Ibíd., p. 151)
Dentro del macromolde hermenéutico y su enfoque histórico sociológico, puede inferirse el poder pastoral planteado por Foucault como teoría que busca interpretar y comprender la funcionalidad del Estado moderno a partir de la inserción de dinámicas de poder establecida y originaria de instituciones cristianas en su ejercicio. El pastorado religioso propio de las Iglesias protestantes y la Contrarreforma Católica a finales del siglo XV e inicios del siglo XVI se dotó de "control [y] autoridad de la vida espiritual de los individuos mucho más grande que en el pasado" (Foucault,

2006, p. 266), al punto de guiar casi en su totalidad las formas de conducta de los hombres. Foucault resalta que esa guía espiritual a manos de un pastor comienza a adquirir forma en el plano público en el siglo XVI desde la asignación de tareas al gobernante similares a las del pastorado, en cuanto es el encargado de dar dirección a esa conducta. Se entiende que en ese punto el rey o gobernante, "quien gobierna al pueblo de una sola ciudad y una sola provincia, […] lo hace con vistas al bien común" (Foucault, 2006, p. 271) y recibe la analogía de ser la representación de Dios sobre la Tierra.

Ese bien común, finalidad a la hora de gobernar, aguarda un resultado en especial: procurar que en función de dirigir una buena conducta y lograr en la comunidad el bien totalizador, pueda así mismo procurarle a esa comunidad una "beatitud celestial" (Foucault, 2006, p. 272) . El rey o gobernante es quien tiene la obligación en sus decisiones de posibilitar la salvación de los individuos. Esto se traduce de igual forma en la funcionalidad propia de un padre de familia con respecto a los suyos. Entonces, el rey, cuyo rol es semejante al del pastor y padre de familia, está dotado de soberanía para impartir un orden, en el caso, político desde una práctica religiosa.

El premio espiritual no está encadenado a la reproducción continua de satisfacer necesidades materiales, basta con obrar bien para gozar de un lugar celestial. Esa identificación del pastorado de las almas en el arte de gobernar estaba estipulada por "una naturaleza poblada de prodigios, maravillas y signos" (Foucault, 2006, p. 274) carentes de *ratio* y más aún, *ratio gubernatoria.*

Sin embargo, esta forma de gobierno torna su desaparición en los años 1580 a 1650. El soberano o rey no debe limitarse "a prolongar en la Tierra una soberanía divina que en cierto modo influye sobre el continuo de la naturaleza" (Foucault, 2006, p. 275). Él obtiene una tarea específica, una tarea más allá de ejercer su soberanía, en la que ocuparse de algo específico fundamenta la gobernabilidad y el proceso de gobernar sujeta a la *ratio status* y su fundamentación: "el Estado es una firme dominación sobre los pueblos" en donde la razón juega un papel fundamental. Ya no el mundo parte de esos signos y prodigios sino que se constituye a partir de una práctica y funcionalidades específicas.

Ello puede aplicarse a la relación entre política y religión al caso colombiano en los años 30 del siglo XX. La iglesia, como actor orientador, pretende mantener esa pastoral en el poder político que trasciende las necesidades y funciones del Estado moderno tratando de otorgar a sus feligreses una garantía de goce celestial. Una evangelización como canal de comunicación para formalizar en la sociedad una conducta determinada, la conducta esperada. Con ello, la Iglesia no del todo logró desligarse de la política aun cuando la bifurcación entre estos dos poderes (el religioso y político) se dio siglos atrás.

La acción de gobernar a través del pastorado difiere en su totalidad con la razón de gobernar en la actualidad. El proceso de imbricación entre religión y política ya nada los une. Aun así, la Iglesia

y sus determinantes en la primera mitad del siglo XX no comprendió esa ruptura. A Dios lo que es de Dios y al César lo que es del César. Más ello fue lejano de la realidad colombiana en la época en estudio: simplificar la política y su ejercicio a partir del imaginario religioso mostró el difícil logro por separar del todo esa dualidad prestablecida, lucha que mantuvo la Iglesia por continuar adyacente a la hora del quehacer político y la resistencia de la sociedad por lograr comprender que esa gobernabilidad no hace parte de su composición.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

En esta investigación la metodología a plantear se define desde el inicio del método cualitativo, método que resalta el "paradigma humanista" (Cárcamo, 2005) y su énfasis hacia lo hermenéutico bajo "la interpretación de los fenómenos particulares que acontecen en un contexto de tiempo y espacio definidos" (Ibíd., 2005). Esta relación entre el macromolde hermenéutico y el método cualitativo orienta la información recopilada hacia una flexibilidad: "hace de la investigación un proceso interactivo continuo, marcado por el desarrollo de la [misma]" (Cárcamo, 2005). Para indagar sobre un contexto pretérito, es necesario recurrir a fuentes primarias y secundarias. Fuentes como artículos periodísticos, libros, artículos científicos, documentos oficiales, tesis, documentales y videocintas son herramientas que permiten la construcción de esta investigación y su desarrollo.

RESULTADOS

SOBRE LA CUESTIÓN ELECTORAL

La cuestión electoral fue espacio y temporalidad de articulación entre los partidos políticos y la sociedad colombiana dentro de la primera mitad del siglo XX, abriendo las puertas al vínculo entre ambos actores y la necesidad de izar en el poder alguna de las banderas partidistas como garantía de la supervivencia sectaria en juego. "El partido que obtenía la presidencia en Bogotá consolidaba la situación de sus seguidores en todo el país, ya que para estos resultaba fácil reconocer el acceso al poder de su partido como el momento de obtener el suyo propio" (Braun, 2013, p. 24-25). Una muestra de la configuración política y su cultura por aquel entonces en relevancia del papel clientelar y la expansión de sus redes por todo el escenario nacional. Articulación que dotó de fuerza y vigor la centralización del poder político y la dependencia de las provincias en cuanto al viento y curso que tomaba la capital.

La representatividad de la capital colombiana tuvo gran magnitud. Los partidos políticos con residencia principal en la ciudad lograron resonar en la distancia provincial de la nación, al punto que "incorporaban regiones enteras […] atrayendo a su seno a colombianos de todas las condiciones" (Braun, 2013, p. 24), con la expectativa de obtener de sus partidarios la fuerza y legitimidad para llegar al poder. Sin embargo, esa sociedad en general necesitó alineación y cohesión entre ella y la política. En los reportes que hicieron diplomáticos ingleses a su gobierno durante los inicios del siglo XX y expuestos por Palacios (2002), se retrató la necesidad de la

población por buscar una orientación y guía de un factor exógeno, una preferencia hacia algo superior que la aconsejase de forma competente para juzgar que convenía a sus intereses. Un orden público "constituido por un *ethos precapitalista*" (Braun, 2013) basado en la moral y en la visualización de personajes públicos como hombres que guiarían al pueblo, hombres capacitados para organizar a la sociedad e impartir orden y estabilidad a los deberes que, dependiendo de su status las clases sociales, debían acatar. Orientación moral social, desde luego, también depositada en manos de la Iglesia vigilante y promotora; conductora y moldeadora indirectamente en la discusión política a partir del posicionamiento doctrinal religioso en los temas y agendas partidistas.

La segunda y tercera década

La historia de 1920 adjudicó la llegada de nuevas generaciones a la vida política, generaciones jóvenes que "lo hicieron, esencialmente, a través del periodismo" (Arias, 2013, p112). Identificados con el rótulo de "Nuevos" y ansiosos por invadir la política con sus ideas y acciones, estos "Nuevos" fueron "liberales y conservadores que se enorgullecían de su capacidad para discutir calmosa y racionalmente cuestiones en torno a las cuales habían ido a la guerra las generaciones anteriores" (Braun, 2013, p. 29); intelectuales en ascenso que fueron molestia para los "Centenaristas" por querer "saltarse las etapas" (Arias, 2013, p. 115) precozmente. Sin importar la edad y la experiencia política de quienes formaron parte de la actividad nacional en el poder y sus procesos, la Iglesia logró inmiscuirse dentro de sus temas de discusión y debates para definir el cauce político con su intervención.

El ámbito social nacional a comienzos del siglo XX estuvo enmarcado bajo unas lógicas definitivas que afectaron todo el continente latinoamericano. La llegada tardía del capitalismo a las esferas económicas de los países años anteriores segmentó con mayor ímpetu la brecha social entre ricos y pobres en respuesta a la prioridad de aumentar la producción, reducir los costos e insertar los mercados de la región a la economía global naciente por medio del desarrollo industrial. Esa introducción económica involucró la acentuación de la modernidad al territorio colombiano. Las nuevas gestas de producción también estuvieron a la par con el liberalismo y su doctrina, algo que implicó una amenaza directa para quienes no apoyaban las transformaciones que el mundo fraguó en su momento; lo que aquella época demandó. Aunque la modernidad en América Latina fue pausada, su llegada trajo consigo los movimientos sindicales e ideas comunistas, las exigencias de trabajadores y la esperanza de hacer frente a la desigualdad. Ambos frentes significaron un peligro inminente a la Iglesia y su estabilidad en Colombia que por mucho tiempo logró homogenizar y mantener el control de las mayorías poblacionales; pocos fueron disidentes al pensamiento doctrinal y religioso impartido. Ante esa "cuestión social" (Arias, 2013, p. 157) la Iglesia y su doctrina fueron legibles "por el afán de la Iglesia de contrarrestar los excesos del capitalismo y, sobre todo, el influjo del comunismo en los sectores populares" (Ibíd., 2103, p. 164), momento que daría apertura a la recristianización de la sociedad en favor de la actividad eclesiástica y su evangelización.

Es ahí donde surgió la necesidad de la Iglesia por continuar su incidencia de forma indirecta en el manejo de los hilos del poder. La amenaza de la modernidad acuñaba consigo el avance parcial del capitalismo y comunismo liados a su estrecho vínculo con la secularización, la emancipación, la razón y la libertad amparadas en el antropocentrismo, pregón del partido liberal, y contrarios a la doctrina religiosa, pues "para los liberales no se trataba de promover la revolución social sino de ajustar las instituciones a las exigencias, desencuentros y alteraciones que traía la modernidad" (Palacios, 2002, p. 174). Por su parte, "la reacción católica […] en Colombia… [fue] determinante en la movilización conservadora" (Pécaut, 2012, p. 296); fue lo que constituyó la base del conservatismo confiriendo "su doble carácter, religioso y político" (Ibíd., 2015, p.296), no sin antes advertir la participación de muchos liberales a los llamados y deberes religiosos y manteniendo estrechas relaciones con la Iglesia cuando ascendieron al poder.

El fracaso del comunismo colombiano en la época se dio gracias al profundo arraigo católico en la sociedad; un golpe certero del clero con la evangelización y sus pregones en contra de la "pedagogía sin Dios" (Perea, 2009) y las discrepancias entre éste y el liberalismo, contrario al trato entre el conservatismo y el fascismo expuesto por "los leopardos". La Iglesia comprendió que ante esas adversidades modernizantes, estaba ante el momento posible para hacerle barricada a las necesidades básicas materiales y fundamentar una vez más en las clases populares y medias el rol espiritual como composición vital de la sociedad. Según Arias (2013):

> El episcopado fomentó numerosas instituciones populares, destinadas a aliviar la vida material de los sectores más pobres, entre las que se destacaban cajas de ahorros, círculos de obreros, cooperativas de agricultura, bibliotecas, escuelas de artes y oficios, bancos agrícolas, etc. Al mismo tiempo, apoyaba la creación de diversas asociaciones católicas, orientadas a velar por la "buena moral".

Dentro de esas asociaciones católicas y movimientos frentes a la expansión de la modernidad en el país, "Los leopardos" encontraron lugar legítimo para desarrollarse e instaurarse un lugar en el escenario político. Con un vínculo filial entre lo político y lo religioso, más una distribución del poder confusa y desdibujada sin una línea divisoria, el proyecto fascista colombiano a cargo de "los leopardos" fue posible e importante y un tanto llamativo y resonante con el empleo de la oratoria, su fisionomía, su composición intelectual y una fuerte herencia tradicionalista y católica. Todo lo anterior, producto de la necesidad por renovar las ideas conservadoras imperantes que originó crisis internas del partido conservador en la época a un estilo único. Haber cobrado fuerza y aceptación en la Iglesia dio paso a un posible freno del poder senil oligárquico que hacinaba y asfixiaba al pensamiento conservador colombiano. La lucha que se dio entre Laureano Gómez y estos jóvenes felinos representó "un caso extraño en los partidos colombianos" (Agudelo, 2010), porque la fragmentación ideológica no generó "la sucesión de victorias del Partido Liberal durante los treinta" (Ibíd., 2010). En otras palabras, una división ideológica producto de las diferencias entre fascistas y civilistas conservadores que no benefició al adversario político en ese entonces, al único oponente en el tablero político.

En 1928 la Iglesia católica viró significativamente afectando las elecciones presidenciales que se realizarían en el año de 1930. La proclamación del nuevo arzobispo, Ismael Perdomo, traía de por sí cambios significativos posibles al entendimiento y conectividad entre la Iglesia y el partido Conservador. Distante a la imponente participación de su antecesor Herrera Restrepo en las decisiones partidistas, el objetivo del arzobispo Ismael Perdomo fue buscar "erradicar la política de la Iglesia", pero sin poder lograrlo dado al apoyo eclesiástico que se estipuló en 1926 con referencia al general Vásquez Cobo como el candidato oficial conservador para 1930. Siguiendo las decisiones ya preestablecidas, en 1929 el arzobispo tomó su decisión a favor del general Vásquez Cobo como se acordó. "Algunos clérigos, influenciados por el pánico anticomunista que había propalado Rengifo, consideraban a Vásquez el mejor candidato para detener la subversión" (Abel, 1987, p. 180). Sin embargo el partido conservador ya contaba con un nuevo candidato para el venidero periodo presidencial, Guillermo Valencia, político payanés sugerido por Miguel Abadía Méndez, entonces presidente electo de la nación. Esa doble candidatura oficial entre Vásquez y Valencia produjo "un rompimiento entre el grupo mayoritario del congreso y el Primado" (Abel, 1987, p. 180), motor de confusión y caos en los feligreses políticos a la hora de acudir a las urnas y apertura de confrontaciones ambiguas entre distintos sectores de la Iglesia. El conflicto entre el partido Conservador y la Iglesia significó el ascenso al poder del partido liberal y el fin de una hegemonía conservadora longeva. La disputa entre los representantes del poder político y el poder religioso en 1929 no sólo sobrellevó al fracaso político y la tensión, más bien fue muestra de la desdibujada línea separadora entre lo terrenal y lo divino. Una muestra clara en que el soporte y proyecto conservador necesitó de la evangelización y ayuda eclesiástica para tener éxito. Esa confusión y conflicto entre los poderes dio muestra de una sociedad supeditada a las recomendaciones religiosas frente a un campo ajeno, el arte de gobernar político. Los liberales, beneficiados por la situación, usaron la prensa como medio para desequilibrar aún más la separación religioso-política; "sacaban ventaja a los problemas de la Iglesia y evitaban tomar iniciativas que pudieran unir ésta o el partido conservador. De hecho, los liberales trataron de ahondar los problemas de la Iglesia" (Abel, 1987 p. 191).

Para cuando se resquebrajó la unión ya no inexpugnable entre la religión y el conservatismo en 1929, los liberales sintieron los vientos de cambio a su favor y decidieron prepararse para ganar en las urnas la presidencia. Habían estado fuera por más de cuarenta años y sabían de la segura posibilidad para retornar al poder. Enrique Olaya Herrera y su coalición denominada "Concentración Nacional" ganaron las elecciones de 1930 dando inicio a dieciséis años sin interrupciones de gobiernos liberales. "Teniendo cuidado de no contrariar a la Iglesia […] Olaya creía que podía mantener buenas relaciones […] si resistía las presiones liberales" (Abel, 1987, p. 182). Esa posición conciliadora de Olaya para con la Iglesia demostró aun de manera fuerte el poder eclesiástico en el ordenamiento político y la educación moral social, con un Nuncio dispuesto a entablar buenas relaciones entre éste y el gobierno de turno. Continuidad de lo que en 1929 se vislumbró: La iglesia, queriendo demostrarse ajena al poder político y sus maniobras, tuvo incidencia en la política nacional gracias a los partidos, "y ella no lo desprecio" (Uran, s.f).

Dentro de la década de 1930 la imperancia religiosa no tuvo modificación alguna. No estar en el poder político el partido Conservador, no implicó su reducción participativa en los asuntos nacionales diferentes al tema religioso. Con abstención para presentarse el Partido Conservador a las elecciones de 1934, la continuidad del liberalismo recayó en Alfonso López Pumarejo y su victoria. Este periodo contuvo una nueva reorganización por parte de la Iglesia con la famosa "Acción Social Católica" y su dinámica para contrarrestar el resurgimiento anticlerical, de la mano por tratar de revocar una reforma al preámbulo constitucional dispuesta a declarar al estado colombiano como secular y alejar a la nación del amparo divino. Todo ello engendró grandes debates y choques que pusieron en el escenario la prolongada discusión religiosa en los asuntos políticos. El arraigo católico en la sociedad condujo a ver en la modernidad expuesta por López como una amenaza a los valores y principios dadores de forma a la moral colombiana; amenaza propia para volver a estrechar lazos entre el partido Conservador y el Nuncio católico donde el ultraconservatismo empezó a proliferar.

Algunos sectores de la Iglesia en conexión constante con las congregaciones hermanas en España estuvieron al tanto de las noticias que acontecieron en Europa por la época. Distantes del régimen nacional socialista alemán, parte de la Iglesia colombiana inclinó su balanza en favor del fascismo italiano que "había logrado estrechar sus lazos diplomáticos con la Santa Sede" (Ruiz, 2004, p. 94). El acuerdo exitoso entre el fascismo italiano con Benito Mussolini a la cabeza y la Santa Sede al mando de Pio XI en 1929, "los acuerdos de Letrán", fueron ejemplo para la Iglesia colombiana de ver en el fascismo y el corporativismo italianos "una garantía para perpetuar el poder y las prebendas de la Iglesia en Colombia" (Ruiz, 2004, p. 95) y para mitigar esos daños colaterales que infringió la cuestión social producto del capitalismo y el comunismo resonantes en la década de los treinta. Esta forma de gobierno no contratacaba los principios eclesiásticos; muy por el contrario, les mantenía y respetaba su ejercicio para la restauración del orden social diseminado por los renuevos político-económicos en el país fruto de la modernidad.

Los brotes fascistas comenzaron a articularse en los territorios en 1935 con la tutela de la defensa católica, caso de la fundación del "Centro de Acción Conservadora que proclam(ó): "nosotros somos católicos, conservadores nacionalistas y reaccionarios" (Pécaut, 2013, p. 295). La conceptualización del fascismo para el caso colombiano anduvo por "el radicalismo de las clases medias y la revuelta contra la modernización" (Agudelo, 2010), donde su posición estuvo en el soporte por lograr la creación de un Estado nacionalista autoritario, con una disposición al uso de la violencia en "la movilización de las masas y la militarización de las mismas" (Ibíd., 2010). Una primera identificación ideológica distinta en comparación con el pensamiento conservador, de forma superficial, lo cual produjo una alteración al orden del partido tradicional sin afectar el cauce dentro del mismo. Para 1938 "aumentaron los sindicatos sindicales y las cooperativas locales, las cruzadas a la Virgen, los grupos de devoción y cursos por correspondencia" (Abel, 1987, p. 185); militancia religioso-conservadora propagada y aumentada de manera considerable capaz de ser contrarrevolución para las aspiraciones liberales del momento. La izquierda liberal hizo pronunciamientos ante ese despliegue social católico catalogándolo como un "instrumento capitalista de explotación, arma de la "Internacional Católica" y del "latifundismo fascista" (Ibíd.,

1987, p. 185); continuos enfrentamientos resonados con ímpetu incluso en los años de 1940- 1946. Discursos de condena fundamentados por el imaginario religioso, "de un espíritu de partido único y por entero distinto del espíritu del contrario" (Perea, 2009, p. 20).

Perea (2009) en su análisis frente a la época, hace seguimiento de las denuncias y sus componentes ante la amenaza que representaba el adversario y su proyecto político. Ataques discursivos por parte de los conservadores a los liberales representados en la críticas condensadas bajo los rótulos de "comunismo", "masonería" y "pedagogía sin Dios" todas en identificación de la "destrucción de la catolicidad, fuente viva y tutelar de la nacionalidad" (Perea, 2009, p. 32). Contrario a los conservadores, lo liberales emplearon una serie de críticas plasmadas en la "crisis económica" y la "revolución social" producto ambas del anacronismo conservador y sabotaje del mismo para no permitir continuidad a los avances de la modernidad en Colombia alterando el orden y la estabilidad social. Esa propagación violenta de manera cultural por medio del discurso y la prensa profundizaron el eje religioso como punto cardinal sobre el cual debía reposar la agenda nacional, una confrontación distintiva para entender bajo qué modalidades se comprendía al otro, al contrario; los liberales, ateos y masones mientras que los conservadores, devotos fieles. Esa caracterización ligó el incremento de la pasión enarbolada por ver en cada uno de los partidos la solución perfecta en sí para las cuestiones políticas. Una pasión que poco a poco fue avivando el "espíritu del partido[…] que sirvió para inscribir a cada colombiano en el color de uno u otro partido político (Perea, 2009, p. 20) mientras la Iglesia, una vez más, con su discurso y accionamiento, no distó de participar en el escenario político, pues bien, las relaciones sociales reprodujeron su legado y acudieron a su inherencia en la composición social.

CONCLUSIONES

¿Cómo influyó la iglesia católica en la configuración y desarrollo de estas ideas (comunismo y totalitarismo) en la política colombiana? ¿Cuál fue su acción y reacción ante estas ideas recién introducidas al país?

De acuerdo al análisis planteado, la composición religiosa fuertemente arraigada en la sociedad civil colombiana durante las décadas veinte y treinta de la primera mitad del siglo XX permitió una notoria y legítima influencia de la Iglesia para la configuración y determinación política de la nación. Influencia que además de sugerir el cauce político entre los dos partidos tradicionales y afianzada de manera constitutiva con el conservatismo y su partido, se caracterizó por lograr darle freno a la llegada y los avances de la modernidad. Modernidad que iba en contraposición a la concepción moral y espiritual, donde la orientación y el orden partían de la razón y lógica anuladoras de los temas sagrados y religiosos. El comunismo en Colombia no logró tener éxito por aquel entonces gracias a la ardua tarea eclesiástica en fomentar todo tipo de organizaciones y movimientos de acción social, en objetar todo posible brote de este tipo decretado como daño y corrosión para el sistema y la sociedad; y que con el abstencionismo del partido liberal ante su

promoción y amparo, el proyecto comunista careció de participación visible en el tablero político. En cambio, fue diatriba el comunismo para enarbolar la condena al adversario Partido Liberal por parte de la mano de la ausencia de Dios.

El fascismo, empero, fue punto de equilibrio y forma de gobierno viable para la Iglesia en cuanto daba reconocimiento y amplia maniobra al catolicismo, al punto de celebrar tratados con la Santa Sede para garantizar la relación entre política y religión de forma homogénea. Una posibilidad y opción ligada con lo que el conservatismo sellaba y ofrecía. Aunque el fascismo dotaba de legitimidad y poder en los asuntos políticos a la Iglesia como se estableció con el Concilio de Letrán, en Colombia ésta no necesitó ni buscó al máximo su consolidación para tomarse el poder en diferencia al caso de Brasil; ni armó a la sociedad como el caso de México, pues, la Iglesia, se hallaba en los cimientos del Partido Conservador reconocido como un "partido doctrinario" (Gómez citado por Perea, 2009, p. 65), ni de derecha ni de izquierda. Fundamento del fascismo, el catolicismo institucionalizado en la Iglesia se sirvió de este extremo para mantenerse en la sociedad; fascismo un tanto provechoso como el Partido Conservador para no desligarse del manejo político determinante en la conducta y guía social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abel, C. (1887). *Política, Iglesia y partidos en Colombia, 1886-1953.* Universidad Nacional: Bogotá.

Agudelo, A. (2010). FRAGMENTACIÓN DISCURSIVA EN EL PARTIDO CONSERVADOR: LEOPARDOS Y LAUREANISTAS. *Revista política colombiana*, (5), 91-107.Recuperado de http://politicacolombiana.net/pdfs/5edicion/articulo06.pdf

Archila, M. (1997). Quimera del pensamiento socialista colombiano. *Credencial Historia*, (90). Recuperado de http://www.banrepcultural.org/node/32682.

Arias, R. (2013). *Los leopardos. Una historia intelectual de los años 1920.* Universidad de los Andes: Bogotá.

Braun, H. (2013). *Mataron a Gaitán. Vida Pública y Violencia Urbana en Colombia*. Prisa Ediciones: Bogotá.

Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. Cinta de Moebío, 23, 204-216. Recuperado de http://www.revistas.uchile.cl/index.php/CDM/article/viewFile/26081/27386

Losada, R. & Casas, A. (2008). Enfoques para el análisis político. Historia, epistemología y perspectivas de la ciencia política. Editorial Pontificia Universidad Javeriana: Colombia.

Figueroa, Helwar. (2008). Tradicionalismo, hispanismo y corporativismo, una aproximación a las relaciones no sanctas entre religión y política en Colombia (1930-1952). Universidad de San Buenaventura: Bogotá

Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. Revista Mexicana de Sociología, 50 (3), 3-20. Recuperado de http://terceridad.net/wordpress/wp-content/uploads/2011/10/Foucault-M.-El-sujeto-y-el-poder.pdf

Foucault, M. (2006). Seguridad, territorio y población. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

González, F. (1997). *Poderes enfrentados: iglesia y Estado en Colombia*. Cinep: Colombia

Hernández, J. (2000). Los leopardos y el fascismo en Colombia. Historia y Comunicación Social, (5), 221-227. Recuperado de https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/HICS0000110221A/19581

Ospina, W. (2013). *PA QUE SE ACABE LA VAINA.* Editorial Planeta: Bogotá.

Palacios, M. (1995). *Entre la legitimidad y la violencia. Colombia 1875-1994.* Editorial Norma: Santa Fe de Bogotá.

Palacios, M. (2002). *La clase más ruidosa y otros ensayos sobre política e historia.* Editorial Norma: Bogotá.

Pécaut, D. (2012). *Orden y violencia: Colombia 1930-1953*. Fondo editorial Universidad EAFIT: Medellín.

Perea, C. (2009). *Cultura política y violencia en Colombia. Porque la sangre es espíritu.* La Carreta Editores: Colombia.

Pérez, V. (2000). Garra y perfil del grupo de Los Leopardos. Al final de la Hegemonía, ellos renovaron la política conservadora. *Credencial Historia*, (132). Recuperado de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/diciembre2000/132garra.htm

Rendón, R. (1929). El tentador por Rendón. [Ilustración]

Rendón, R. (1929). Detrás de la cruz, el diablo. [Ilustración]

Ruiz, J. (2004). *Leopardos y tempestades: historia del fascismo en Colombia*. Javegraf: Colombia

Uran, C. (*s,f*). *Participación política de la Iglesia en el proceso histórico de Colombia.* Recuperado de https://docs.google.com/file/d/0B0xz2F7rsLW1ZnBqRE1BQjEyRnM/edit

Uribe, M. (2004). *Antropología de la Inhumanidad*. Grupo Editorial Norma: Colombia.

Vázquez, M. (2014). La Iglesia y las elecciones de 1930: un conflicto entre tradición y modernidad en el marco del proceso de secularización en Colombia. *Anuario de Historia de la Iglesia*, 23, 433-458.

PELIGROSA CORRELACIÓN: ÍNDICES DE CORRUPCIÓN Y NIVELES DE COMPETITIVIDAD

Juan David Cruz Negrete[100]

INTRODUCCIÓN

MARCO TEÓRICO

Este estudio tiene dos grandes dimensiones en relación con el marco teórico; el primero se referencia a asuntos de Competitividad, el segundo se centra con el análisis de la Corrupción.

COMPETITIVIDAD

El primero en estructurar conceptos teóricos con respecto a la Competitividad, fue Michael Porter, quien definió así:

"La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad." (Porter, 1990)

Porter desarrolla en su libro, una idea que indica que la competitividad no se debe exclusivamente a un factor como: Tener una balanza comercial positiva, o un tipo de cambio favorable o una mano de obra barata; sino que hay que atribuir que un país obtenga ventaja competitiva a un millar de elementos que sí la otorgan: Se tienen que fortalecer los sectores y subsectores de la economía doméstica para lograr ser competitivos.

Porter también evidencia una relación entre la competitividad y el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones, ya que una nación que aumenta la competitividad, debería incrementar el ingreso promedio de sus trabajadores.

Otros dos elementos importantes a tener en cuenta cuando se desarrolla el concepto de la competitividad, consisten en:

La competitividad se obtiene cuando se trabaja para mejorar pilares nacionales como: Infraestructura, ambiente macroeconómico, etc.

[100] Magíster en Dirección de Empresas (Deusto Business School), Especialista en Proyectos de Inversión (Universidad del Magdalena), Profesional en Negocios Internacionales (Universidad del Magdalena). Docente ocasional del Programa de Negocios Internacionales de la Universidad del Magdalena.

Las naciones no compiten entre sí, mientras que las firmas que se encuentran en ellas, sí. Por lo que se tienen que brindar excelentes condiciones de desarrollos para éstas, así dichas organizaciones pueden ser más productivas y sólidas de cara a su competencia en el extranjero; lo que consecuentemente favorecería la posición competitiva de la nación.

Así como el Reporte Global de Competitividad indica que para ser una nación competitiva se debe trabajar en varios pilares a la vez, (Suñol, 2006) reafirma dicha idea expresando que se tiene que trabajar en áreas como: mercados financieros, infraestructura, sofisticación de consumidores, estructura de inversiones, educación, instituciones, etc. Suñol comenta también: "no es este entorno[101] el que se puede tornar competitivo, sino las empresas ubicadas en él". Reafirmando con dicha línea lo que Porter desarrolló anteriormente: *"Las naciones no compiten entre sí, mientras que las firmas que se encuentran en ellas, sí*."

Siendo las empresas las que compiten, para lograr la competitividad es importante que se integren y generen sinergias que faciliten el desarrollo. "… los clústeres estimulan el aumento de la productividad y la innovación, constituyen una fuente dinámica de generación de empleo e ingresos, y se convierten en el motor del desarrollo económico regional." (Chiri, 2011). Este estudio se hizo sobre la economía peruana, valioso aporte debido a que integra aspectos relevantes en materia de economía nacional: Clústeres; además de ser una estrategia para que un país latinoamericano mejore su posición en competitividad. Recordando que Perú hace parte de las naciones observadas en este estudio.

Otro aporte a la importancia de la figura de los clústeres a la competitividad, es el que indican (Chávez Moreno, Zamorano Martínez, Fernández De los Ríos Mesa, & Magro Plaacios, 2006): "Esta alianza favorece el aprendizaje y la obtención de información, provoca una reordenación de la competencia y facilita la consecución de economías de escala, reducción del exceso de capacidad, y la transferencia de conocimientos o la mancomunidad de riesgos."

La competitividad, como se ha indicado reiteradamente, es el resultado de la buena gestión en un conjunto de áreas. "… Una mejora de la competitividad para América Latina anclada en las fluctuaciones del tipo de cambio real, pero esto no significa una ganancia en términos de productividad e innovación tecnológica" (Landa Díaz, 2017). Esta afirmación fue producto de la explicación del modelo Marshal-Lerner, aplicado en la observación de países de la región.

CORRUPCIÓN

"La corrupción continúa negándole a los pobres, a los marginados, y a los miembros menos educados de cada sociedad los beneficios sociales, económicos y políticos que deberían recibir." (Transparencia Internacional, 2002). Este concepto -La Corrupción- es el otro aspecto a relacionar en este estudio con la Competitividad, específicamente en países latinoamericanos.

"Se dice que la pobreza origina la corrupción. Es claro que el afán de poseer dinero, (cuanto más, mejor), explica alguna forma de apropiación de bienes públicos." (Gómez Gómez, 2011). Así inicia a desarrollar su investigación Gómez, quien indica que puntualmente en Colombia, anteriormente el funcionario no recaía tan asiduamente en la práctica de la corrupción, expone en su escrito que al pasar los años, los políticos son más corruptos, y que es necesario que la sociedad vuelva a generar castigos morales, judiciales y demás a los sistemas corruptos.

[101] Haciendo referencia al país.

“El crecimiento acelerado y desproporcionado del Poder Ejecutivo bajo la idea del Estado bienestar, genera asimetrías que favorecen la corrupción.” (Orrego, 1999). Orrego indica que los factores que inducen a la corrupción son económicos, etno-culturales, jurídicos, institucionales y sociopolíticos.

Con relación a la corrupción y su relación con el crecimiento económico; “La corrupción es mala para la actividad económica, porque pervierte el mecanismo de precios del mercado y en consecuencia produce una mala asignación de recursos.” (De Quiróz, 1998).

Luego de la revisión de varios trabajos de investigación, se concluye que la corrupción genera anomalías en la economía, pero el principal factor de distorsión es el intervencionismo, superando el fenómeno de la corrupción. (De Quiróz, 1998).

Los beneficios de combatir la corrupción para promover la competitividad de las naciones son amplios, “Ayudar a los países a desarrollar estrategias anticorrupción puede tanto mejorar la legitimidad y la efectividad de los gobiernos como ayudar en el desarrollo, haciendo más fácil fiar proyectos que hagan frente a la pobreza y faciliten el crecimiento compartido.” (Rose-Ackermann, 2011).

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El estudio aquí desarrollado involucra el análisis de dos evidencias obtenidas de fuente secundaria: El Reporte de Competitividad Global 2016 – 2017, informe elaborado por el Foro Económico Mundial; y el Índice de Percepción de la Corrupción 2016, elaborado por Transparencia Internacional.

De manera específica, se identificará si hay correlación entre el nivel de corrupción de los países latinoamericanos que aparecen en ambos estudios, con su nivel de competitividad.

Al hacer una revisión del Reporte Global de Competitividad 2016-2017, que incluye a 138 países, se puede identificar cómo los pilares -que miden la competitividad- más relacionados con la gestión estatal, son los que más producen rezago en el nivel de competitividad de los países latinoamericanos; así mismo, esto se corrobora con las percepciones de empresarios de dichos países en estudio, quienes indican que los temas que más les preocupan en el ambiente domestico están relacionados con aspectos directamente relacionados con la gestión estatal, como: impuestos, corrupción, regulación laboral del país, etc.

De otra parte, en el Índice de Percepción de la Corrupción 2016 muestra los resultados luego de haber realizado el estudio en 176 países, siendo las mejores puntuaciones –menos percepción de corrupción- los que se acercan a cien (100), y peores resultados –mayor percepción de corrupción- aquellos países cuyo puntaje se acerca al cero (0).

A continuación se muestran los datos de los países sometidos a este estudio, las naciones pertenecen al continente americano; y se tiene una muestra de 23 países que fueron los que aparecen en los dos informes referenciados arriba:

Tabla 17: Posición nacional en los informes de percepción de corrupción, y el reporte de competitividad.

#	PAÍS	CORRUPCIÓN	COMPETITIVIDAD
1	Canada	9	15
2	United States	18	3
3	Uruguay	21	73
4	Chile	24	33
5	Barbados	31	72
6	Costa Rica	41	54
7	Brazil	79	81
8	Jamaica	83	75
9	Panama	87	42
10	Colombia	90	61
11	Argentina	95	104
12	El Salvador	95	105
13	Peru	101	67
14	Trinidad and Tobago	101	94
15	Bolivia	113	121
16	Dominican Republic	120	92
17	Ecuador	120	91
18	Honduras	123	88
19	Mexico	123	51
20	Paraguay	123	117
21	Guatemala	136	78
22	Nicaragua	145	103
23	Venezuela	166	130

Fuente: Elaboración propia, basado en información del índice de Percepción de Corrupción 2016, y el Reporte de Competitividad Global 2016 – 2017.

El análisis que se pretende desarrollar en este documento, radica en identificar la correlación (Álvarez González , s.f.) entre el nivel de percepción de corrupción de los países en estudio, con sus niveles de competitividad.

El Coeficiente de correlación de Pearson es un procedimiento que permite definir una medida del grado de relación entre dos variables; cuya fórmula es:

$$\boldsymbol{r} = \sqrt{b.b'} = \frac{Sxy}{Sx.Sy} \qquad [1]$$

pudiendo definir las fórmulas así:

$$\boldsymbol{r} = b.\frac{Sx}{Sy}\,,\ \boldsymbol{r} = b'.\frac{Sy}{Sx} \qquad [2]$$

El coeficiente de Correlación siempre toma valores entre -1 y 1: $-1 \leq r \leq 1$.

RESULTADOS

Luego de aplicar al Modelo de Correlación, los datos indicados en la Tabla 1, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 18: Estadísticas de la regresión.

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,7361852
Coeficiente de determinación R^2	0,5419686
R^2 ajustado	0,5201576
Error típico	30,872499
Observaciones	23

Fuente: Elaboración propia.

Siendo la correlación múltiple cercana a 1 (0,736); pero al obtener el R^2 ajustado, se observa un valor de 0,54; más pequeño, pero más próximo a 1 que a 0. Lo cual determina que las variables (Corrupción y competitividad) están directamente relacionadas, cuanto peor es la posición en el índice de corrupción (percepción), peor será la posición en el ranking de competitividad.

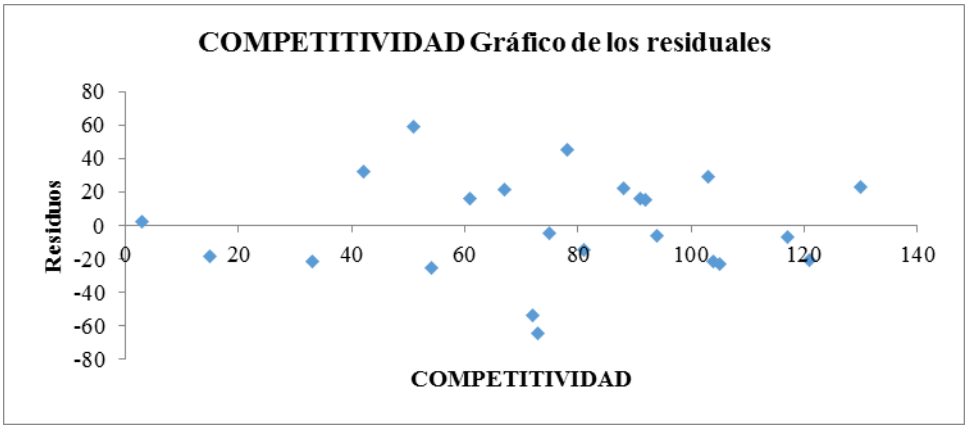
Tabla 19: Determinación de significancia del modelo.

	Coeficientes	*Error típico*	*Est. t*	*Prob*	*Inf95%*	*Sup95%*	*Inf 95,0%*	*Sup 95,0%*
Intercepción	12,4048162	16,6355324	0,746	0,464	-22,191	47,000	-22,191	47,000
COMPETITIVIDAD	1,00496527	0,20160531	4,985	0,000	0,586	1,424	0,586	1,424

Fuente: Elaboración propia.

El modelo es significativo, ya que el estadístico t es mayor que 2; además, cero (0) no se encuentra entre los límites inferiores y superiores. Al haber significancia en el modelo, se interpreta que posiblemente los bajos posicionamientos en competitividad de los países americanos corresponden al nivel de corrupción de dichos países.

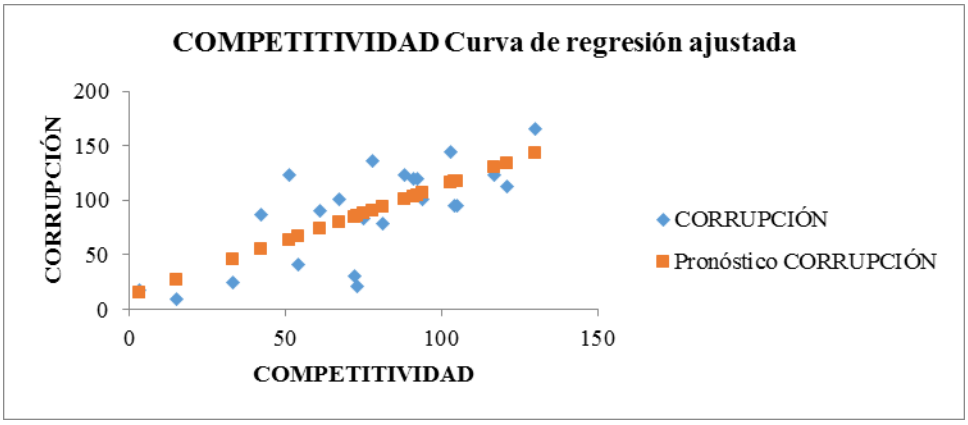
Gráfico 1: Gráfico de Residuales.



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 1 indica que sí hay indicios de Homoskedasticidad, pues los errores están cercanos a la línea de X, muestran un comportamiento similar y se puede decir que en suma, éstas resultarán 0.

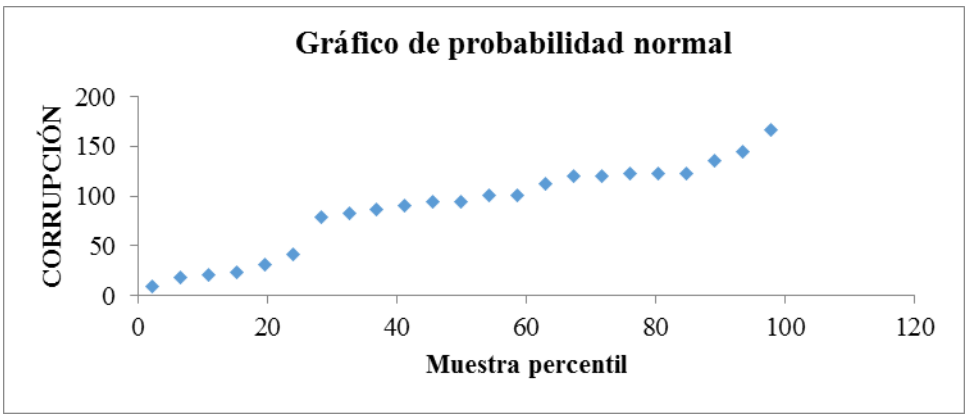
Gráfico 2: Curva de Regresión Ajustada.



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 2 evidencia la correlación antes descrita: Entre menos corrupto sea el país, más arriba se ubicará en el ranking de competitividad; mientras que en la medida que se ocupe los últimos lugares en el listado de corrupción, así de negativa será la posición ocupada en el ranking de competitividad.

Gráfico 3: Probabilidad normal.



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 3 indica que sí hay indicios de normalidad en los errores ya que el gráfico muestra una tendencia normal de las unidades, es decir de los errores.

CONCLUSIONES

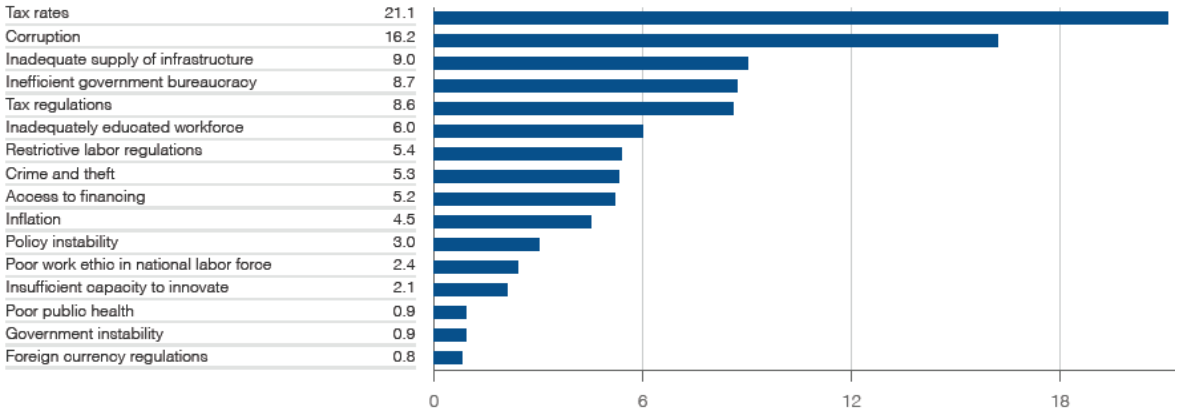
Cuando se estudia por separado los dos informes inicialmente mencionados en este estudio, se puede observar de manera amplia que aquellos países que peor renqueados aparecen en el Reporte Global de Competitividad (IGC), son aquellos en los que sus índices de corrupción son peores.

Como se desarrolló en el apartado del Marco Teórico, la competitividad se logra gracias a esfuerzos en muchos aspectos, esto se demuestra en el Reporte Global de Competitividad en la forma en la que la competitividad se mide (doce pilares); muchos de esos pilares dependen de la excelente gestión

gubernamental de cada país. Es por ello, que al estudiar la competitividad en sí misma, se entiende que cada país debe tener sólidos gobiernos, muy competentes y altamente capacitados para afrontar los retos que la internacionalización conlleva. Latinoamérica, principalmente, requiere de gobiernos tecnócratas que sepan cómo gestionar crisis financieras globales, regulaciones fiscales, inversión social estratégica, etc. Solo teniendo gobiernos transparentes y excelentes gestores, los países latinoamericanos podrán empezar a mejorar sus rendimientos en materia de competitividad.

Para ejemplificar mejor, se muestra a continuación una ilustración de aquellos factores que más ocasionan problemas para hacer negocios en Colombia:

Ilustración 4: Mayores problemas para hacer negocios en Colombia



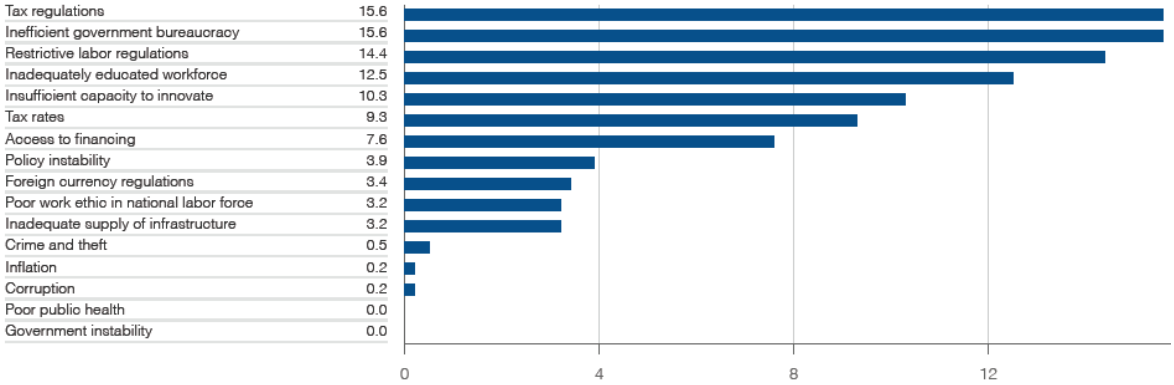
Fuente: Reporte Global de Competitividad 2016 – 2017.

Los principales inconvenientes que los ejecutivos del país identificaron, fueron prioritariamente y en orden de importancia para ellos: Tasas de impuestos, corrupción, inadecuada infraestructura de suministros, ineficiente burocracia gubernamental, regulación de impuestos, inadecuada fuerza laboral, regulaciones laborales restrictivas, etc.

Lo anterior hace aún más evidente lo demostrado en el apartado de Resultados: La corrupción, un mal gobierno estatal, mina las posibilidades de convertirse en un país competitivo. En este ejemplo práctico se evidencia cómo la corrupción es uno de los aspectos que más empeoran el establecimiento y desarrollo de negocios en Colombia.

Este mismo panorama ocurre en todos los países latinoamericanos que aparecen en el estudio de competitividad del Foro Económico Mundial. A continuación, para reforzar las conclusiones que aquí se desarrollan, se muestran los resultados de Suiza (el país más competitivo del mundo):

Ilustración 5: Mayores problemas para hacer negocios en Suiza.



Fuente: Reporte Global de Competitividad 2016 – 2017.

Aquí se evidencia cómo la corrupción es uno de los aspectos que menos preocupan o dificultan el hacer negocios en Suiza. También se refleja, como incluso en el país más competitivo del mundo, los empresarios se preocupan por aspectos gubernamentales, aquí se indica que es un imperativo que todos los gobiernos generen un ambiente propicio para el desarrollo de la innovación y la competitividad. Es por eso que se vuelve a expresar que el tener gobiernos sanos, preparados, dinámicos, transparentes y creativos, es un motor potente para forjar competitividad nacional.

RECOMENDACIONES Y/O AGRADECIMIENTOS

La academia tiene una gran responsabilidad social con la competitividad nacional, no sólo por el hecho de ser la formadora de los profesionales que liderarán las empresas de los países; sino porque desde allí se debe hacer una crítica fuerte a los gobiernos corruptos e ineficientes. Se debe crear en el estudiantado una mentalidad crítica y de rechazo ante cualquier acto de corrupción. Al hacer esto se apoya a que los egresados de los centros de educación puedan vivir cada vez más en países competitivos, con mejor calidad de vida, mejor remuneración y ubicaciones estratégicas y acertadas de la fuerza laboral.

Cada vez se tiene que ser más contundente con las manifestaciones en contra de la corrupción.

De otra parte, se agradece el apoyo a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del Magdalena, y a la Dirección de Programa de Negocios Internacionales por haber apoyado el desarrollo de este estudio.

REFERENCIAS

Álvarez González , F. (s.f.). *Universidad de Cádiz*. Obtenido de http://www2.uca.es: http://www2.uca.es/serv/fag/fct/downloads/tema02resumido.pdf

Chávez Moreno, J. C., Zamorano Martínez, L., Fernández De los Ríos Mesa, A., & Magro Plaacios, L. (2006). Clústers y Competitividad. *Boletín Económico ICE*, 43.

Chiri, A. (2011). Más allá del crecimiento económico: Competitividad. . *Strategia*, 6.

De Quiróz, L. (1998). ESTADO, ECONOMÍA Y CORRUPCIÓN. *Themis*, 261.

Foro Económico Mundial. (2016). *Informe Gobal de Competitividad.* Ginebra: Foro Económico Mundial.

Gómez Gómez, A. (2011). Corrupción, Pobreza y Democracia. . *Reflexión Política*, 5.

Landa Díaz, H. O. (2017). Crecimiento, competitividad y restricción externa en América Latina. *Investigación Económica*, 76.

Orrego, C. (1999). Corrupción: Modelos y Factores determinantes. . *Ciencia Política*, 12.

Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones.* Nueva York: Plaza & Janes Editores SA.

Ramón Eduardo Gutiérrez Rodrígueza, y. C. (2016). Una aproximación a la caracterización competitiva de los sectores productivos industrial y floricultor del municipio de Madrid Cundinamarca, Colombia. *SUMA DE NEGOCIOS*, 4-5.

Rose-Ackermann, S. (2011). Desarrollo y Corrupción. *Gestión y análisis de políticas públicas*, 15.

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 181.

Transparencia Internacional. (2002). *índice de Percepción de Corrupción 2002.* Berlín.

Transparencia Internacional. (2016). *Índice Global de Corrupción.*

SECTOR METALMECÁNICO DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER EN EL PERIODO 2010 – 2015

Julio Ramírez Montañez[102]

Resumen:

El propósito central de este artículo es presentar los aspectos más relevantes de la dinámica de la cadena priorizada del sector metalmecánico del Departamento de Santander en los últimos cinco años. Para tal fin, se han tomado como variables de análisis la participación en la generación de empleo de la cadena metalmecánica, la producción industrial y las exportaciones del sector. En cuanto al patrón de producción, la cadena metalmecánica del departamento de Santander está enfocada en la fabricación de maquinaria industrial para el sector agroalimentario, productos materiales para la construcción y productos de autopartes. En el año 2015, la cadena metalmecánica aporto a la generación de 203.386 puestos de trabajo en la economía colombiana, de los cuales 9.502 se generaron en el Departamento de Santander y 6.066 en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

La producción industrial, el departamento de Santander se ubica en la quinta posición de la producción de la cadena metalmecánica del país con un 4.1%, concentrando a 130 empresas del sector equivalentes al 3,2% de las empresas del total de empresas metalmecánicas del país. En las ventas internacionales, el departamento de Santander aporta el 1,79% de las exportaciones de la cadena metalmecánica. Los destinos de las exportaciones del departamento de Santander de productos del sector estuvieron dirigidos en el periodo 2010-2015 principalmente a los mercados de los países vecinos, destacándose el mercado de Ecuador con un 44.3% de las exportaciones y en segundo lugar Venezuela con una participación del 16.7, seguido muy de cerca en tercer lugar por el mercado norteamericano con un 14,5%. % de las ventas internacionales de la cadena metalmecánica del departamento de Santander.

[102] * *Resultado de Proyecto de Investigación Interinstitucional "Dinámica Relativa del Comercio Intrarregional de los Sectores Metalmecánico y Autopartes con los Países de la Alianza del Pacifico" Grupo GRICANI Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga – Grupo por la Integración y la Globalización de los Negocios. Facultad de Negocios Universidad Santo Tomas Sede Bucaramanga*

Palabras Claves: Sector Metalmecánico; Cadenas Priorizadas; Departamento de Santander.

Abstract:

The central purpose of this article is to present the most relevant aspects of the development of the priority chain of the metal mechanic sector of Colombia and of the Department of Santander in the past five years. In 2015, the metal mechanic chain contributed to the generation of 203.386 jobs in the Colombian economy, of which 9.502 were generated in the department of Santander and 6,066 in the Metropolitan Area of Bucaramanga. Similarly, the department of Santander is located in the fifth position of the industrial production of the metal mechanic chain the country with a 4.1%, by concentrating on 130 companies in the sector is equivalent to 3.2% of the companies in the total number of companies in the country. For its part, the department of Santander brings the 1.79 per cent of the exports of the chain. The destination of exports of Santander department of products from the metal mechanic chain were directed in the period 2010-2015 mainly to markets in neighboring countries Ecuador with a 44.3% of exports and Venezuela with a participation of 16.7 % of the sales of the Department, followed very closely by the North American market with a 14.5%.

1. Introducción

El objetivo de este artículo es divulgar los resultados del proyecto de investigación Interinstitucional titulado "Dinámica Relativa del Comercio Intrarregional de los Sectores Metalmecánico y Autopartes de Colombia con los Países de la Alianza del Pacifico" llevado a cabo por investigadores de los grupos de investigación *GRICAN*I de la Facultad de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga y el *Grupo por la Integración y la Globalización de los Negocios* de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas Sede Bucaramanga.

Los resultados de esta investigación son presentados en dos secciones principales. En la primera de ellas, se presenta el desarrollo de las Jornadas de Transformación Regional en el departamento de Santander. En estas jornadas mediante un trabajo conjunto de funcionarios del gobierno nacional y departamental, empresarios del departamento e investigadores de los grupos de investigación en el área de los negocios internacionales del departamento, se han establecido los parámetros de la política de priorización de sectores económicos como eje de la estrategia de diversificación de la oferta exportable del Departamento de Santander para las próximas décadas.

En la segunda sección se presenta el análisis del sector metalmecánico del departamento de Santander usando las variables de participación del sector en la generación de empleo en el ámbito nacional y departamental, el valor agregado generado en el sector metalmecánico en el periodo 2010-2015, la producción bruta de la cadena metalmecánica en Colombia y el departamento de Santander, la distribución regional de la producción, los destinos de las exportaciones y las perspectivas del sector metalmecánico en Colombia en los próximos años.

2. Metodología

Este artículo es resultado del proyecto de investigación Interinstitucional titulado "Dinámica Relativa del Comercio Intrarregional de los Sectores Metalmecánico y Autopartes de Colombia con los Países de la Alianza del Pacifico".

Para el desarrollo de esta investigación se aplicó un análisis documental a través de fuentes secundarias de información. Este análisis fue concebido en dos fases principales. En la primera fase, los autores del presente artículo hicieron parte de las Jornadas de Transformación Regional en el departamento de Santander, donde en un trabajo conjunto de funcionarios del gobierno nacional y departamental, empresarios del departamento e investigadores, se establecieron los parámetros de la política de priorización de sectores económicos como eje de la estrategia de diversificación de la oferta exportable del Departamento de Santander para las próximas décadas. En la segunda fase, se realizó un análisis del sector metalmecánico del Departamento de Santander en los últimos cinco años tomando como referencia las variables de empleo, valor agregado, producción bruta, distribución regional de la producción y principales productos exportados y destinos de las exportaciones de la cadena priorizada del sector metalmecánico de Santander utilizando las fuentes gubernamentales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), del Sistema Integrado de Estadísticas de Comercio Exterior SIEX y del Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia.

3. Fundamentación Teórica

Los nuevos paradigmas que marcan la vanguardia en el comercio internacional hablan de la necesidad de

Insertarse en las cadenas globales de valor antes de continuar con un modelo de intercambio basado en países y bloques. (Kosakoff & López 2008)

Los industriales piensan hoy en día en cómo lograr encadenamientos productivos que permitan que sus bienes se integren en procesos internacionales sacando ventaja de los acuerdos de libre comercio. Siendo estos encadenamientos la llave para ingresar con vigor a las cadenas globales de valor, lo que se traduce en una mayor fortaleza y competividad para las industrias de los países. (Dalle & Lavopal, 2013).

Los encadenamientos productivos, la competitividad, la productividad basada en la innovación, y la internacionalización de las empresas, son los cuatro ejes principales de la política industrial moderna de un país para que los empresarios crezcan, compitan, generen empleo y conquisten nuevos mercados. (Humphrey & Schmitz, 2002).

De acuerdo a Tomta & Chiatchoua (2009) el concepto de cadenas productivas se refiere, en su sentido más estricto, a todas las etapas comprendidas en la elaboración, distribución y comercialización de un bien o servicio hasta su consumo final. En otras palabras, se puede analizar una cadena productiva desde una perspectiva de los factores de producción. Es un conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, transformación y el traslado hacia el mercado de un mismo producto. Tiene como principal objetivo localizar las empresas, las instituciones, las operaciones, las dimensiones y capacidades de negociación, las tecnologías, las relaciones de producción y las relaciones de poder en la determinación de los precios.

López (2003) por su parte, define una cadena productiva como un sistema conformado por la interacción en armonía entre diversos participantes, directa o indirectamente, en la producción y consumo de productos y servicios. Mientras que Lima & Castro (2001) mencionan que las cadenas productivas son conjuntos de actores sociales, como sistemas productivos, proveedores de servicios e insumos, industrias de procesamiento y transformación, distribución y comercialización, además de consumidores finales del producto y subproductos.

De igual forma, Isaza (2008) señala que este es un concepto que proviene de la escuela de la planeación estratégica. Según esta escuela, la competitividad de una empresa se explica no solo a partir de sus características internas a nivel organizacional, sino que también está determinada por factores externos asociados a su entorno. En tal sentido, las relaciones con proveedores, el Estado, los clientes y los distribuidores, entre otros, generan estímulos y permiten sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas. Así, la cadena productiva puede definirse como un

conjunto estructurado de procesos de producción que tiene en común un mismo mercado y en el que las características tecno productivas de cada eslabón afectan la eficiencia y productividad de la producción en su conjunto. Isaza (2008).

3.1 Cadenas Productivas: Descripción y Evolución

El análisis del desarrollo económico a través del esquema de cadenas productivas es una metodología que se ha venido desarrollando en el plano internacional desde la primera mitad del siglo XX. En el ámbito internacional los primeros acercamientos al concepto de cadena productiva, parten de las teorías de eslabonamientos propuestas por Albert Hirschman en 1958, definidos como el conjunto de fuerzas que generan inversiones y que son accionadas cuando la capacidad productiva de los sectores que producen insumos para esa línea y que utilizan los productos de la misma es insuficiente. (Castellanos & Rojas, 2001)

Posteriormente, Richardson en 1972 profundiza en la perspectiva de interacción, cuando sostiene que la subcontratación se ha vuelto más difundida, y afirma que un distribuidor grande - más allá de ser una cadena de distribución tiene la capacidad de diseñar y construir patrones complejos de actividades coordinadas entre las empresas, enfatizando que esta capacidad de coordinar surge sin ningún tipo de participación accionaria entre los proveedores. (Richardson, 1972)

A continuación, en el año de 1983, se desarrolla un concepto que identifica un nuevo mecanismo de interacción empresarial, relacionado con la teoría de eslabonamientos propuesta por Hirschman, y que define los "Distritos Industriales", como 'conjuntos de unidades productivas especia/izadas en un determinado sector y concentradas en un territorio restringido, geográfica e históricamente. (Stumpo, 1996).

Estos distritos industriales se caracterizan por la existencia de fuertes asociaciones sectoriales. Los distritos industriales se distinguen, entre otras características, por contar con una colaboración interempresarial cercana, una identidad sociocultural que facilita la confianza mutua y una interacción de variables sociales, económicas y culturales que caracterizan su estructura productiva. (Bagnasco, 2000)

Sin embargo, el principal aporte conceptual de las cadenas productivas es realizado por Michael Porter donde en su libro *La Ventaja Competitiva de las Naciones* en 1990 planteó el concepto de “cadena de valor” para describir el conjunto de actividades que se llevan a cabo al competir en un sector y que se pueden agrupar en dos categorías: en primer lugar están aquellas relacionadas con la producción, comercialización, entrega y servicio de posventa; en segundo lugar se ubicarían las actividades que proporcionan recursos humanos y tecnológicos, insumos e infraestructura. (Porter, 1990)

Porter (1990) en cuanto a los encadenamientos productivos señala que la cadena de valor de una empresa es un sistema interdependiente o red de actividades, conectado mediante enlaces. Los enlaces se producen cuando la forma de llevar a cabo una actividad afecta el coste o la eficacia de otras actividades. Frecuentemente, los enlaces crean situaciones en las que si se opta por algo tiene que ser a cambio de renunciar a otra cosa, sobre todo en lo que se refiere a la realización de diferentes actividades que deban optimizarse.

En los últimos años ha surgido otro enfoque de análisis del concepto de cadenas productivas el cual ha estado encabezado por la *Organización del Desarrollo Industria de la Organización de Naciones Unidas* (ONUDI) donde se toma como punto de referencia la llamada competitividad sistémica. Para este enfoque, el Estado ya no está en el centro del proceso de configuración de políticas de desarrollo productivo en el ámbito local, regional o nacional sino que, en su reemplazo, se sitúan junto a éste todo una red de actores sociales: las firmas, las instituciones de apoyo, las agremiaciones de empresarios y los gobiernos locales. En tal sentido, el marco de análisis para el diseño de políticas de desarrollo productivo se enriquece con el concepto de clúster. De acuerdo con Organización del Desarrollo

Industria de la Organización de Naciones Unidas, los clúster son aglomeraciones geográficas de empresas que producen y venden productos relacionados o complementarios, por lo cual tienen retos y oportunidades comunes. (ONUDI, 2005)

3.2 De la Cadena Productiva al Clúster:

En la actualidad, el desarrollo regional y la teoría que le da consistencia lógica regresaron hacia uno de los principales teóricos de los inicios del siglo XX: Alfred Marshall. Este economista identificó tres distintas razones para la localización industrial: primera, para concentrar un cierto número de firmas en un mismo lugar, un centro industrial hace posible adquirir e intercambiar trabajadores especializados, lo que beneficia a todas las empresas que los requieran; segunda, un centro industrial permite que la industria se provea de insumos específicos no comercializados, lo que se efectúa en gran variedad y a bajo costo; y tercera, porque localmente la información fluye con mayor facilidad que a grandes distancias, un centro industrial genera lo que nosotros podríamos ahora llamar transferencia tecnológica (Corrales, 2006).

Corrales (2006) argumenta que al generalizarse la globalización de las economías, las regiones experimentaron cambios profundos para adecuarse a los avances tecnológicos y a las nuevas estrategias de segmentar los procesos de producción que han modificado la competitividad de las empresas. Estas transformaciones condujeron a nuevas formas de organización económica y empresarial para enfrentar la competencia, lo cual condujo a la formación del clúster, que simboliza el desarrollo regional en los tiempos modernos.

De acuerdo a Mc Cornick (2005) los clúster son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, suministradores especializados, proveedores de servicios, de universidades, institutos de normalización, asociaciones comerciales que compiten pero que también cooperan. Por su parte, Barrientos (2011) define el concepto de clúster como un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones conexas, pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarios entre sí. Por su dimensión geográfica, un clúster puede ser urbano, regional, nacional o incluso supranacional.

Barrientos (2011) señala que los clúster adoptan varias formas, dependiendo de su profundidad y complejidad, pero la mayoría de ellos comprenden empresas de productos o servicios finales, proveedores de materiales, componentes, maquinaria y servicios especializados, instituciones financieras y empresas de sectores afines. De igual forma, Lazzeretti, L. (2006) establece que en dichos clústeres también suelen integrarse empresas que constituyen eslabones posteriores de la cadena es decir, canales de distribución o cliente); fabricantes de productos complementarios; proveedores de infraestructura; las instituciones públicas y privadas que facilitan formación, información, investigación y apoyo técnico especializado como universidades, grupos de reflexión, entidades de formación profesional y los institutos de normalización. Los organismos del Estado que influyen significativamente en un clúster pueden considerarse parte de él.

3.3 Priorización de Sectores en Colombia buscando Encadenamientos Productivos

Para una economía inserta en el mundo globalizado, es cada vez más importante identificar los sectores donde existe un potencial para el aumento de la productividad, con el ánimo de poder crear los entornos adecuados y los incentivos correctos que impulsen los aumentos de productividad. En este sentido, las medidas encaminadas a procurar estos entornos para el desarrollo productivo normalmente se han enfocado al ámbito macroeconómico

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia creó el Programa de Transformación Productiva (PTP) en el año 2008, con el fin de establecer la Política Industrial de Desarrollo Productivo del país, con la que se buscaba generar entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas. El PTP desde su creación ha sido un aliado

de los empresarios colombianos al ofrecer acompañamiento para acelerar su productividad y competitividad, orientando sus capacidades y aprovechando sus ventajas comparativas.

Las metas del Gobierno de Colombia con el Programa de Transformación Productiva están orientadas a incrementar las exportaciones de bienes no minero energéticos y de servicios en los próximos años a US$30.000 millones, captar US$ 6.000 millones de divisas por concepto del turismo y lograr que más de 4.100 empresas se conviertan en exportadoras. (PTP, 2016).

Este programa se ha convertido en un promotor de la productividad y competitividad de las empresas colombianas a través de cinco frentes: Fomentando mejoras en la productividad y la calidad, optimizando las reglas de juego, potenciando procesos para ser más competitivos, generando capacidades y facilitando el acceso a la financiación. (PTP, 2016).

Sin embargo, el logro más importante de este programa gubernamental ha sido seleccionar veinte sectores de gran potencialidad de convertirse en industrias de clase mundial. Los sectores vinculados al PTP cuentan con planes de negocio diseñados a la medida que definen el curso a seguir para alcanzar incrementos decisivos en la productividad y competitividad, mientras fortalecen sus cadenas productivas y se posicionan en mercados internacionales.

Estos sectores identificados en Colombia y que el Programa de Transformación Productiva define como priorizados en búsqueda de una diversificación de la oferta exportable son:

Cuadro No1 Sectores Priorizados en Colombia

Sector	Sectores Priorizados en Colombia
Sectores de servicios:	BPO&O, Software y TI, Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos, Turismo de Salud, Turismo de Bienestar, Turismo de Naturaleza.
Sectores de manufacturas	Cosméticos y Aseo, Editorial e Industria de la Comunicación Gráfica, Autopartes y Vehículos, Textil y Confecciones, (Cuero, Calzado y Marroquinería), Metalmecánico, Siderúrgico, Astillero.
Sectores de agroindustria:	Acuícola, Carne Bovina, Lácteo, Palma, Aceites, Grasas Vegetales y Biocombustibles, Chocolatería, Confitería y Materias Primas, Hortofrutícola

Fuente: Programa de Transformación Productiva, 2016. Elaboración Propia

Estos sectores priorizados por el PTP representan el 34% de las exportaciones no minero energéticas de Colombia. La Política Industrial está enfocada al apoyo y promoción de estas industrias y el PTP es un vehículo de ejecución focalizado en sectores con potencial de crecimiento en ventas y exportaciones. (PTP, 2016).

3.4 Sectores Priorizados en el Departamento de Santander

Desde el segundo semestre del 2016, representantes del Programa de Transformación Productiva PTP y del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo han venido trabajando en la implementación del Programa *Colombia Moderna- Colombia Productiva* con una serie de actores regionales del departamento de Santander.

En el proceso de implementación de este programa, el gobierno, la empresa y la academia se han articulado de la mano de representantes de la Oficina Pro Colombia Santander, la Comisión Regional de Competitividad de Santander, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, los gremios de la producción y los grupos de investigación de facultades de negocios internacionales del Área Metropolitana de Bucaramanga.

Este programa denominado *Colombia Moderna- Colombia Productiva* se basa en la priorización de cadenas productivas. En todo el país el Programa de Transformación Productiva ha detectado 1.047 priorizaciones sectoriales y sus objetivos principales están dirigidos a mejorar las condiciones del entorno competitivo de las empresas mediante la coordinación entre las entidades y actores que tengan que ver con el comercio exterior de las regiones y el desarrollo de instrumentos específicos para atender las necesidades de las mismas.

La metodología para la implementación del *Programa Colombia Moderna- Colombia Productiva* en el Departamento de Santander se ha desarrollado utilizando la denominada "Metodología de Priorización" la cual se encuentra distribuida en 3 fases:

Fase 1: Creación de equipos de trabajo en los departamentos.

Fase 2: Creación de bases de datos para reflejar el sistema productivo del país.

Fase 3 Priorización con enfoques de potencialidad de exportaciones.

De acuerdo al análisis realizado en el desarrollo de las tres fases, se han detectado seis cadenas productivas con potencial exportador en el Departamento de Santander. Estas cadenas son: Químicos, Metalmecánico, Industrias 4.0, Moda, Agroalimentario y Turismo.

En el desarrollo de la fase 3, luego de debatir sobre las diversas propuestas sobre cuáles deberían ser los subsectores indicados para desarrollar proyectos que lleven a un aumento en las exportaciones del departamento de Santander y utilizando algunos factores de medición como el aporte al Producto Interno Bruto Regional, el número de empresas del subsector y el desarrollo de un clúster, se llegó a la decisión de elegir los siguientes subsectores:

Cuadro No 2 Sectores Priorizados de Santander

Sector	**Subsector**
Metalmecánico	Productos Elaborados de Metal
Moda	Confecciones

Agroalimentario	Frutas bebestibles
Químico	Dispositivos Médicos
Turismo	Corredor Turístico de Santander
Industrias 4.0	BPO, KPO.

Fuente: Programa de Transformación Productiva, 2016. Elaboración Propia.

Como se puede apreciar en el cuadro No 2 en la tercera sesión de las Jornadas de Transformación productiva se tomó la decisión de apoyar los subsectores anteriormente mencionados y específicamente para el sector metalmecánico se tomó la decisión de continuar el proceso con los Productos Elaborados de Metal. Los capítulos arancelarios con potencial exportador del departamento de Santander de la cadena priorizada del sector metalmecánico son los comprendidos entre los capítulos arancelarios 82 y 85.

Cuadro No 3 Capítulos Arancelarios de la Cadena Priorizada del Sector Metalmecánico de Santander

Capítulos Arancelarios	**Descripción Capitulo Arancelario**
Capítulo 82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa de metal común, partes de estos
Capítulo 83	Manufacturas diversas de metal común
Capítulo 84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.
Capítulo 85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión y las partes y accesorios de estos aparatos

Fuente: SIEX- DIAN 2016. Elaboración Propia

4. Resultados:

En la presente sección se presenta el análisis del sector metalmecánico del Departamento de Santander en los últimos cinco años tomando como referencia las variables de empleo, valor agregado, producción bruta, distribución regional de la producción y principales productos exportados y destinos de las exportaciones.

4.1 Empleo de la Cadena del Sector Metalmecánico

Para realizar el análisis del empleo en la cadena productiva del sector metalmecánico de Colombia se han usado las variables de distribución regional del empleo en los departamentos colombianos, la evolución del empleo en Colombia y Santander y el comportamiento del empleo en las principales Áreas Metropolitanas de Colombia.

En el año 2015 el sector aporto a la generación de 203.386 puestos de trabajo en la economía colombiana, de los cuales 9.502 se generaron en el Departamento de Santander y 6.066 en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

4.1.1 Distribución Regional del Empleo en la Cadena del Sector Metalmecánico

En la distribución regional del empleo de la cadena productiva del sector metalmecánico de Colombia, los departamentos que concentran el mayor número de empleos en la cadena son Cundinamarca con el 30% de contribución al empleo de la cadena del sector metalmecánico, seguido por el departamento de Antioquia con 16.6% y en tercer lugar el departamento del Valle del Cauca con 12.6%.

El departamento de Santander se ubica en el quinto puesto concentrando el 4,7% del empleo de la cadena metalmecánica a nivel nacional, tal y como se presenta en el cuadro a continuación.

Cuadro No 4 Distribución Regional del Empleo

Departamento	% de Empleo
Antioquia	16,6%
Atlántico	6,9%
Bolívar	3,3%
Boyacá	3,4%
Caldas	2,6%
Caquetá	0,7%
Cauca	1,9%
Cesar	1,8%
Chocó	0,4%
Córdoba	0,9%
Cundinamarca	30%
Huila	1,1%
La Guajira	0,8%
Magdalena	1,4%
Meta	1,5%
Nariño	1,5%

Norte de Santander	2,3%
Quindío	0,7%
Santander	4,7%
Sucre	0,8%
Tolima	1,6%
Valle	12,6%

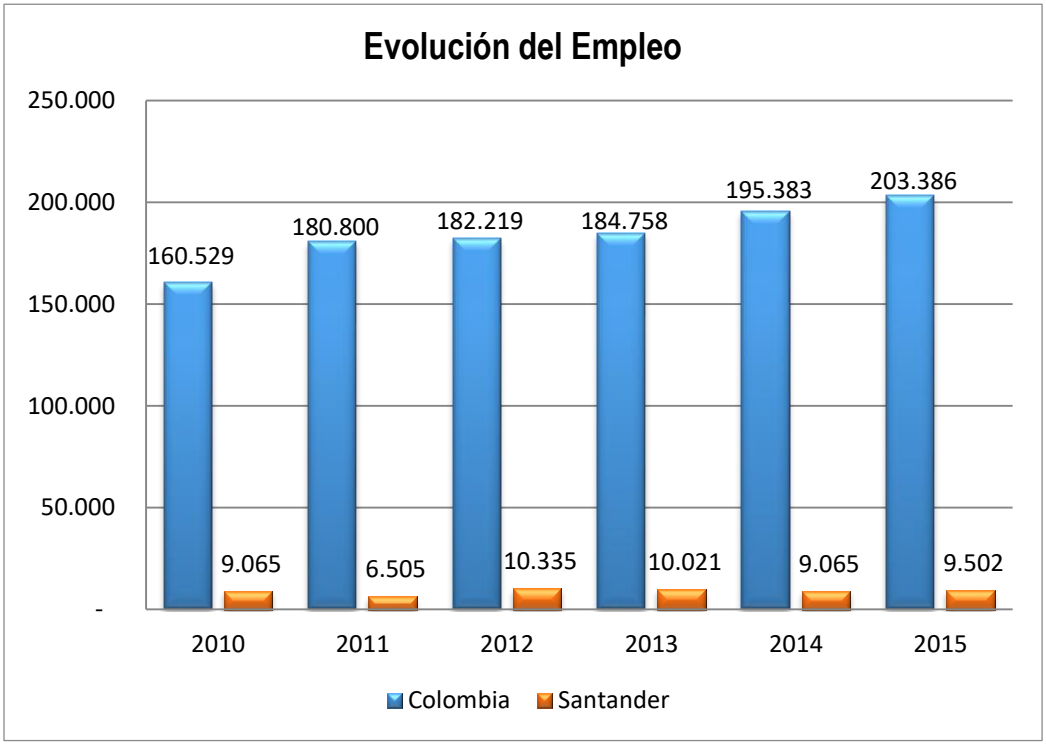
Fuente: DANE. (2016) Elaboración Propia

4.1.2. Evolución del Empleo en la Cadena del Sector Metalmecánico

En cuanto al comportamiento del empleo de la cadena del sector metalmecánico se puede apreciar en la gráfica presentada a continuación un crecimiento continuo del empleo en Colombia. Este sector tiene una evolución en esta variable de análisis al pasar de emplear 160.529 personas en el año 2010 a 203.386 en el año 2015 alcanzando un crecimiento anual promedio de 4.8% en el periodo 2010-2015.

En cuanto al comportamiento del empleo de la cadena del sector metalmecánico se puede apreciar en la gráfica presentada a continuación un crecimiento continuo del empleo en Colombia alcanzando un crecimiento anual promedio de 4.8%. En cuanto al Departamento de Santander se puede apreciar que la cantidad de puestos de trabajo en el periodo 2010-2015 oscila entre seis mil y diez mil. Se destaca una fuerte caída en el año 2011 derivada del deterioro de las relaciones en este año con los países vecinos de Colombia y Ecuador. Posteriormente desde el año 2012 tiene una recuperación considerable al aumentar 3.830 puestos de trabajo en el año 2013, hasta alcanzar un crecimiento anual promedio en los últimos cinco años de 0.9%

Grafica No 1 Evolución del Empleo de la Cadena Metalmecánica



Fuente. DANE. (2016) Elaboración Propia

4.1.3. Comportamiento del Empleo de la Cadena del Sector Metalmecánico según Áreas Metropolitanas de Colombia

El indicador de empleo de la cadena del sector metalmecánico en las principales Áreas Metropolitanas de Colombia tuvo un desempeño positivo al tener un crecimiento de 2.4% durante los últimos cinco años. Bogotá es el Área Metropolitana con mayor número de puestos de trabajo en el país al generar 47.274 en el año 2015. El Área Metropolitana con mejor desempeño fue el Área Metropolitana de Pereira realizando un aporte significativo a la generación de empleo en la cadena del sector metalmecánico con un 14.6% del total de puestos de trabajo del sector en Colombia, seguido por Cartagena con un 10.7% y en tercer lugar Villavicencio con un 8.4%.

Es de desatacar que en todas las Áreas Metropolitanas de Colombia se presentó un crecimiento positivo del empleo de la cadena metalmecánica a excepción de Cúcuta -1.4%, Montería -1.7% y Bucaramanga con -3.3%

Se resalta de igual forma, la importante caída que ha sufrido la cadena metalmecánica del Área Metropolitana de Bucaramanga al ser el Área Metropolitana con una mayor caída en la generación de empleo del sector en el periodo 2010-2015 al decrecer en un 3.3%, luego de pasar de generar 7.1.74 empleos en 2010 a tan solo 6.066 en el año 2015. (DANE, 2016).

Cuadro No 5 Empleo según Área Metropolitana

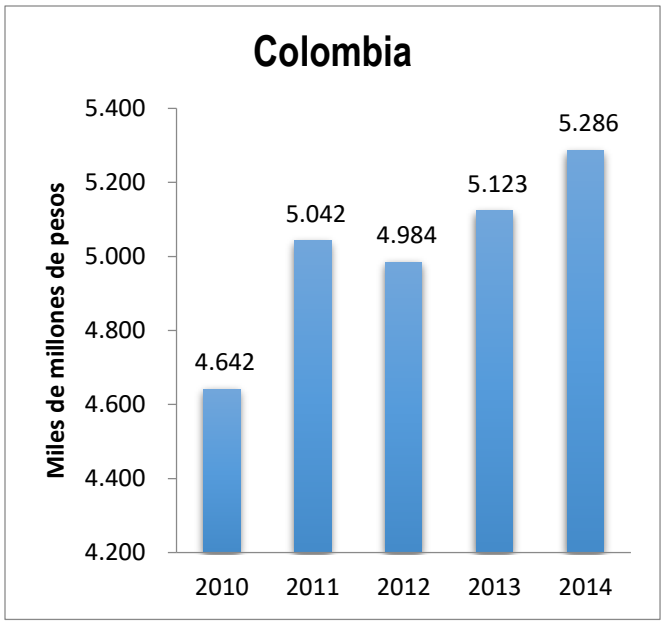
Área Metropolitana	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Crecimiento Promedio
Barranquilla	8.305	10.339	9.396	9.217	9.887	11.370	6.5%
Bogotá	46.962	52.877	41.242	50.460	50.038	47.274	0.1%
Bucaramanga	7.174	5.289	6.459	6.494	7.263	6.066	-3.3%
Cali	14.478	15.476	16.826	15.368	19.716	17.119	3.4%
Cartagena	2.844	3.677	3.060	4.588	4.279	4.737	10.7%
Cúcuta	3.537	3.291	3.844	3.392	4.265	3.304	-1.4%
Ibagué	1.542	2.117	2.107	2.607	2.395	2.136	6.7%
Manizales	2.999	3.334	3.056	3.756	3.969	4.092	6.4%
Medellín	19.328	20.904	22.467	21.816	23.005	22.605	3.2%
Montería	935	755	885	748	794	859	-1.7%
Pasto	1.247	1.239	1.321	1.762	1.806	1.400	2.3%
Pereira	1.659	2.436	2.437	2.304	2.773	3.283	14.6%
Villavicencio	1.760	1.945	1.821	2.200	2.122	2.639	8.4%
Total Áreas	**112.771**	**123.679**	**114.921**	**124.711**	**132.313**	**123.883**	**2.4%**

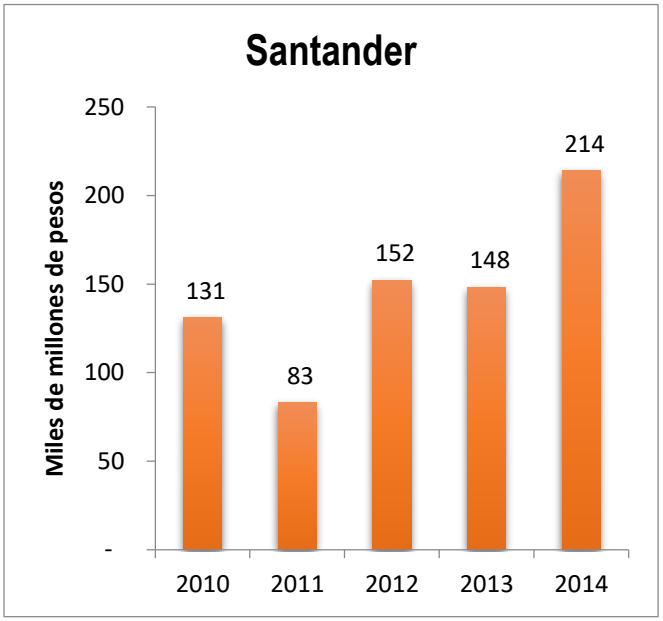
Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

4.2 Evolución de la Producción Bruta del Sector Metalmecánico

En esta variable es de destacar el muy buen comportamiento de la producción de la cadena de sector metalmecánico de Colombia al tener un crecimiento anual promedio de 3.3% y sobre todo el excelente comportamiento del Departamento de Santander al alcanzar un crecimiento del 13% al pasar de $131 mil millones en el año 2010 hasta $214 mil millones en el año 2014, siendo este el mejor año de producción.

Grafica No 2 Evolución de la Producción Bruta de la Cadena





Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

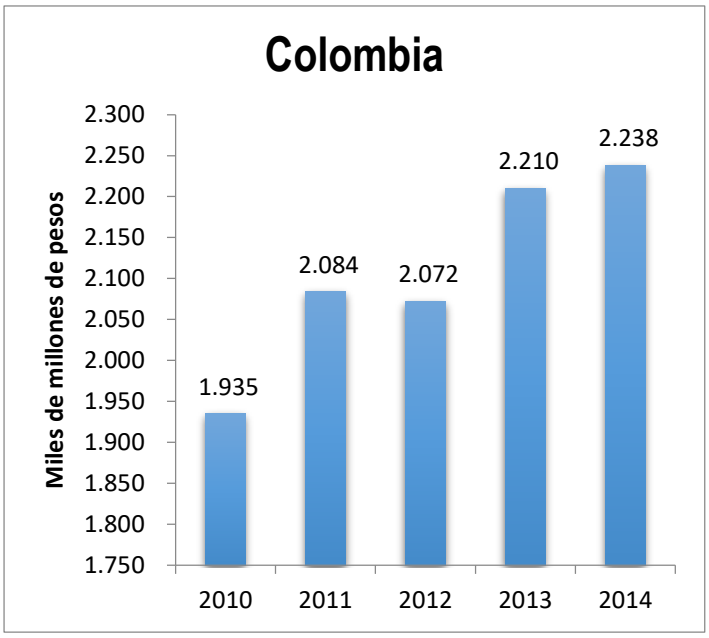
4.2.1 Evolución del Valor Agregado del Sector Metalmecánico

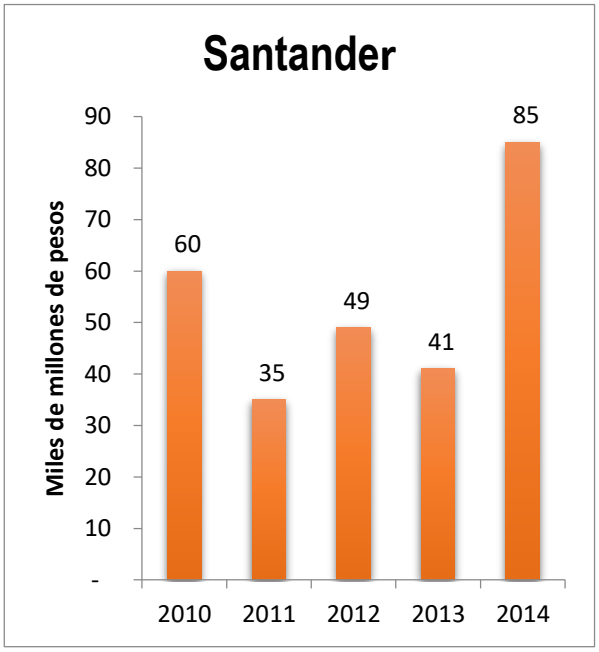
El mejoramiento en el valor agregado de la producción industrial de la cadena metalmecánica ha sido uno de los objetivos primordiales del Programa de Transformación Productiva para el sector metalmecánico de Colombia y Santander. Este componente se ve reflejado en la gráfica No 3 con la evolución que ha tenido este indicador a nivel nacional y departamental.

El valor agregado de la cadena metalmecánica en Colombia tuvo un crecimiento del 3.7% pasando de vender $1.935 millones en el año 2010 a vender $2.238 millones en el año 2015.

Por su parte, el departamento de Santander tuvo un considerable crecimiento anual promedio de 9.2% en el periodo 2010-2015, pasando de vender 60 mil millones de pesos en 2010 a 85 mil millones en el año 2015.

Grafica No 3 Evolución del Valor Agregado del Sector Metalmecánico en Colombia y el Departamento de Santander





Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

4.2.2 Distribución Regional de la Producción del Sector Metalmecánico

En el cuadro No 6 se presenta la distribución regional de la producción del sector. Este indicador señala como se encuentra distribuida la producción de la cadena del sector metalmecánico en los diferentes departamentos de Colombia en el periodo 2010-2015.

Es indudable que el departamento de Antioquia es el que tiene una mayor producción del sector metalmecánico de Colombia con una participación del 24%, seguido por el departamento de Cundinamarca con 17.1% y en tercer lugar el departamento del Atlántico con el 7.7. % de la producción de la cadena del sector metalmecánico.

El departamento de Santander se ubica en la quinta posición con 4.1% de la producción de la cadena metalmecánica del país.

Cuadro No 6 Distribución de la Producción del Sector por Departamento.

Departamento	% de Producción
Antioquia	24,0%

Atlántico	7,7%
Bolívar	1,3%
Boyacá	0,8%
Caldas	3,6%
Cundinamarca	17,1%
Norte de Santander	0,6%
Risaralda	0,5%
Santander	4,1%
Tolima	0,2%
Valle	6,3%

Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

4.2.3 Distribución Regional de las Empresas del Sector Metalmecánico en Colombia y el Departamento de Santander

En Colombia se encuentran registradas en las diferentes Cámaras de Comercio un total de 4.090 de empresas de la Cadena metalmecánica. El cuadro No 4 señala como la mayor concentración de empresas del sector metalmecánico se encuentra en los departamentos de Antioquia con 549 empresas, representado un 13,4% de las empresas del sector metalmecánico, seguida en segundo lugar por el departamento del Valle del Cauca con 449 empresas que representan el 11% y el departamento del Atlántico con 413 empresas, representando un 10,1% de las empresas de la cadena metalmecánica de todo el país.

Por su parte el Departamento de Santander concentra 130 empresas en su área geográfica equivalentes al 3,2% de las empresas de la cadena.

Cuadro No 7 Distribución Regional de las Empresas

Departamento	% de concentración de la cadena
Antioquia	13,4%
Atlántico	10,1%
Bolívar	1,9%
Boyacá	1,4%
Caldas	1,0%
Casanare	1,1%

Cauca	0,2%
Cesar	0,7%
Córdoba	0,4%
Cundinamarca	6,4%
Huila	0,5%
Magdalena	0,6%
Meta	0,9%
Nariño	0,5%
Norte de Santander	0,5%
Putumayo	0,2%
Quindío	0,5%
Santander	3,2%
Sucre	0,1%
Tolima	0,8%
Valle	11,0%

Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

4.2.4 Distribución de las Empresas del Sector Metalmecánico en Colombia y el Departamento de Santander

En la distribución de las 4.090 empresas del sector metalmecánico en Colombia se ha determinado clasificarlas en mi pymes y grandes empresas. El cuadro No 8 señala que el 98.2% de las empresas del sector metalmecánico en Colombia son mipymes con un total de 4013, de las cuales 127 están ubicadas en el Departamento de Santander. El departamento que cuenta con la mayor parte de estas empresas es Cundinamarca con 1.988 mypimes siendo de lejos el departamento que más aporta en esta variable. Otros departamentos destacados son Antioquia con 539 mypimes, Atlántico con 410 y el Valle con 439.

Cuadro 8 Empresas Mipymes del Sector Metalmecánico en Colombia

Departamento	**Número de Empresas**
Amazonas	1
Antioquia	539
Arauca	2
Atlántico	410
Bolívar	75
Boyacá	56

Caldas	38
Caquetá	2
Casanare	47
Cauca	5
Cesar	29
Chocó	2
Córdoba	17
Cundinamarca	1988
Huila	20
Magdalena	23
Meta	37
Nariño	21
Norte de Santander	21
Putumayo	10
Quindío	22
Risaralda	45
Santander	127
Sucre	5
Tolima	32
Valle	439
Total	4013

Fuente. DATLAS (2016) Elaboración Propia

El cuadro No 9 refleja la distribución de las 77 empresas grandes de la cadena metalmecánica de Colombia. El departamento de Cundinamarca es el precursor de este tipo de empresas al contar con 33 empresas en su territorio, aportando el 42% del total nacional. Los departamentos del Valle y Antioquia aportan cada una 10 grande empresa al total nacional.

El departamento de Santander se encuentra en el quinto lugar con 3 empresas consideradas grandes. Ellas son Industrias AVM, Metalteco y Transejes

Cuadro No 9 Empresas Grandes del Sector Metalmecánico en Colombia

Departamento	**Número de Empresas**
Antioquia	10
Atlántico	3

Bolívar	3
Boyacá	1
Caldas	4
Cauca	3
Cundinamarca	33
Risaralda	1
Santander	3
Valle	10
Total	77

Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

4.2.5 Empresas del Sector Metalmecánico de Santander

El departamento de Santander cuenta con 130 empresas del sector metalmecánico inscritas en las diversas cámaras de comercio del departamento. El cuadro No 10 muestra que el Área Metropolitana de Bucaramanga compuesta por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta y Girón es la zona geográfica que tiene mayor densidad de empresas del sector metalmecánico al sumar un total de 89 empresas. La ciudad de Bucaramanga es la que se destaca con un mayor número de empresas de la cadena del sector metalmecánico con 68 empresas correspondientes al 52% del total de empresas del Departamento de Santander.

La ciudad de Barrancabermeja con toda la experiencia del sector metalmecánico al servicio de la industria petrolera cuenta con 32 empresas que se dedican principalmente al mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo y a la fabricación de productos metalmecánicos. Es de destacarse el caso de la población de Sabana de Torres que aporta dos empresas a la cadena del sector metalmecánico del departamento de Santander.

Cuadro No 10 Empresas del sector Metalmecánico en Santander

Localidad	**Número de Empresas**	**Porcentaje**
Bucaramanga	68 empresas	52%
Barrancabermeja	32 Empresas	25%
Floridablanca	11 Empresas	9%
Girón	5 Empresas	5%
Piedecuesta	5 Empresas	5%
Málaga	2 Empresas	2%
Sabana De Torres	2 Empresas	2%
Total	130	100%

Fuente: Compite 360. Elaboración Propia.

4.2.6 Principales Empresas Metalmecánicas del Área Metropolitana de Bucaramanga

En la tabla No 1 se presentan los aspectos más relevantes de las principales empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga, teniendo en cuenta las características de la empresa y los productos ofrecidos.

La mayoría de las empresas ubicadas en el Área Metropolitana de Bucaramanga que hacen parte de la cadena metalmecánica enfocada su producción principalmente en la fabricación de maquinaria industrial para el sector agroalimentario, productos materiales para la construcción y productos de autopartes, tal y como se evidencia en la tabla presentada a continuación.

Tabla No 1 Caracterización De Las Empresas Metalmecánicas A.M.B

EMPRESA	PRINCIPALES PRODUCTOS OFRECIDOS	CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA
INDUSTRIAS A.V.M	**Productos para el Sector Agroindustrial:** Productos para la Extracción de Aceite rojo y Palmiste, Procesamiento de Raquis, Plantas de compost. **Productos para la Minería**: Ejecución de obras, Plantas para la producción de explosivos. **Estructura:** Productos para el Transporte masivo, Puentes peatonales, Edificaciones, Tanques metálicos. **Biodiesel:** Maquinaria para la Refinación de aceites, Biodiesel palma y destilado, y Operación y mantenimiento.	Empresa de ingeniería y manufactura metalmecánica, especializada en brindar soluciones integrales para la industria en general, a través de actividades de diseño, fabricación, reparación, montajes y asesoría técnica de proyectos
INDUSTRIAS LAVCO LTDA.	**Fundición:** Hierro Gris, Nodular, Bronce, aluminio **Automotriz:** Camisas secas y húmedas para motores a gasolina, Camisas para motores DIESEL (húmedas y ceja), Bujes para asientos de válvulas **Industrial:** Fabricación de camisas para grandes motores, partes para compresores, ensamble y mecanizado de piezas industriales, reparaciones de cilindros motrices y compresores reciprocantes reparación de piezas industriales, desarrollo de soluciones, Operación y mantenimiento.	Producción y comercialización de camisas en fundición de hierro gris centrifugado para la gran mayoría de automotores diesel y gasolina, motores estacionarios industriales, compresores y bombas reciprocantes en gran variedad de rangos; prestación del servicio de reparación de cilindros compresores reciprocantes, fabricación de pistones en hierro gris y aluminio, y reparación de partes para equipos del sector industrial.
INDUSTRIAS TANUZI S.A.	**Desarrollo de productos:** Sistema calador y Elevación envasadora HK, sellador horizontal de bolsas, Grupos de manejo, Igualador de tensiones, Sistema rotativo de llantas, Reductor Planetario, Pistola neumática aturdidor. **Fabricación de maquinaria:** Enjuagadora de botellas, tolva dosificadora de tapas, transportador neumático y magnético de tapas, paletizadora, cerradora cierres, zaranda vibradora para pallets.	Empresa dedicada al diseño, adaptación y fabricación de repuestos, mantenimiento, actualización y reconstrucción general de maquinaria industrial.

	Fabricación de repuestos: Troquel formpack, bloque de bobinas, gato de pechera, Ejes, Catalinas y Carter para locomotora U-18 Y U-20, pinza de agarre para botella PET. Mantenimiento: Reparación de transmisiones, sistema elevación paletizadora, línea de envase de licores y reparación de zapatas, sprokets y bombas.	
TRANSEJES COLOMBIA	Cardanes Ejes diferenciales Embargues Homocinéticos Suspensión Fuera de carretera	Fabrica y distribuye productos y sistemas tanto para fabricantes de equipos originales (OEM) como para el mercado de repuestos de automóviles e industrial. Ofrece piezas de repuesto de calidad para ejes cardanes, ejes diferenciales y juntas homocinéticas
METALÚRGICA DE SANTANDER LTDA	**Servicios**: Soportes e ingeniería, Montajes, Análisis de laboratorio y ensayos no destructivos, Reparación de equipos y componentes, mantenimientos de plantas industriales. **Fabricación:** Intercambiadores de calor, Molinos, Tolvas y silos, Mezcladores y repuestos para todos los anteriores. Fundición Segmentos	Compañía metalúrgica-metalmecánica dedicada al desarrollo de productos y servicios para satisfacer las necesidades específicas de diferentes sectores industriales. Realiza procesos de fundición, taller de mecanizados con CNC, taller de metalistería, departamento de Ingeniería y departamento de proyectos especiales.
FORJADOS S.A.	Autopartes: Dirección y suspensión, cubos de rueda y embargue, transmisión, estampados y troquelados. Maquinaria agrícola Componentes de alta tensión Líneas Férreas Forja en bronce Motopartes	Fabricantes de piezas forjadas para la industria en general mediante la forja por estampa; productores de piezas en lámina de acero de diversos espesores mediante el proceso de Troquelado y Estampado.
PENAGOS HERMANOS Y CIA LTDA	**Línea Café:** Despulpadoras, secadoras y lavadoras de café, equipos de fermentación y molinos. **Línea Agrícola:** Picapastos, ensiladora manual, cosechadora de forrajes, desgranadoras de maíz, trituradores, picadores y molinos, picadora de hoja de palma, trapiches horizontales y carro mezclador (mixer).	Empresa dirigida a proveer soluciones para el sector de la agroindustria con la fabricación de trapiches, motores hidráulicos Pelton, tornos, taladros, entre otros. Y fabricación de equipos para el procesamiento del café.

Confecamaras. 2016. Elaboración Propia

4.3 Exportaciones del Sector Metalmecánico de Colombia

Las exportaciones de la cadena del sector metalmecánico de Colombia son impulsadas principalmente por los departamentos de Antioquia, Bolívar y Cundinamarca representando conjuntamente el 75% de las exportaciones totales del sector en Colombia tal y como se refleja en el cuadro No 11.

En este cuadro se destaca principalmente que el departamento de Bolívar concentra el 28,69% de las exportaciones de la cadena del sector metalmecánico de Colombia, seguido en segundo lugar por el departamento de Cundinamarca con el 27% y el departamento de Antioquia en tercer lugar con un 18.26% de participación de las ventas internacionales de la cadena.

El departamento de Santander se encuentra en el séptimo lugar de ventas internacionales de la cadena metalmecánica aportando tan solo el 1,79% de las exportaciones de la cadena del país.

Cuadro No 11 Principales Regiones Exportadoras

Departamento	**% Exportaciones**
Antioquia	18,26
Atlántico	4,75
Bolívar	28,69
Norte de Santander	0,27
Caldas	11,30
Cauca	0,82
Cundinamarca	27%
Risaralda	0,29
Santander	1,79
Valle	6,57

Fuente. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2016) Elaboración Propia

4.3.4 Participación de Exportaciones de Santander

El cuadro No 12 señala la baja participación de las exportaciones de Santander en valor de dólares americanos en la cadena del sector metalmecánico. En este cuadro se destaca el considerable decrecimiento en las ventas internacionales del Departamento de Santander al pasar de tener una participación de un 5.5% en las exportaciones de la cadena de Colombia en el año 2010 con ventas por US$21.943.925 a pasar a exportar tan solo US$ 6.824.074 en el año 2015 teniendo una caída porcentual en las ventas internacionales de -3.7% en el periodo 2010-2015.

Cuadro No 12 Participación de las exportaciones de Santander en Valor Dólares Americanos.

Departamentos	**2010**	**2015**	**CAP %**
Santander	**21.943.925**	**6.824.074**	**-20,8%**
Part. %	5,5%	1,8%	-3.7%
Total Nacional	**300.062.122**	**381.654.134**	**0,9%**

Fuente. *SIEX*- DIAN (2016) Elaboración Propia

Por su parte, el cuadro No 13 refleja como la participación de las exportaciones de Santander en volumen nacional es mínima representando tan solo el 1,1% de las ventas internacionales de la cadena metalmecánica aportando tan solo 872.834 KG en el año 2015, teniendo una dramática caída luego de tener una participación del 2,6% en el año 2010 con ventas por encima de los dos millones y medio de Kilógramos.

Cuadro No 13 Participación de las exportaciones de Santander en VOLUMEN (KN; %)

Departamentos	2010	2015	CAP %
Santander	**2.518.393**	**872.834**	**-19,1%**
Part. %	**2,6%**	**1,1%**	
Total Nacional	**98.538.950**	**79.330.387**	**-4,2%**

Fuente. *SIEX*- DIAN. (2016) Elaboración Propia

4.3.5 Exportaciones de los capítulos 82, 83,84 y 85 realizadas desde Santander en el periodo 2011 – 2014, valor FOB (US$)

El cuadro No 14 refleja el comportamiento de los capítulos arancelarios correspondientes la descripción de producto de Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa de metal común; Partes de estos Manufacturas diversas de metal común; Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos; Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión y las partes y accesorios de estos aparatos

Cuadro No 14 Exportaciones Capítulos 82-85

Cap./Año	2011	2012	2013	2014	2015
82	9.933	31,516.49	10,429.21	13,011.29	10,941.75
83	881,666.	681,739.76	434,293.31	490,204.89	442,249.08
84	8,336,800.	11,153,916.63	11,718,251.13	10,624,843.36	12,870,313.44
85	1,161,526.	1,089,919.98	639,362.87	1,802,494.65	1,552,912.97

El capítulo arancelario con mayores ventas internacionales es el 84 correspondiente a Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos, teniendo exportaciones cuyo valor oscila entre los $US 8 millones y los US$ 12 millones entre los años 2011-2015.

El segundo capítulo arancelario de gran dinámica exportadora en la cadena metalmecánica de departamento de Santander es el 85 correspondiente a máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión y las partes y accesorios de estos aparatos con ventas superiores al millón de dólares en el periodo de análisis y se destaca el comportamiento exportador en el año 2014 con ventas internacionales por US1,802,494.

4.3.6 Destino de las Exportaciones de la Cadena Metalmecánica del Departamento de Santander

Los destinos de las exportaciones del departamento de Santander de productos de la cadena metalmecánica estuvieron dirigidos en el periodo 2010-2015 principalmente a los mercados de los países vecinos tal y como se señala en el cuadro No 15.

Ecuador ha sido el principal destino de las exportaciones de la cadena del sector metalmecánico del Departamento de Santander con un 44.3% de las exportaciones del departamento.

Venezuela fue un destino importante de las exportaciones del departamento de Santander entre los años 2010 y 2012, pero siendo un mercado nulo entre los años 2013 y 2015. Sin embargo, el aporte del mercado venezolano es importante en el periodo de análisis con una participación del 16.7 % de las ventas internacionales del Departamento. De igual forma es de resaltar la importancia adquirida en los dos últimos años por los socios de Colombia en la Alianza del Pacifico como son Chile a donde se dirigen el 5.6% de las exportaciones del departamento de Santander y Perú con el 3.8% convirtiéndose estos como los mercados con mejores perspectivas para las exportaciones de la cadena metalmecánica del departamento de Santander.

Es importante señalar que con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estado Unidos este mercado se convierte en el tercer destino de las exportaciones de la cadena del sector metalmecánico del departamento con un 14,5%. La tendencia de las exportaciones del departamento de Santander se diferencia de lo sucedido en el resto del país donde el principal mercado de exportación es el de Estados Unidos representando el 36,6% de las exportaciones totales de la cadena metalmecánica.

Cuadro No 15 Destinos de las exportaciones

VALOR (US$;%)

METALMECÁNICA	VALOR		Part % en el total	
Destinos	**Colombia**	**Santander**	**Colombia**	**Santander**
Ecuador	52.306.476	3.025.662	14,0%	44,3%
Venezuela	35.678.728	1.141.577	9,5%	16,7%
Estados Unidos	137.299.480	991.748	36,6%	14,5%
Chile	8.696.826	385.192	2,3%	5,6%
Brasil	6.312.808	262.531	1,7%	3,8%
Perú	25.153.622	256.812	6,7%	3,8%
República Dominicana	6.138.017	246.628	1,6%	3,6%
Guatemala	7.756.263	140.695	2,1%	2,1%
Costa Rica	7.843.186	107.577	2,1%	1,6%
Uruguay	715.059	94.559	0,2%	1,4%
Panamá	23.900.393	50.561	6,4%	0,7%
Bolivia	4.597.186	38.785	1,2%	0,6%
El Salvador	3.974.189	33.142	1,1%	0,5%
Puerto Rico	1.587.718	16.305	0,4%	0,2%
Honduras	6.728.108	15.965	1,8%	0,2%
Total Exportado	374.830.059	6.824.074	100,0%	100,0%

***Fuente**. SIEX*- DIAN. (2016) Elaboración Propia

4.3.7 Empresas Exportadoras

Según el Programa de Transformación Productiva (2016) en Colombia se identificaron en el año 2015 un total de 1.516 empresas exportadoras, de las cuales 811 se encuentran en el Departamento de Cundinamarca representando el 53,4% de las empresas a nivel nacional, seguido por el departamento de Antioquia con 302 empresas exportadoras representando el 20% del total de empresas de la cadena metalmecánica.

El departamento de Santander cuenta con 23 empresas exportadoras aportando tan solo el 1,5% del total nacional.

Cuadro No 16 Empresas Exportadoras por Departamento.

Departamento	**Número de Empresas Exportadoras**
Antioquia	302
Atlántico	88
Bolívar	50
Magdalena	3
Córdoba	1
Norte de Santander	31
Cundinamarca	811
Quindío	4
Caldas	18
Risaralda	16
Santander	23
Valle	152
Tolima	1
Cauca	5
Nariño	10
Arauca	1
Total	1516

Fuente; Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2016) Elaboración Propia

5. Conclusiones:

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el departamento de Santander cuenta con seis cadenas productivas con potencial exportador en el Departamento de Santander. Estas cadenas son: Químicos, Metalmecánico, Industrias 4.0, Moda, Agroalimentario y Turismo.

En el marco de las Jornadas de Transformación productiva de Santander se tomó la decisión de apoyar el subsector de Productos Elaborados de Metal. Los capítulos arancelarios con potencial exportador del departamento de Santander de la cadena priorizada del sector metalmecánico son los comprendidos entre los capítulos arancelarios 82 y 85

Los aportes realizados por la cadena del sector metalmecánico del Departamento de Santander en la cadena de Colombia tomando como referencia las variables de empleo, producción industrial y exportaciones análisis arrojaron los siguientes resultados:

En cuanto a la participación del sector metalmecánico en la generación de empleo en el ámbito nacional en el año 2015 el sector aporto a la generación de 203.386 puestos de trabajo en la economía colombiana, de los cuales 9.502 se generaron en el Departamento de Santander y 6.066 en el Área Metropolitana de Bucaramanga. El departamento de Santander se ubica en el quinto puesto concentrando el 4,7% del empleo de la cadena.

En el indicador de producción industrial el departamento de Santander se ubica en la quinta posición con 4.1% de la producción de la cadena metalmecánica del país, concentrando 130 empresas equivalentes al 3,2% de las empresas del total de empresas metalmecánicas del país. La ciudad de Bucaramanga es la que se destaca con un mayor número de empresas de la cadena del sector metalmecánico con 68 empresas correspondientes al 52% del total de empresas del Departamento de Santander.

En el indicador de participación de las exportaciones, el departamento de Santander aporta el 1,79% de las exportaciones de la cadena. Sin embargo, se destaca un decrecimiento en las ventas internacionales del Departamento de Santander de un 20.8% en el periodo 2010-2015 al pasar de exportar US$21.943.925 en el año 2010 a tan solo US$ 6.824.074 en el año 2015, teniendo una caída porcentual de -3.7% en el periodo 2010-2015. Por su parte, el departamento de Santander cuenta con 23 empresas exportadoras aportando tan solo el 1,5% del total nacional. El destino de las exportaciones del departamento de Santander de productos de la cadena metalmecánica estuvo dirigido en el periodo 2010-2015 principalmente a los mercados de los países vecinos Ecuador con un 44.3% de las exportaciones y Venezuela con una participación del 16.7 % de las ventas internacionales del Departamento, seguido muy de cerca por el mercado norteamericano con un 14,5%.

6. Referencias

Barrientos Felipa, P; (2011). El clúster en la estrategia de marketing internacional. Semestre Económico, 14() 49-66.

Bagnasco, A. (2000). Nacimiento y transformación de los distritos industriales: Un examen de la investigación en Italia con observaciones de método para la teoría del desarrollo. In Desarrollo social y cambios productivos en el mundo rural europeo contemporáneo (pp. 59-91). Fondo de Cultura Económica.

Cámara de Comercio de Bucaramanga. Observatorio de Competitividad, Compite 360. 2016.

Carmagnani, M. (2000). Desarrollo social y cambios productivos en el mundo rural europeo contemporáneo. Fondo de Cultura Económica.

Castellanos & Rojas. 2001. Conceptualización y papel de la cadena productiva en un entorno de competitividad. INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. No. 18, Julio - Diciembre 2001.

Confecamaras. 2016. Boletín "Lo que pasa en la Red de Cámaras de Comercio". http://www.confecamaras.org.co/boletines/460-red-julio-19-de-2016

Corrales C., Salvador. (2007). Importancia del clúster en el desarrollo regional actual. Frontera norte, 19(37), 173-201

Dalle, D., Fossati, V., & Lavopa, F. (2013). Política industrial: ¿el eslabón perdido en el debate de las Cadenas Globales de Valor? Revista Argentina de Economía Internacional, 2, 3-16.

DATLAS. 2016. Atlas Colombiano de Complejidad Económica. http://datlascolombia.com/

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Sistema Integrado de Estadística de Comercio Exterior. 2016

Duran, J & Álvarez, M. (2008) *Indicadores de Comercio Exterior y Política Comercial: Mediciones de Posición y Dinamismo Comercial.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). Las empresas de los países en vías de desarrollo en la economía mundial: poder y mejora de las cadenas globales de valor. Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

Isaza, J. G. (2008). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. Sotavento MBA, (11), 8-25.

ITC. Trade Map (2016) Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales.

Kosakoff, B., & López, A. (2008). América Latina y las Cadenas Globales de Valor: debilidades y potencialidades. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad de Georgetown/Universia, 2(1).

Lazzeretti, L. (2006). Distritos industriales," clúster" y otros: una análisis" trespassing" entre la economía industrial y la gestión estratégica. Economía industrial, (359), 59-72.

Lima, S. M., Castro, A. M., Mengo, O., Medina, M., Maestrey, M., Trujillo, V. y Alfaro, O., La dimensión de entorno en la construcción de la sostenibilidad institucional (2001).

López, C., Redes Empresariales: Experiencias en la Región Andina, Perú: Editorial Minka, Cooperación Italiana y CEPAL (2003)

ONUDI. Manual de mini cadenas productivas, Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, República de Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bogotá, ONUDI, 2004.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. 2016 Principales Regiones Exportadoras.

McCormick, David; (2005). EL FUTURO DE LOS CLUSTERS Y LAS CADENAS PRODUCTIVAS. Semestre Económico, Enero-Junio, 87-102.

Programa de Transformación Productiva, Cadenas Priorizadas. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. 2016

Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Harvard business review, 85(11), 69-95.

Richardson, G. B. (1972). The Organisation of Industry. The Economic Journal, 82(327), 883-896.

Stumpo, G. (1996). Encadenamientos, articulaciones y procesos de desarrollo industrial.

Tomta, D., & Chiatchoua, C. (2009). Cadenas productivas y productividad de las Mipymes. Criterio Libre, (11), 145-164.

CADENA DE VALOR DEL AGUACATE EN NORTE DE SANTANDER AVOCADO VALUE CHAIN IN NORTE DE SANTANDER

Liliana Marcela Bastos Osorio[103] Eduardo Felipe Vásquez Barajas[104]

RESUMEN

El objetivo de este proyecto consiste en diseñar la cadena de valor del aguacate en Norte de Santander. El diseño de la cadena de valor esta soportado teóricamente en el planteamiento del autor Michael Porter sobre cadenas de valor. A nivel metodológico, el tipo de investigación es cuantitativo, el método de investigación es deductivo y el tipo de estudio es descriptivo, de campo y de caso. En cuanto a los primeros resultados, se analizan las variables de producción, comercialización y económicas del aguacate, resaltando que el aguacate se destaca en el sector frutícola de Norte de Santander por su potencial de crecimiento y de comercialización internacional más que por su producción actual, resaltando que a 2014 obtuvo 2.411,40 toneladas y un rendimiento de 11.32 toneladas por hectárea. Dentro de las variedades de aguacate, la variedad Hass cuenta con un alto potencial de exportación debido a su alta demanda externa. Inclusive, otras variedades "verdes" del aguacate pueden presentar cierto potencial para ser comercializadas a nivel nacional y en mercados internacional con tendencias de consumo similares a las de Colombia. A partir de lo anterior, se procede a identificar las actividades primarias y de apoyo así como los actores que influyen en ella para lograr diseñar la cadena de valor, evaluando su dinámica y el margen de valor generado. Finalmente, se busca aportar al fortalecimiento del sector e impulso a la inserción internacional con ventajas competitivas identificadas a través de la cadena de valor; contribuyendo a que el sector frutícola, en particular el aguacate, logre adaptarse mejor a los cambios generados por la globalización.

PALABRAS CLAVES: Aguacate, cadena de valor, internacionalización, Norte de Santander, ventaja competitiva.

ABSTRACT

The objective of this project is to design the avocado value chain in Norte de Santander. The design of the value chain is supported theoretically by Michael Porter's

[103] Economista. Magister en Administración de empresas. Docente tiempo completo de Universidad Francisco de Paula Santander y miembro de Grupo de Investigación para el Desarrollo Socioeconómico– GIDSE. E-mail: lilianamarcebo@ufps.edu.co

[104] Profesional en Comercio Internacional, Joven Investigador del Grupo de Investigación para el Desarrollo Socioeconómico– GIDSE de la Universidad Francisco de Paula Santander. E-mail: eduardofelipevb@ufps.edu.co

approach about value chains. At the methodological level, the research type is quantitative, the research method is deductive and the study type is descriptive, on field and a case study. At the first results, the production, commercialization and economical variables of the avocado are analyzed, emphasizing that the avocado stands out in Norte de Santander's fruit sector by its potential of growth and international commercialization more than by its current production, highlighting that in 2014 got 2.411,40 tons and a performance of 11,32 tons per hectare. Within the avocado varieties, the Hass variety has a high export potential due to its high external demand. In addition, other "green" varieties of avocado may present some
potential to be commercialized nationally and in international markets with consumption trends similar to those ones in Colombia. Then, the primary and the support activities of the value chain must be identified as well as the actors that influence it, in order to design the value chain, evaluating its dynamics and the generated value margin. Finally, this project tends to contribute to the strengthening of the sector and to promote international participation with competitive advantages identified through the value chain; contributing to the fruit sector, in particular the avocado, to adapt better to the changes generated by globalization.

KEY WORDS: Avocado, competitive advantage, internationalization, Norte de Santander, value chain.

INTRODUCCIÓN

El sector frutícola se ha convertido en una fuente de oportunidades para Colombia y una ventaja comparativa, en ocasiones, absoluta frente a otros países por su diversidad de variedades, producción constante, variedad geográfica y climática, área sembrada y su posibilidad de expansión. Lo anterior, conlleva a que el sector centre sus esfuerzos hacia la

mejora constante en búsqueda de la productividad y competitividad que demanda participar en la dinámica del comercio internacional y más aún con las ventajas de los tratados de libre comercio vigentes en Colombia pero los cuales a su vez han generado un mayor desafío al sector a nivel nacional que lo obliga a potenciarse y hacer parte de la competencia internacional. El escenario descrito, permite hacer un enfoque hacia el aguacate, en particular el producido en Norte de Santander, como representante del sector frutícola del departamento.

Este direccionamiento hacia el aguacate se justifica en las oportunidades internacionales y su alta demanda de consumo; los esfuerzos que adelantan instituciones como la Asociación Hortofrutícola de Colombia, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el Ministerio de Comercio de Industria y Comercio para mejorar y ampliar la producción de aguacate que permitan entrar en la dinámica internacional de la exportación de dicho fruto, en particular la variedad Hass.

Aun así, el esfuerzo no solo se centra en la producción del cultivo sino en empezar a trabajar en la obtención de certificaciones internacionales claves como Global Gap para el ingreso a mercados internacionales como Estados Unidos y la Unión Europea, cumplir los requerimiento del mercado, tener una buena presentación del producto y adaptación de una administración acorde de la cadena de suministro integral. Es por esto que se debe llevar a

cabo un análisis de todas las actividades de producción, abastecimiento, distribución, ventas, infraestructura organizacional, talento humano y desarrollo tecnológico que conlleve a obtener un diagnóstico completo de la dinámica del aguacate en el departamento, lo anterior se traduce, en diseñar una cadena de valor según el planteamiento de Michael Porter dado que abarca una integralidad de actividades primarias y de apoyo con el fin de determinar la generación de un margen de valor y fuentes de ventajas competitivas que sean las fortalezas para impulsar al aguacate en Norte de Santander.

1. MARCO TEÓRICO

□ Cadena de valor según Michael Porter

Para Michael Porter (2006, p.33-34), la cadena de valor es una herramienta o medio sistemático que permite analizar las fuentes de la ventaja competitiva, es decir, la cadena de valor permite dividir a la empresa en sus actividades estratégicamente relevantes a fin de

comprender su comportamiento en costos, así como las fuentes actuales y potenciales de diferenciación. (Chávez, 2012, p.40).

De acuerdo con Chávez (2012), la cadena de valor facilita la creación de alianzas productivas, permitiendo el uso más eficiente de los recursos, resalta el papel de la distribución y el mercadeo como factores claves de una mayor competitividad, facilitan el flujo de información entre los actores, ayuda al desarrollo de soluciones de manera conjunta con la identificación de problemas y cuellos de botella a lo largo de la cadena y, por último, permite analizar cada eslabón de la cadena. (p.41).

En este contexto, la cadena de valor permite dividir a la empresa en sus actividades estratégicamente relevantes a fin de entender el comportamiento de los costos, así como las fuentes actuales y potenciales de diferenciación; alcanzando la ventaja competitiva con un mejor o menor costo que los rivales, (Porter, 2006, p.33).

A su vez, la cadena de valor está inmersa e integrada a un flujo más grande de actividades al que da el nombre de “sistema de valores”. El sistema está integrado por la cadena de valor de los proveedores, de la empresa, de los canales y de los clientes. Para obtener y mantener la ventaja competitiva es preciso conocer no sólo la cadena de valor de la empresa sino también su posición en el sistema de valores, (Porter, 2006, p.34). Inclusive, las ventajas competitivas se pueden identificar al comparar la cadena de valor contra la de los competidores. Además, el valor y no el costo, debe utilizarse al analizar la posición competitiva. (Porter, 2006, p.36).

De acuerdo a Porter (2006), las actividades de valor se dividen en dos grupos: actividades primarias y actividades de apoyo. (p.38). Para la explicación de dichas actividades se toma en cuenta la apreciación expuesta por Devoto (2011, p.8) haciendo referencia a lo planteado por Michael Porter:

- □ Actividades primarias: Están presentes en la creación del producto o servicio, en la comercialización y en el servicio postventa.
- □ Actividades de apoyo: Son el soporte de las actividades primarias al suministrar materias primas e insumos, recursos humanos, desarrollo tecnológico e infraestructura organizacional.

Figura 1 Concepto de Cadena de Valor de Michael Porter
Fuente: Devoto (2011, p. 7). Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Además, Porter (2006, p.43) plantea que las actividades primarias y de apoyo pueden subclasificarse de la siguiente manera:
 Actividades directas: Están implicadas de manera directa en la creación de valor para el comprador, por ejemplo, producción, fuerza de ventas, publicidad, servicio postventa. (Devoto, 2011, p. 10).
 Actividades indirectas: Permiten que las actividades directas se realicen sin interrupciones, como por ejemplo, el mantenimiento, la administración de la fuerza de ventas, la investigación de mercados, el reclutamiento y la selección de personal. (Devoto, 2011, p. 10).
 Seguros de calidad: Aseguran la calidad de otras actividades. Algunos seguros de calidad pueden ser el monitoreo de procesos, la inspección y los controles de calidad en la producción. (Devoto, 2011, p. 10).

Dentro de la cadena de valor también se deben considerar los eslabones dado que también son una fuente de ventaja competitiva (Devoto, 2011, p.10). Los eslabones según Porter pueden ser interiores y verticales.

2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

La investigación cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2003) está basada en variables paramétricas (p.173) apoyándose en procesos estadísticos (p. 165) y

enfocándose en resultados objetivos (p. 143). Por consiguiente, el tipo de investigación es cuantitativo debido a que en el presente proyecto se toma una fruta como muestra representativa del sector frutícola de Norte de Santander, en este caso la fruta será el aguacate, a la cual se le analizaran las variables de producción, económicas y comerciales para considerar al momento de diseñar su cadena de valor identificando las actividades primarias y de apoyo, luego, buscando ventajas competitivas a través de los eslabones entre actividades primarias y de apoyo así como el margen de generación de valor frente a los costos.
Frente al método de investigación y según Tamayo (2003) las investigaciones cuantitativas están relacionadas con métodos deductivos (p.65) dado que se parte de teorías ya establecidas que serán aplicadas al objeto de estudio. De este modo, el método de investigación aplicado en el proyecto es deductivo porque se parte del presente del sector frutícola en Norte de Santander y Colombia hasta llegar a la realidad del aguacate como fruta seleccionada como muestra, así mismo es deductivo por aplicar el modelo general de cadena de valor de Michael Porter para diseñar y la cadena de valor específica de la fruta representativa de su sector en Norte de Santander.
Respecto al tipo de estudio, se define como descriptivo, de campo y estudio de caso. Según Tamayo (2003) “un estudio descriptivo comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; trabajando sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de

presentar una interpretación correcta". (p.46).
Por lo tanto, el presente proyecto es un estudio de tipo descriptivo porque se busca caracterizar la producción de la fruta seleccionada, determinar las actividades y actores de la cadena de valor, las ventajas competitivas y factores de mejora así como las oportunidades para la internacionalización.
Respecto a un estudio de campo, Tamayo (2003) lo define como "el desplazamiento del investigador al sitio de estudio para examinar y registrar variables de su interés" (p.62) Por lo tanto, esta investigación también es un estudio de campo porque se realizan visitas a entidades relacionadas como la Asociación Hortofrutícola de Colombia (Asohofrucol) y agremiaciones frutícolas para obtener información primaria a través del instrumento de recolección de dicha información y así poder analizar la participación de actores y la conformación de las actividades primarias y de apoyo de su cadena de valor. Relativo al estudio de caso, Tamayo (2003) lo define como "un estudio intensivo de un sujeto o situación único permitiendo comprender a profundidad lo que se

va a estudiar y planear investigaciones más extensas". Es así como el estudio de caso en este proyecto se aplica con el estudio detallado y análisis de la cadena de valor del aguacate en Norte de Santander como representante del sector frutícola departamental.

3. RESULTADOS

Según el Departamento Nacional de Planeación (2007) en la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad de Norte de Santander, la disponibilidad de todos los climas, la producción constante a lo largo del año, la ubicación geográfica y las agremiaciones de productores, representan las mayores ventajas de Norte de Santander en la producción de frutas. (p. 32).
La actividad agrícola en el departamento, es el principal eje de desarrollo económico del sector agropecuario. En la línea de producción hortofrutícola, se ha evidenciado un crecimiento en las hectáreas establecidas. (Gobernación de Norte de Santander, 2016, p.24). Para el año 2011 se reportaron 5.356 hectáreas y para el año 2014 se reportaron 7.682. Cultivos como el aguacate, presentaron un aumento en las hectáreas sembradas; para el año 2011 se tenían establecidas 171,5 hectáreas, pasando a 756,6 hectáreas en el año 2014. (Gobernación de Norte de Santander, 2016, p.25).
Sin embargo, el departamento requiere grandes mejoras, especialmente en temas relacionados con la agregación de valor y el rendimiento de los cultivos; dado que el sector agrícola en los últimos 10 años no ha tenido un comportamiento favorable y ha empeorado, debido a problemas como el atraso tecnológico, poco acceso a financiamiento, ausencia de institucionalidad, y concentración de la propiedad de la tierra. (Gobernación de Norte de Santander, 2016, p.24).
Igualmente, a nivel nacional existen dificultades relacionadas con el cumplimiento de normas sanitarias y de calidad para el acceso a los mercados internacionales. (Departamento Nacional de Planeación, 2007, p.31). Además, para proyectarse a nivel internacional se debe efectuar investigación aplicada y adaptada a los problemas del sector, mejorar el acceso a los insumos básicos y el rendimiento. (Programa de Transformación Productiva, 2013, p.57).

Por consiguiente y de acuerdo con la Asociación Hortofrutícola de Colombia (Asohofrucol) (2015), mediante el Plan Nacional de Fomento 2012-2022 se busca consolidar el sector hortofrutícola como promotor del desarrollo rural, integrando los eslabones de la cadena en los procesos de producción, transformación y comercialización nacional e internacional; aprovechando las oportunidades de los Tratados de Libre Comercio, las

demandas de los productores y el posible escenario de posconflicto. Lo anterior se relaciona con la visión estratégica 2006-2020 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en la que identificó un grupo de frutas de mayor potencial competitivo para la exportación, destacando entre ellas al aguacate. (Miranda, 2011, p.202). Además, el Programa de Transformación Productiva (2013) también resalta al aguacate en su variedad hass en el sector frutícola por sus grandes oportunidades de internacionalización. (p.8).

Respecto al aguacate, se selecciona como cultivo representante dentro del sector frutícola de Norte de Santander por su potencial de crecimiento y potencial de comercialización internacional más que por su producción actual, resaltando que a 2014 contó con 213 hectáreas de las cuales se obtuvo una producción de 2.411,40 toneladas y un rendimiento de 11.32 toneladas por hectárea, según estadísticas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y Agronet. Inclusive, la coordinación departamental de la Asociación Hortofrutícola de Colombia (Asohofrucol) se encuentra trabajando con los cultivadores de aguacate del departamento en buenas prácticas agrícolas y en incrementar las hectáreas cultivables para el año 2020 a 800 hectáreas, 300 hectáreas para aguacate Hass y 500 hectáreas para otras variedades como el aguacate Lorena.

Según Corpoica, técnicamente el aguacate pertenece a la familia de las lauráceas. El árbol del aguacate en condiciones normales supera los 10 metros de altura y su copa puede alcanzar los 25 metros de diámetro. El fruto es una baya que cambia su forma acorde a la especie; cuando está maduro el color de la cáscara, puede ser verde claro u oscuro, amarillo, rojo, púrpura, negro o la mezcla de lo anteriores; el color de la pulpa puede ser marfil, amarillo, verde claro, verde y otros; su peso puede oscilar entre los 100 y 3.000 gramos. (Vega, 2012, p.2). Los factores climáticos son un factor crucial para el desarrollo de los cultivos de aguacate y su adaptación varía de acuerdo a la genética de las razas. (Vega, 2012, p.2).

Las tres principales razas de aguacate son Mexicana, Guatemalteca y Antillana. Las tres razas anteriores agrupan una serie de variedades o subespecies de aguacate, las cuales se pueden revisar en la tabla 1 junto con sus principales características (Vega, 2012, p.3).

Tabla 1 Variedades de aguacate según raza

Raza	Altura	Temperatura	Altitud	Peso	Contenido graso	Contenido de Azucar	Variedad
Antillana	Menor a 1.000 msnm	Entre 18°C y 26°C	Entre 75 mm y 250 mm	Entre 250 gr y 2.500 gr	Entre 5% y 15%	5%	Lorena, Peterson, Wilson Simmonds, Booth 8, Catalina, Criollo
Guatemalteca	Entre 1.000 y 2.000 msnm	Entre 4°C y 19°C	Entre 75 mm y 250 mm	Entre 120 gr y 1.500 gr	Entre 5% y 15%	5%	Choquete, Hass, Simpson, Guatemala, Linda, Reed, Itzama, Fujikawa, Hall
Mexicana	De más de 1.700 msnm	Hasta 2,2°C	Entre 30 mm y 80 mm	Entre 80 gr y 250 gr	Hasta el 30%	2%	Azteca, Fuerte, Nabal, Ettinger, Bacon, Duke, Wurtz

Fuente: Modificado de Smith et al. 1992.

Fuente: Smith, 1992 citado por Vega, 2012.

Respecto al rendimiento del cultivo, los rendimientos de los cultivos de aguacate están determinados por factores bióticos, abióticos y de manejo cultural. Se pueden establecer para el trópico de altura o clima frío en Colombia, o con adecuadas características ecológicas y de manejo para las variedades Hass y Fuerte, rendimientos promedios que oscilan entre 8 y 12 toneladas por hectárea, aunque bajo condiciones óptimas de clima, suelo, cultivo y manejo, estos rendimientos se pueden duplicar. En plantaciones en plena producción y cultivos muy especiales, un árbol puede llegar a producir 500 kg de fruta/ por año o más. (Bernal & Díaz,
2008, p.75).

Entre las variedades de aguacate, la variedad Hass cuenta con un alto potencial de exportación pues la demanda en mercados externos es alta y se presenta un buen margen para participar en dichos mercados con la participación de la producción de Norte de Santander. Inclusive, otras variedades del aguacate como Lorena, Choquette o Papelillo pueden presentar cierto potencial para ser comercializadas a nivel nacional y en mercados internacional con tendencias de consumo similares a las de Colombia. De acuerdo con Asohofrucol Norte de Santander (2016), la producción de aguacate Hass en el departamento se concentra en los municipios de Toledo, Labateca y Bochalema mientras que la producción de otras variedades de aguacate, las cuales en conjunto son actualmente de mayor producción que el aguacate Hass, se concentran en los municipios de El Carmen, Convención y La Esperanza.

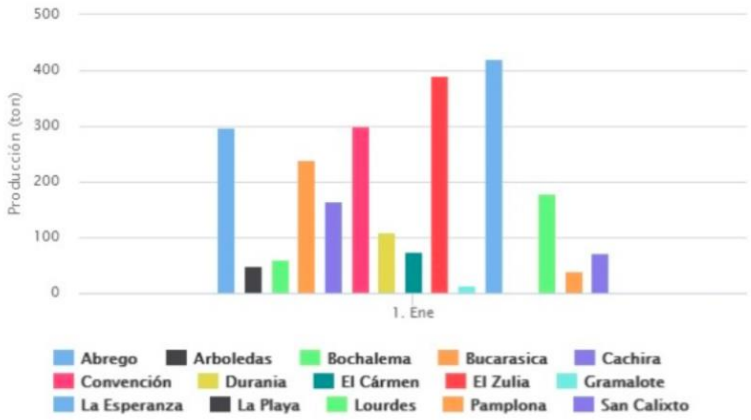


Figura 2 Producción de aguacate en Norte de Santander por municipio, año 2014

Fuente: Agronet

Por otra parte, la cadena de valor del aguacate se diseña a partir de la identificación de las actividades primarias y de apoyo referenciada por Michael Porter. Dentro de las actividades primarias se encuentran la logística de entrada, las ooperaciones, la logística de salida, marketing y ventas y su servicio postventa o seguimiento a clientes. Referente a las actividades de apoyo, se consideran la infraestructura de gestión, el manejo de recursos humanos, el desarrollo tecnológico o técnico y las adquisiciones de soporte.

En cuanto a la importancia de la determinación de la cadena de valor, se busca que los actores actúen como sistema en la búsqueda de beneficios colectivos, fortaleciendo la cooperación, comunicación y coordinación como lo propone Chávez (2012, p.37). Además, considerando el planteamiento de Porter (2006) sobre cadena de valor, al determinar la cadena de valor como herramienta sistemática se pueden analizar las fuentes de la ventaja competitiva y diferenciación a través de los aportes de valor y comportamiento en las actividades primarias y de apoyo, identificando la generación de valor o margen. Inclusive, con la cadena de valor como herramienta diagnóstica del sector se espera contribuir a la reducción de costos, mejorar los ingresos rurales, aumentar el flujo de información entre diferentes eslabones, mejorar la transferencia tecnológica y determinar el nivel de gobernanza de la cadena. (Peña, Nieto & Díaz, 2008, p.79).

4. CONCLUSIONES

El aguacate es una fruta con un alto potencial para aumentar su productividad en Norte de Santander y generar una serie de estrategias desde los productores, gremios, instituciones públicas y privadas, comercializadores, academia, entre otros, con el fin prepararse adecuadamente, trabajar unidos y generar competitividad con el fin de poder ampliar su participación comercial a nivel nacional con variedades verdes como Lorena, Choquette y Papelillo y direccionar un esfuerzo internacional principalmente con la variedad Hass.

Para ello, el diseño de la cadena de valor se convierte en una herramienta de diagnostica pertinente que permite analizar, identificar y evaluar las actividades que

componen la respectiva cadena, la dinámica entre sus actores y los eslabones interdependientes de las cadenas que determinan las generaciones de valor, es decir, el nivel del margen de valor que esté generando o que pueda llegar a generar el sector de aguacate en Norte de Santander. A partir de lo anterior, se pueden resaltar ventajas competitivas del sector que puedan ser aprovechadas con fines de internacionalización así como reforzar los factores por mejorar y elevar el nivel de competitividad.

5. RECOMENDACIONES

El sector de aguacate debe seguir aunando esfuerzos en torno a la asociatividad de sus productores, la productividad de sus cultivos y la competitividad de sus aguacates cosechados con el fin de potenciar la generación de valor dentro de la cadena de valor, lo cual conlleve a un mayor desarrollo comercial y aprovechamiento de la alta demanda internacional por el aguacate.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Hortofrutícola de Colombia (Asohofrucol). (2015). Plan Nacional de Fomento Hortofrutícola Fase 2015. Recuperado de: http://www.asohofrucol.com.co/imagenes/Plan%20Nacional%20de%20Fomento%20Hortifruticola%20Fase%202015.doc

Bernal, J. & Díaz, C. (2008). Tecnología para el cultivo del aguacate. Manual Técnico 5 Corpoica. Rionegro, Colombia.

Chávez, J. (2012). Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: el caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca. Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico. Instituto Tecnológico de Oaxaca. Oaxaca, México. Recuperado de: http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1345/tipo- investigacion.html

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2007). Agenda interna para la productividad y la competitividad: Documento regional Norte de Santander. Recuperado de: http://www.incoder.gov.co/documentos/Estrategia%20de%20Desarrollo%20Rural/Perfiles%20Territoriales/ADR%20Sur%20del%20Cesar/Otra%20Informacion/Agenda%20interna%20Norte%20de%20Santander.pdf

Devoto, R. (2013). Ventaja Competitiva y Cadena de Valor (pp. 1–11). Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Valparaíso, Chile.

Gobernación de Norte de Santander (2016). Plan de Desarrollo para Norte de Santander

2016-2019: Un Norte Productivo para Todos. Cúcuta, Colombia.
Peña, Y., Nieto, P. & Díaz, F. (2008). Cadenas de valor: un enfoque para las agrocadenas. Equidad y Desarrollo, 0(9), 77-85. DOI : http://dx.doi.org/10.19052/ed.279
Porter, M. (2006). Ventaja competitiva. Quinta reimpresión. México: CECSA.
Programa de Transformación Productiva (PTP). (2013). Plan de Negocio Hortofrutícola. Recuperado de: https://www.ptp.com.co/documentos/Plan%20de%20negocio%20hortofrut%C3%ADcola.pdf
Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. México. Editorial Limusa Noriega Editores. Recuperado de: https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf
Vega. J. (2012). El aguacate en Colombia: Estudio de caso de los Montes de María, en el Caribe colombiano. Núm. 171. ISSN 1692-3715.

EXPANSION DE LAS PLATAFORMAS DE E-COMMERCE PARA EL BENEFICIO DE LAS PYMES

AMAIQUEMA RONQUILLO MARIA GABRIELA,ASENCIO CRISTOBAL LUIS ROBERTO,CHAMBA VISCARRA LOLITA CAROLINA,CUICHAN HERRERA KAREN STEPHANIA

RESUMEN:
El comercio internacional se ha dinamizado ofreciendo nuevas herramientas que facilitan el intercambio de productos y de servicios, sin importar el lugar donde se encuentra localizado el comprador y el productor. Actualmente las plataformas de e-commerce o conocidas como marketplaces funcionan como un aliado en la estrategia de exportación y expansión de las empresas, independientemente de su tamaño. El comercio internacional se ha dinamizado ofreciendo nuevas herramientas que facilitan el intercambio de productos y de servicios, sin importar el lugar donde se encuentra localizado el comprador y el productor. Actualmente las plataformas de e-commerce o conocidas como marketplaces funcionan como un aliado en la estrategia de exportación y expansión de las empresas, independientemente de su tamaño. El comercio internacional se ha dinamizado ofreciendo nuevas herramientas que facilitan el intercambio de productos y de servicios, sin importar el lugar donde se encuentra localizado el comprador y el productor. En los últimos años el ambiente empresarial ha experimentado cambios importantes en procesos comerciales y organización de las mismas, ya que éstas como los consumidores han aumentado debido a las posibilidades de negocio que ofrece el internet, basándose en lo que actualmente se denomina e-comerce. Según los datos que presenta el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec), de acuerdo al uso de las tecnologías de información y comunicación (TICs) 2012, en el Ecuador, el 13,9% de los hogares tiene un computador portátil, de los cuales el 20,1% posee Internet inalámbrico, mientras que el 53,5% se conectan mediante acceso a través de modem o línea telefónica convencional. Palabras claves: e-commerce, Ecuador, tecnología, comercio. TICS, Telefonica, internet

INTRODUCCIÓN

Actualmente las plataformas de e-commerce o conocidas como marketplaces funcionan como un aliado en la estrategia de exportación y expansión de las empresas, independientemente de su tamaño.

Las plataformas internacionales que ofrecen tanto comercio electrónico como contacto entre compradores y vendedores sin realizar pagos en línea (Caso Mercado Libre):

1. Amazon.com
2. Mercadolibre.com.ec
3. Aliexpress.com
4. Ebay.com
5. Alibaba.com

Las plataformas más conocidas son Amazon y Alibaba, las que se convirtieron en pieza clave para la nueva concepción del comercio internacional. Amazon, por ejemplo, cerró en el 2015 con 107,000 millones de dólares, un incremento del 20% de sus ventas en el 2014. Aliababa es la plataforma comercial china, la misma que cerró el 2015 con ventas de 410,000 millones de dólares. Este emporio digital ha desarrollado bajo su paraguas varias plataformas especializadas por sector y servicio. La plataforma Tmall vende productos importados, siendo su valor agregado la entrega de productos entre 1 y 2 días. Cuentan también con el

supermercado Caoshi, el cual hace la entrega de alimentos el mismo día que se realiza el pedido. A partir de noviembre de este año, la plataforma Tmall vende mangos de Ecuador4, esta es una de las estrategias utilizadas por el exportador ecuatoriano para ingresar al mercado chino.

Zalando, el Marketplace líder en Europa en el sector de moda, cerró el 2015 con ventas de 3,223 millones de dólares5. Esta plataforma no solo se ha convertido en una vitrina de diferentes marcas, sino que ha dado un paso extra. Su servicio no solo se enfoca en facilitar la venta de productos, también busca satisfacer una necesidad ofreciendo a sus consumidores asesoría de imagen sin costo adicional. De esta manera la plataforma espera establecer una relación a largo plazo con sus clientes, más allá de la simple transacción de productos.

El Marketplace no es solamente una plataforma para promoción y exhibición de productos, sino también es una herramienta para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, contacto con potenciales proveedores de materia prima y complementariedad de servicios. Es así como la plataforma española Autoindustria6 además de ofrecer contacto con proveedores, también es una bolsa de empleo para la industria automovilística.

El comercio electrónico ha sido es una opción importante que ha tenido las PYMES para internacionalizarse sin tener que incrementar sus costos de infraestructura unas de las ventajas de las plataformas e-commerce son:

Ø Exposición de los productos en una vitrina internacional.
Ø Competencia con las grandes empresas.
Ø No existen intermediarios en el cierre de negocios.
Ø Comodidad para el consumidor.
Ø Reducción de gastos operativos al no contar con tiendas físicas.
Ø Incremento en ventas internacionales al estar disponibles 24/7.
Ø Explorar nuevas oportunidades comerciales.
Ø Mejorar la imagen de la empresa. En Guayaquil se ha acogió a una nueva edición que es el E-Commerce Day, uno de los mayores eventos dedicados al comercio electrónico que se realiza en Latinoamérica.

Los premios de E-Commerce Awards, se entregados a seis empresas ecuatorianas.

Los premiados en cada categoría fueron:

· Líderes del Comercio Electrónico en retail en Ecuador: Comandato –www.comandato.com
· Líderes del Comercio Electrónico en turismo en Ecuador: Lan – www.lan.com
· Líderes del Comercio Electrónico y Negocios por Internet en servicios en Ecuador: TicketShow – www.ticketshow.com.ec
· Líderes abriendo nuevos mercados en Comercio Electrónico en Ecuador: Páginas Amarillas Ecuador – www.edina.com.ec/guia-telefonica
· Nuevos actores en Comercio Electrónico en Ecuador: Bakanes – www.bakanes.com
· Empresa más innovadora del Comercio Electrónico y los negocios por Internet en Ecuador: Neverland Moda – www.neverlandmoda.com

Según los organizadores, los E-Commerce Awards son premios creados para distinguir a las empresas y emprendimientos que por su labor en el sector del comercio electrónico y los negocios por Internet han contribuido con su innovación y desarrollo a potenciar el mercado en la red y la economía digital.

Estas plataformas ha ayudado mucho al comercio dentro y fuera de un país por lo cual ha sido una ventaja positiva El E-Commerce está en plena expansión en el mundo.

Ecuador también está evolucionando positivamente en este canal de venta por lo que el empresario ecuatoriano debe implementar estrategias que den una experiencia de compra online perfecta.

El consumidor ecuatoriano está dispuesto a realizar transacciones y compras en línea, lamentablemente en muchos casos las limitaciones vienen de parte de locales comerciales o

proveedores que no crean ofertas atractivas para consumidores haciendo difícil que se realicen este tipo de transacciones.
Las oportunidades se encuentran disponibles, depende de nosotros el captar usuarios que buscan invertir menos tiempo y dinero haciendo más eficiente nuestra gestión mejorando la experiencia de usuarios.

Marco Teórico

E-Commerce

Porque hacer comercio electrónico no significa solamente comprar cosas a través de la red de redes, sino la posibilidad de establecer una línea de comercio estable y realizar a través de medios electrónicos toda una conducta mercantil que incluye ofertas, pedidos, negociaciones, en general todo lo que es usual en el comportamiento de la vida mercantil, incluyendo todos los problemas legales que conllevan, y que es ajeno al entorno electrónico (Rossello, 2001)

World Wide Web

Durante los últimos años ochenta Internet creció hasta incluir el potencial informático de las universidades y de los centros de investigación, lo que unido a la posterior incorporación de empresas privadas, organismos públicos y asociaciones de todo el mundo, supuso un fuerte impulso para Internet que dejó de ser un proyecto con protección estatal para convertirse en la mayor red de ordenadores del mundo, formado por más de cincuenta mil redes, cuatro millones de sistemas y más de setenta millones de usuarios . (Society, 2003)

REDES SOCIALES

García afirma que las redes sociales son sin lugar a duda una de las mayores innovaciones de la Web 2.0. Construidas con el propósito de interconectar a los usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas, fotografías, videos y elementos multimedia de todo tipo (atribuyéndose una buena parte del tráfico de información en la red mundial de internet), estas herramientas se están volviendo esenciales en la vida cotidiana de las personas. (Garcia, 2009)

FTP (File Transfer Protocol)

Servidor FTP: “FTP es un protocolo de red para la transferencia de archivos entre sistemas conectados a una red TCP, basado en la arquitectura cliente-servidor.” (Morales, 2009)

Análisis y resultados

Las plataformas más conocidas son Amazon y alibaba las que se convirtieron en piezas clave para la nueva concepción del comercio internacional. Amazon, por ejemplo, cerro en el 2015 con 107.00 millones de dólares, un incremento del 20% de sus ventas en el 2014.l plataforma se ha expandido a otro mercado y ha desarrollado proyecto de innovación tecnología e la mano gigante como Bosch, Siemen, kyocera entre otros.
Aliababa es la plataforma comercial china, la misma que cerro e el 2015 con ventas de 410.000 millones de dólares. este emporio digital ha desarrollado bajo sus paraguas varias plataformas especializada por sector y servicios. La plataforma Tmall vende productos importados, siendo su valor agregado la entrega del producto entre uno o dos días.
Esta gigantesca cifra supone un crecimiento del 20.2% con respecto a los 89.000 millones de dólares logrados en el ejercicio del 2014. Sin embrago recomienda guarda la compostura pues lo ingresos operativos para la compañía termina siendo de 2.200 millones de dólares esto equivale más de 2.028 millones de euros, frente a los 241 millones de perdida netas del 2014.
El Marketplace nones solamente una plataforma para promoción e y exhibición de productos, si no también es una herramienta para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios, contactos con proveedores, también es una bolsa de empleo para la industria automovilística.
El comercio electrónico es una opción para las PYMES para internacionalizarse sin tener que incrementar su costo de infraestructura. (ROCAMORA, 2016)Entre las ventajas del uso de las plataformas e-commerce, se pueden señalar las siguientes:
· Exposición de los productos en una vitrina internacional.

· Competencia con las grandes empresas.
· No existen intermediarios en el cierre de negocios.
· Comodidad para el consumidor.

CONCLUSIÓN

En conclusión tenemos que aquellas plataformas son vías de acceso para poder comercializar aquellos productos y encontrar oportunidades de negocios, también podemos
observar que mediante esta plataforma podemos internacionalizarnos con nuestros proyectos de innovación.
Las PYMES mediantes el uso o manejo de plataformas electrónicas, las mismas que son parte del Comercio Electrónico, permiten mediante estas internacionalizarse y dar a conocer sus productos, cabe recalcar que la ventaja que tienen es que estas pequeñas y grandes empresas, puedan mejorar sus costos en infraestructuras y a su vez incrementar sus ventas y obtener mayor ganancia.

RECOMENDACIONES

Los e-commerce tiene beneficios grandes rasgos del comercio electrónico es la manera de llegar a nuevos mercados, clientes y proveedores así como la flexibilidad y adaptabilidad que permite en los negocios y la rapidez en las transacciones.
Las empresas necesitan innovar en este tipo de tecnologías, ya que con esta manera podrán obtener más ganancias y podrán expandirse gracias a este comercio.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos con todo el corazón a Dios por la vida que nos obsequia cada día, Así mismo gratifico a vuestros padres.
Finalmente retribuimos el apoyo a la Econ. Lolita Chamba que nos ha brindado su confianza, ayuda y colaboración en cada momento de consulta, además se ha convertido en
un estribo muy importante en la resolución de este artículo de investigación, y por la paciencia que nos ha dado durante este tiempo transcurrido de clases.

REFERENCIAS

Gabriel Buendía, E. S. (JULIO de 2015). Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuado. Obtenido de Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuado: www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/e-commerce.htm
GABRIEL BUENDIA, E. S. (JULIO,2015). "ANALISIS DEL E-COMMERCE EN EL ECUADOR". REVISTA OBSERVATORIO DE LA ECONOMIA LATINOAMERICANA ECUADOR.
Garcia. (2009). Estrategias de marketing con redes sociales . redalyc, 23.
Morales. (2009). IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVIDOR FTP UTILIZANDO EL MODELO. Redalyc, 8.
ROCAMORA, J. (31 de 12 de 2016). marketing4ecommerce. Obtenido de https://marketing4ecommerce.net/resultados-de-amazon-2015/
Rossello. (2001). El e-commerce a nivel internacional. redalyc, 50.
Society, I. (2003). El desarrollo de la Worl Wide Web en España. Redalyc, 25.

LA MANCHA BLANCA COMO FACTOR EXOGENO PARA EL INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE CAMARÓN ECUATORIANO HACIA BRASIL

Bustamante Guerrero Luis Alberto[105] Chamba Viscarra Lolita Carolina[106]

Idrovo Franco Carlos[107] Romero Reyes Arturo[108]

RESUMEN

En la actualidad existen varios países exportadores de camarón alrededor del mundo, compitiendo por mejorar su calidad con ayuda de nuevas tecnologías en el pasar de los años. Aunque muchos países cuenten con la mejor tecnología para producir camarón, no están completamente seguros de la enfermedad de la mancha blanca. Brasil ha tenido una gran posición en el mercado tanto local como internacional, pero la aparición de la mancha blanca ha perjudicado su posicionamiento principalmente a nivel local, debido que para salvaguardar su producción nacional no permitía las importaciones del camarón. Ecuador uno de los principales competidores que tiene Brasil en la exportación del camarón ha tomado una ligera ventaja para mejorar su comercio internacional con este país, ya que abrirá grandes oportunidades a distintos empresarios dentro del país así como la generación de empleo, aumentando la producción sostenida del camarón y el incremento de la economía.

Palabras Clave: Camarón, Epidemia, Exportación, Mancha Blanca, Oportunidad Comercial

105

106

107

108

ABSTRACT
There are now several shrimp exporting countries around the world, competing to improve their quality with the help of new technologies over the years. Although many countries have the best technology to produce shrimp, they are not completely sure about white spot disease. Brazil has had a great position in the market both local and international, but the appearance of the white spot has affected its position mainly locally, because to safeguard its national production did not allow imports of shrimp. Ecuador one of Brazil's main competitors in the export of shrimp has taken a slight advantage to improve its international trade with this country, since it will open great opportunities to different entrepreneurs within the country as well as the generation of employment, increasing the sustained production Of the shrimp and the increase of the economy.
Keywords: Shrimp, Epidemic, Export, White Spot, Commercial Opportunity

INTRODUCCIÓN

Este artículo permitirá tener una visión más clara de las oportunidades que el Ecuador tiene para la exportación del camarón al mercado brasileño por la gran crisis que este país enfrenta que es, la aparición de la mancha blanca. El camarón brasileño ha sido afectado desde el 2016 por esta enfermedad perjudicando a más del 50% de sus exportaciones y aún más perjudicando su consumo interno, ya que la poca cantidad de oferta de este producto en supermercados ha ocasionado un alza en el precio del mismo.

Para salvaguardar la producción en el 2016 mediante decreto judicial se impidieron las importaciones provenientes de Argentina, pero grandes empresas han logrado la importación del camarón proveniente de nuestro país, ya que si no se realizaba esta medida, no solamente se perjudican los productores sino toda la cadena que oferta este producto.

Debido a esto, tanto productores como exportadores ecuatorianos deben realizar todo tipo de trámites de establecimientos y etiquetas para que el camarón ecuatoriano ingrese sin problema alguno a este mercado.

MARCO TEÓRICO

Camarón

Los camarones son crustáceos decápodos (con diez patas) que miden entre 10 a 15 centímetros de longitud, conocidos también con los nombres de Quisquillas, Esquilas, Gambas o Carideas, su nombre científico es Palaemon Serratus. Estos pueden vivir en aguas dulces y salobres; es decir, se adaptan perfectamente a climas templados, fríos y tropicales. Por lo que existen tres variedades básicas de camarón en el mercado mundial, en relación a su origen:

- De agua fría: son pequeños y viven en aguas oceánicas frías.
- De aguas tropicales: gran tamaño pero su tiempo de vida es corto, se desenvuelven en aguas tropicales cálidas. En esta clasificación se encuentran las variedades mayormente comerciadas a nivel mundial.
- De agua dulce: viven en ríos y lagos, y en regiones cálidas llegan a tener gran tamaño.

Ecuador posee principalmente camarones de aguas tropicales, la primordial especie de cultivo en la costa ecuatoriana es el camarón blanco del Pacífico, 95% de la producción es de la especie Litopenaeus vannamei (de la familia Litopenaeus), que se considera una de las más resistentes a cambios de salinidad. El 5% restante lo abarca el Litopenaeus Stylirostris. Especies como el Litopenaeus Occidentalis, Litopenaeus Californiensis y Litopenaeus Monodon se cultivan en menores cantidades. (Pro Ecuador, 2012)

Producción en Ecuador

La producción de este crustáceo en ecuador se centra en la costa continental específicamente en las provincias de Guayas, Los Ríos, Manabí, esmeraldas, Santa Elena y El Oro. En los estuarios del Archipiélago de Jambelí, Río Guayas, Estero Salado, Bahía de Caráquez, Cojimies, Muisne y San Lorenzo. Pero teniendo como mayores productores a Guayas y El Oro (Existiendo una diferencia relevante en la cantidad que producen estas provincias). (MAGAP,

2017). Con un total de 220 hectáreas vuelven a Ecuador en el mayor productor del crustáceo de los países de Latinoamérica.

Métodos de cultivo del Camarón

El camarón que es criado en granjas (suele ser también denominado camarón de estanque, de cultivo, maricultivo y acuacultura) crece en un ambiente controlado. Ya que el camarón cultivado en granjas crece naturalmente en ambientes marinos de aguas tropicales, las granjas camaroneras se localizan a lo largo de las costas tropicales y subtropicales, a distancias cortas para facilitar el bombeo del agua proveniente del mar o los esteros hacia las instalaciones. La selección del sitio donde ubicar la granja es una de las dos principales consideraciones de manejo en esta industria, siendo la otra el método de maximizar la eficiencia de la crianza, para llevar los camarones juveniles a los tamaños de mercado.

En la actualidad hay proyectos de maricultura como las jaulas marinas, impulsados por el ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), este proyecto consiste en sumergir jaulas de nylon a tres millas náuticas de la costa con una cantidad de larvas de camarón para su desarrollo y posterior cosecha, que apuntan a cambiar el tipo de crianza de este crustáceo y el desarrollo de comunidades artesanales de la zona.

Enfermedades en la acuicultura

La aparición de enfermedades en animales acuáticos es una amenaza económica permanente y un desafío de gestión para la industria acuícola. El impacto de enfermedades puede afectar la sanidad y bienestar de los animales acuáticos, el comercio y la salud humana.

Mancha Blanca o White Spot Syndrome Virus – WSSV

Es una enfermedad producida por el virus del síndrome de las manchas blancas (white spot syndrome virus - WSSV), y produce alta mortalidad en postlarvas y camarones juveniles (puede ser cercana al 100% en pocos días); es de curso agudo y se transmite de forma horizontal o vertical (zooplancton, agua contaminada, sedimentos del fondo de los estanques, canibalismo y predación). Las manifestaciones de la enfermedad suelen aparecer durante los primeros 30-50 días de cultivo en los estanques de producción.

El estrés es un factor fundamental en el desarrollo de la enfermedad, se ve una marcada relación entre la temperatura inferior a 27°C y la aparición de la enfermedad. Por encima de esta, los camarones infectados con el WSSV pueden permanecer como portadores asintomáticos.

Otros factores que producen estrés y que desencadenan la enfermedad en camarones infectados por el WSSV, son niveles bajos de oxígeno disuelto, valores extremos de pH, cambios súbitos de la calidad del agua, altos niveles de sólidos en suspensión, sustancias tóxicas en el agua.

Antecedentes

El WSSV se detectó por vez primera en Taiwán, en 1992, y se dispersó rápidamente por el continente asiático; en 1995 fue registrado en Texas, y hasta el año 2000 se confirmó su presencia en México, donde causó mortalidades cercanas a 100% en cultivos de camarón blanco P. vannamei. En Sonora, durante el ciclo de cultivo de camarón de 2005, el virus provocó pérdidas importantes cercanas a 15,000 toneladas (Sanchez A, 2010)

Mancha Blanca en Brasil

La mancha blanca fue detectada por primera vez por productores de camarón de Santa Catarina en 2004, y en 2008 llegó al estado de Bahía. Unos años más tarde, en 2012, afectó a productores de Pernambuco, en 2014 a Río Grande del Norte, y este año a Ceará.

En la actualidad, el estado de Ceará es el mayor productor de camarón en Brasil. El año pasado su producción fue de 76.000 toneladas, volumen equivalente al 65,7 % de la producción total de camarón en Brasil.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Diseño de la Investigación

El presente artículo es de carácter cualitativo, ya que los datos que fueron utilizados son de fuentes secundarias; es decir, libros, artículos científicos y documentos.

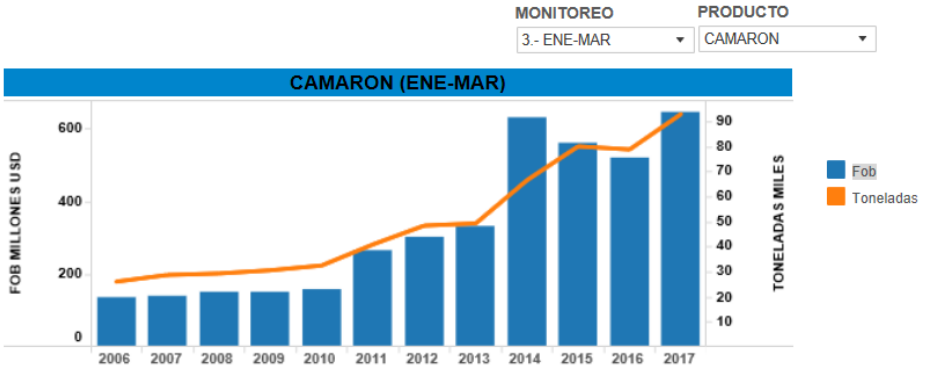
Procedimiento

La recolección de datos que se realizo fue para buscar toda información con respecto a las oportunidades que tiene el Ecuador para exportar el camarón al mercado brasileño.

RESULTADOS

Hasta marzo del 2017 las exportaciones no petroleras de los principales productos dentro del sector de la Acuacultura específicamente del camarón tuvo un declive en cuanto a los años anteriores, como se muestra en el gráfico Nº 1, a pesar de que actualmente Vietnam, Estados Unidos y Francia son los principales importadores de este producto, como se muestra en el gráfico Nº 2, no se descarta la posibilidad del ingreso del camarón ecuatoriano a Brasil ya que de acuerdo a Jorge Romero, Subsecretario de Acuacultura indica que: Ecuador produce 420 mil toneladas métricas de camarón, 370 mil son para exportación, por lo que es capaz de suplir el déficit de 40 mil toneladas que actualmente tiene Brasil a causa de la mancha blanca. Se estima que las exportaciones inicien en un mes cuando culmine todo el proceso sanitario (El Productor, Mayo), generando así una expansión del mercado de dicho producto.

Gráfico Nº 1: Evolución de las exportaciones no petroleras (camarón)



VARIACIONES CAMARON (ENE-MAR)

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	TCPA
FOB%	3,09%	7,73%	-0,54%	4,97%	66,17%	13,73%	9,53%	91,17%	-11,10%	-7,61%	24,57%	15,09%
TON%	10,15%	2,05%	4,25%	6,21%	25,73%	18,29%	1,72%	34,97%	20,23%	-1,57%	17,89%	12,20%

Fuente: *Banco Central del Ecuador*

"En 2016 el país exportó 810 millones de libras de camarón a más de 55 mercados de destino, representando $ 2.562 millones" (El Telégrafo, 2017)

Gráfico Nº 2: Camarón miles USD FOB (ENE-MAR)

CAMARON MILES USD FOB (ENE-MAR)

PAÍS	2014		2015		2016		2017	
	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON
VIET NAM	134.178	15.121	227.706	34.858	203.813	32.964	299.741	47.025
ESTADOS UNIDOS	206.614	19.707	152.872	20.358	111.288	15.383	130.317	16.704
FRANCIA	58.500	7.092	38.685	5.869	47.156	7.785	45.180	6.585
ESPAÑA	62.416	7.541	36.828	5.358	38.121	5.894	35.114	5.210
ITALIA	50.519	5.401	29.899	4.406	36.837	5.326	36.495	4.933
CHINA	25.775	2.553	7.747	1.097	22.883	3.415	15.429	2.128
COREA DEL SUR	4.510	462	8.720	1.079	6.895	963	13.920	1.750
COLOMBIA	9.616	1.197	6.697	1.018	6.383	1.170	9.426	1.474
BÉLGICA	11.960	1.153	6.282	677	5.512	759	5.540	537
REINO UNIDO	6.402	510	3.278	337	4.975	650	5.847	687

Fuente: *Banco Central del Ecuador*

La apertura del mercado de Brasil representa al mundo entre 65.000 y 70.000 toneladas métricas de camarón, que equivale al 70% de lo que Ecuador le vende a Estados Unidos. "Es un mercado enorme, más allá de los 200 millones de habitantes, es muy cercano y con precio para nuestro producto bastante atractivo". De enero a febrero de este año se exportaron entre $ 240 millones y $ 250 millones del crustáceo, de los cuales el 50% se destinó a países asiáticos, el 25% a la Unión Europea (UE) y el 22% a Estados Unidos (El Telégrafo, 2017)

En Ecuador, el camarón representa el 2.5% del PIB. Exportar a Brasil significa un logro, ya que cuenta con el mercado más grande de Latinoamérica, lo que permitiría mejorar la competitividad del sector, diversificar los mercados de exportación de camarón, aumento en la producción, y mejoramiento de los precios de exportación (MAGAP, 2017)

CONCLUSIONES

A pesar de que puedan existir bloqueos comerciales de diversos productos a distintos mercados, es necesario estar abierto a diálogos comerciales entre países para poder impulsar productos garantizados que puede ofrecer nuestro país. De acuerdo a la información recabada el ingreso del camarón al mercado brasileño abrirá grandes oportunidades a distintos empresarios dentro del país así como la generación de empleo, aumentando la producción sostenida del camarón y el incremento de la economía, así como de las exportaciones no tradicionales del Ecuador, dando a conocer que nuestro producto puede competir a nivel internacional.

RECOMENDACIONES

- Regular e incentivar a las pequeñas camaroneras a impulsar la producción de su producto en conjunto con diversas empresas exportadoras.
- Mantener y proponer distintos tratados comerciales entre productores e importadores, conociendo los procedimientos sanitarios a los que se deben acoger para la correcta exportación de este crustáceo.

REFERENCIAS

El Productor. (5 de 2017 de Mayo). *El productor*. Obtenido de https://elproductor.com/2017/05/05/ecuador-estima-exportar-camaron-a-brasil-en-un-mes/

El Telégrafo. (18 de Abril de 2017). País negocia reingreso del camarón a Brasil. págs. http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/pais-negocia-reingreso-del-camaron-a-brasil.

MAGAP. (20 de Mayo de 2017). *Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de http://www.viceministerioap.gob.ec/subpesca3073-ecuador-finiquita-detalles-para-concretar-exportacion-de-camaron-a-brasil.html

MAGAP. (21 de Mayo de 2017). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.* Obtenido de www.agricultura.gob.ec/

Pro Ecuador. (2012). *Pro Ecuador*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CAMAR%C3%93N_REINO-UNIDO.pdf

Sanchez A, M. F. (Julio de 2010). *Ciencia y Desarrollo.* Obtenido de http://www.cyd.conacyt.gob.mx/244/Articulos/Virus_gran_amenaza/VirusCamaron2.html

EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO Y SU RELACIÓN CON LA MALDICIÓN DE LOS RECURSOS. EL CASO DE MÉXICO EN LA ACTUALIDAD

Sergio Solís Tepexpa[109], Luis Fernando Muñoz González[110]

INTRODUCCIÓN

En materia de teoría económica existen diversas explicaciones sobre el comportamiento de aquellas economías ricas en recursos naturales, pero con crecimientos magros, nulos o incluso con crisis. Una de estas explicaciones hace referencia a la llamada "maldición de los recursos naturales", un tema tan paradójico como controvertido que ha tomado cada vez mayor relevancia, sobre todo para los países en desarrollo. La problemática en cuestión se ha apreciado en Europa, Asia, pero sobre todo en el ámbito latinoamericano (Pampillón: 2007; Sardi: 2012). En ese sentido, resulta primordial evaluar cuantitativamente la presencia de este síndrome, a efectos de estar en condiciones de explicar de manera más acuciosa el impacto de las variables involucradas, así como de las medidas que se puedan tomar al respecto.

MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

De acuerdo a Sánchez (2016: 2) dentro de este marco conceptual, el repentino auge en algún sector de recursos naturales en abundancia, puede resultar en una pérdida de competitividad en otros sectores productivos de la economía, tales como la manufactura y el sector agrícola. Esta tesis propone que el repentino auge en el sector asociado a algún recurso natural es seguido por un incremento en las exportaciones de materias primas de ese sector y un decrecimiento en la producción y exportación de los sectores productivos no incluidos en dicho auge, dado lo anterior, existe una apreciación del tipo de cambio real. Por lo tanto, el capital y el trabajo se mueven de los

[109] Profesor – Investigador del Área Análisis y Gestión Socioeconómica de las Organizaciones. Departamento de Producción Económica. UAM – Xochimilco. E-mail: solin77@gmail.com, ssolis@correo.xoc.uam.mx
[110] Profesor – Investigador del Departamento de Producción Económica. UAM – Xochimilco, E mail: lfmg60@gmail.com

sectores fuera del auge, hacia el sector en auge generando un proceso de desindustrialización[111] nacional. En el largo plazo, las consecuencias son una caída en el nivel del producto manufacturero y el empleo de este sector; un deterioro de la balanza comercial manufacturera y una caída en la tasa de retorno real de los factores de producción en el sector manufacturero.

En este contexto es que se pretende ubicar la situación actual en México, ya que el petróleo - el recurso natural en auge – y la industria a su alrededor, han acaparado la mayor parte de los recursos para inversión en los últimos treinta años. El tema toma mayor importancia a partir de la reforma energética impulsada por la administración de Enrique Peña Nieto, que prometía un nuevo proceso de auge del petróleo en un contexto internacional de caída en los precios del hidrocarburo y su repercusión en la entrada de divisas. En especial, se plantea la influencia de la volatilidad del precio del petróleo en la apreciación o depreciación del tipo de cambio.

El recurso natural que mayor auge ha tenido en los últimos tiempos en México es el petróleo, y se ha convertido en una fuente de ingresos primordial para la economía nacional. Sin embargo, la economía mexicana ha sufrido de manera significativa los embates de la volatilidad del precio de esta materia prima debido a que la industria petrolera se ha centrado en la extracción.

Durante el sexenio del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940) se dieron las condiciones para que se realizara la expropiación de la industria petrolera mexicana, en poder de empresas extranjeras. En 1934, debido a diversos acontecimientos internacionales, entre ellos la caída en el precio y de la demanda del hidrocarburo, el gobierno mexicano impulsa la creación de Petróleos de México A.C. (Petromex), encargada de fomentar la inversión nacional en la industria petrolera, la cual en 1938 tomaría el nombre de Petróleos Mexicanos (PEMEX).

Durante la década de los sesenta, PEMEX dejó de exportar crudo por primera vez en su historia y redujo sustancialmente las exportaciones de derivados y gas natural, además de que la producción nacional ya no permitía satisfacer plenamente la demanda interna. Hasta que en 1971, se descubre Cantarell considerado uno de los 100 campos petroleros más importantes en el mundo a lo largo de la historia, contribuyendo con grandes volúmenes de hidrocarburos y de renta petrolera.(Romo,

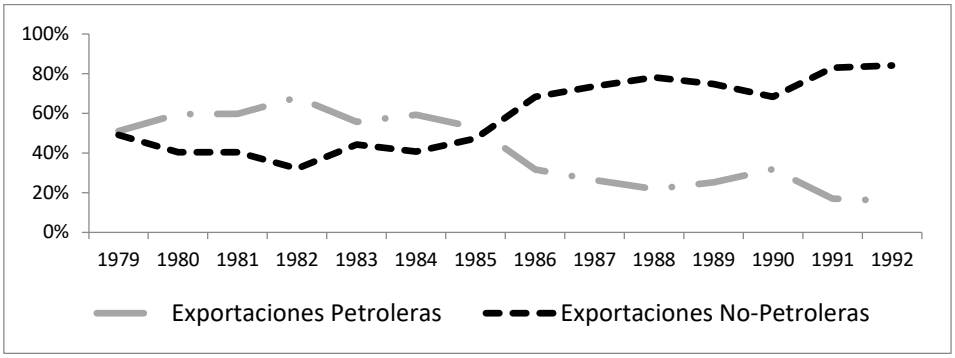
[111] Stijns (2003 en Morales, 2012: 18) plantea que existen dos tipos de desindustrialización: la desindustrialización directa donde existe un movimiento del factor trabajo desde el sector manufacturero hacia el sector en auge. Y la desindustrialización indirecta como el movimiento de factores fuera del sector no-transables junto con el incremento de la demanda de bienes de ese sector debido al efecto gasto, lo que genera finalmente un traslado de la fuerza laboral desde el sector manufacturero hacia el sector no-transable.

2015). A partir de 1980, la producción de petróleo muestra un mayor incremento, es por ello que después de este año se realiza un análisis más profundo en relación a la producción, precio e ingresos del sector petrolero (Aguirre Botello , 2014).

Gráfica 1

Exportaciones Petroleras vs Exportaciones No-Petroleras

Como porcentaje del Total de exportaciones (1980 – 1992)



Fuente: Elaboración propia con datos de Banxico, 2016

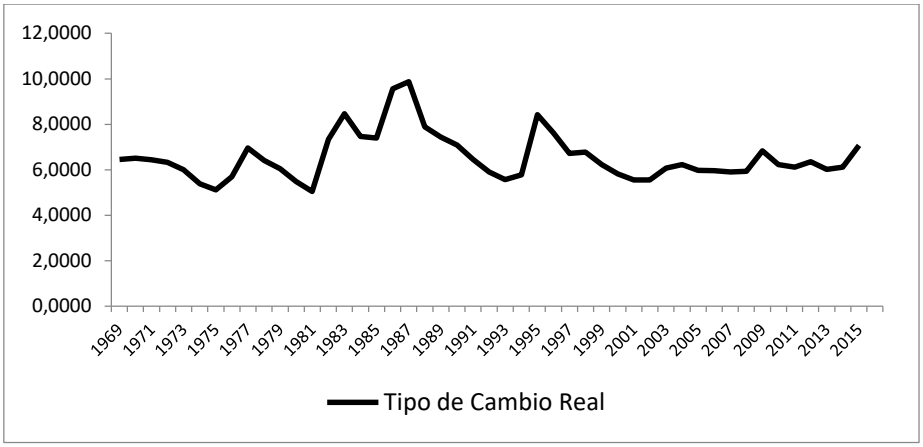
En la gráfica anterior se puede observar como las exportaciones petroleras desplazaron a las no petroleras (manufactura y agrícola, principalmente) de manera significativa durante seis años.

Una economía muestra síntomas de Enfermedad Holandesa si un sector de recurso natural abundante inicia un periodo de auge y desplaza a los otros sectores en su participación en la economía. En especial se habla de que existe un auge en el sector externo por parte del recurso natural. En el caso de México, en los años ochenta se muestra este comportamiento en cuanto a exportaciones, pero la teoría también plantea que el tipo de cambio real se apreciará de manera significativa debido a la entrada de divisas por la venta de recurso natural. En la siguiente gráfica se puede observar que durante el periodo citado, el tipo de cambio real peso-dólar estadounidense tuvo una pequeña apreciación de 1979 a 1981, que fue revertida como un mecanismo de política económica ante la caída de los precios del petróleo y el incremento en la deuda externa.

Gráfica 2

Tipo de Cambio Real Peso-US Dólar, 1980 – 2015

Base:1980



Fuente: Elaboración propia con datos del Centro de Estudios de Finanzas Públicas (CEFP, 2016)

Dado este escenario, se pueden observar indicios de enfermedad holandesa en México, debido al petróleo y por el descubrimiento del yacimiento de Cantarell principalmente. Además, desde los años ochenta, la política económica ha girado alrededor del sector petrolero de extracción y no se ha generado un proceso de industrialización en este sector.

El inicio del siglo XXI ha mostrado que los mercados financieros y las economías a nivel global son sumamente sensibles a los procesos especulativos en diversos activos financieros. Ante este escenario existe una constante turbulencia en los mercados financieros, que impacta en la economía real de diversas formas, una de ellas, el nivel del tipo de cambio. En Latinoamérica las fluctuaciones en el tipo de cambio con respecto al dólar americano son una preocupación constante para la política económica en cada país y se buscan diversas explicaciones a las constantes depreciaciones que sufren las monedas latinoamericanas.

Aún y cuando se ha logrado un avance en la estructura exportadora del país, forzado por la caída en las reservas petroleras y la falta de inversión en el sector, las autoridades financieras y monetarias siguen responsabilizando al petróleo de la volatilidad del tipo de cambio peso-dólar. En este contexto, los precios pueden sufrir variaciones constantes que denotan inestabilidad y generan percepciones de riesgo e incertidumbre en el mercado. Por ello, antes de iniciar el análisis especifico de las variables, es necesario platear una breve explicación del concepto de volatilidad. La volatilidad en finanzas es "una medida del riesgo basado en la desviación estándar del rendimiento del activo" (NASDAQ, 2011), determina el grado de incertidumbre existente en los mercados financieros y es útil para medir y estimar las variaciones aleatorias en la rentabilidad de diferentes activos financieros, es decir, se relaciona la amplitud de las fluctuaciones del rendimiento alrededor de su media. A mayores fluctuaciones, mayor será la volatilidad y viceversa, si son menores, también lo será su volatilidad y por ende el grado de riesgo. En este sentido, una de las características de la volatilidad se refiere a que pueden producirse movimientos conjuntos en la misma, es decir, cambios en un determinado mercado relacionados con los producidos en

otros mercados. Se estudian utilizando modelos multivariantes de heterocedasticidad condicional o de volatilidad estocástica

En este estudio interesa identificar si la volatilidad del tipo de cambio sigue teniendo un origen petrolero o responde a otros factores que se estudiarán en otra ocasión. Para ello, se conformó una base de datos con datos diarios de mayo de 2010 a agosto de 2016, donde se han observado periodos de depreciación del tipo de cambio altamente significativos. Este tipo de volatilidad histórica está condicionada por el intervalo de tiempo seleccionado para su estudio y por las características del precio del activo (por ejemplo si son precios de apertura o de cierre) y dado que la volatilidad tanto del precio del petróleo como de la tipo de cambio han cambiado a lo largo del tiempo, se puede estimar utilizando modelos de heterocedasticidad condicional autorregresiva o modelos de volatilidad estocástica.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Las variables que se utilizan para el modelo son: el Tipo de Cambio Fix (FIX), el precio de la mezcla mexicana (MME) y la tasa de interés del la letra del tesoro a 10 años, conocido como T-Bond 10 (TB 10).

Un modelo que ha sido muy popular es el condicional autorregresivo generalizado con heterocedasticidad**,** propuesto por Bollerslev. El modelo GARCH más simple es el GARCH (1,1), que puede expresarse como:

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 u_{t-1}^2 + \alpha_2 \sigma_{t-1}^2$$

El cual enuncia que la varianza condicional de *u* en el tiempo *t* depende no solo del término de error al cuadrado del periodo anterior, sino también de su varianza condicional en el periodo anterior. Este modelo puede generalizarse al modelo GARCH (*p, q*) en el que existen *p* términos rezagados del término de error al cuadrado y *q* términos de las varianzas condicionales rezagadas.

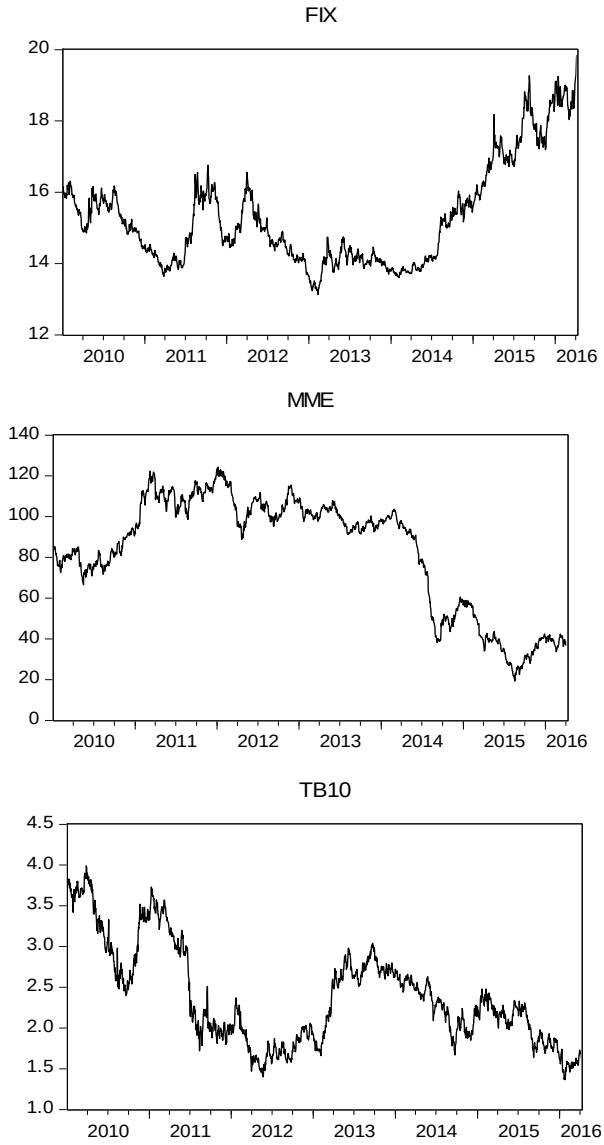
RESULTADOS

Como primer paso se realiza un análisis del comportamiento en niveles de las variables de estudio. En la siguiente gráfica se puede observar que el tipo de cambio Fix prácticamente no muestra una tendencia de largo plazo en el periodo 2010 a 2014, sin embargo, a partir del segundo semestre de 2014 existe un proceso de depreciación muy fuerte hasta el final del periodo de estudio. Por su parte, el precio de la Mezcla Mexicana muestra una tendencia hacia la baja que parece

detenerse a finales del año 2015. En el caso de la tercera variable que se utiliza, es claro que la economía de Estados Unidos se recupera pues la tasa libre de riesgo baja de manera significativa a lo largo del periodo de análisis.

Gráfica 3

Comportamiento del Tipo de Cambio (FIX), Mezcla Mexicana de Petróleo (MME) y Tasa de Interés de Letras del Tesoro (TB-10)



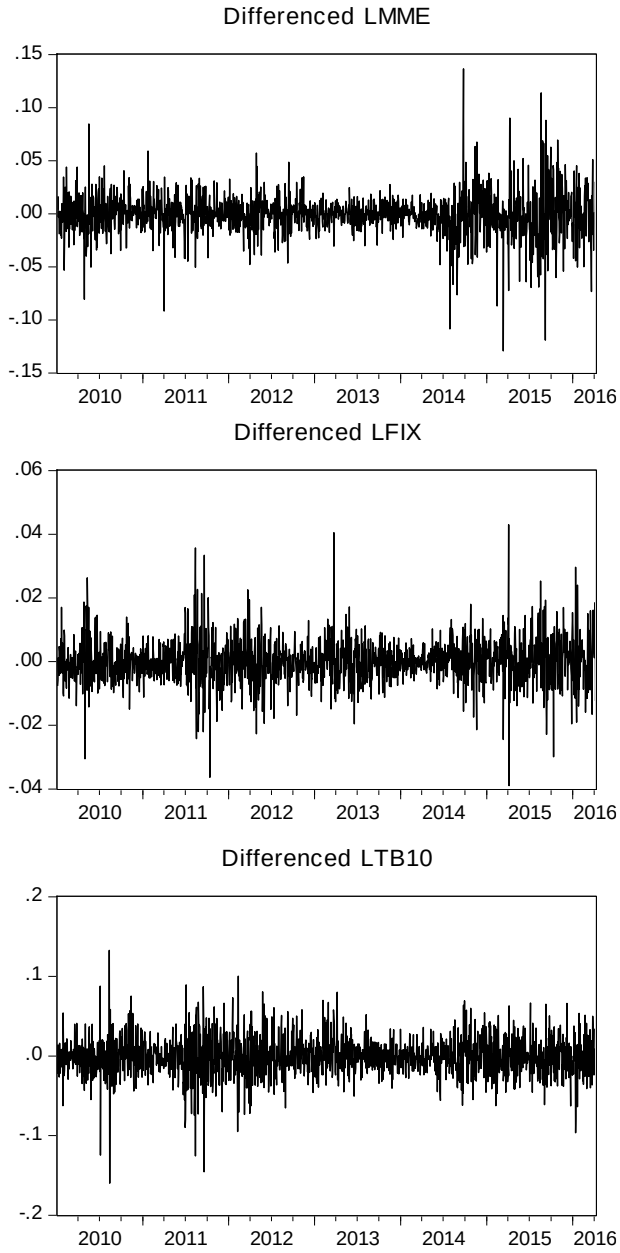
Fuente: Elaboración propia con datos de Economatica

Se realizaron las pruebas de raíces unitarias de las cuales se determinó que las variables tenían un orden de integración uno, es decir, las tres variables eran I(1), por lo que se podían

diferenciar una vez para hacerlas estacionarias y con ello también se obtienen los rendimientos como se muestran en las siguientes graficas:

Gráfica 4

Rendimientos del Tipo de Cambio (FIX), Mezcla Mexicana de Petróleo (MME) y Tasa de Interés de Letras del Tesoro (TB-10)



Fuente: Elaboración propia con datos de Economatica

En la gráfica 4, se observa que existe un proceso de volatilidad aleatoria de los rendimientos de cada una de las variables, además, se observa que la varianza no es constante a lo largo del periodo de análisis. Tanto en el FIX como en la MME existen periodos de alta volatilidad en sus rendimientos, que parecen coincidir, por ejemplo en los años 2010, 2015 y 2016. Dado esto se plantea un modelo GARCH que arroja los siguientes resultados:

Tabla 1

Resultados del Modelo GARCH

GARCH = C(4) + C(5)*RESID(-1)^2 + C(6)*GARCH(-1)

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
DLMME	-0.096308	0.005757	-16.72824	0.0000
DLTB10	-0.031397	0.004843	-6.483265	0.0000
C	-0.000199	0.000134	-1.483339	0.1380
Variance Equation				
C	7.42E-07	1.93E-07	3.835410	0.0001
RESID(-1)^2	0.083800	0.008801	9.521983	0.0000
GARCH(-1)	0.903831	0.010336	87.44175	0.0000
R-squared	0.143761	Mean dependent var		0.000121
Adjusted R-squared	0.142711	S.D. dependent var		0.007052
S.E. of regression	0.006529	Akaike info criterion		-7.345194
Sum squared resid	0.069536	Schwarz criterion		-7.325369
Log likelihood	6007.023	Hannan-Quinn criter.		-7.337840
Durbin-Watson stat	1.952758			

Fuente: Elaboración Propia con datos de Economatica

En la tabla anterior se observa que a excepción del primer intercepto (C) todos los demás coeficientes son significativos, sin embargo, al observar el signo de cada uno de los coeficientes se

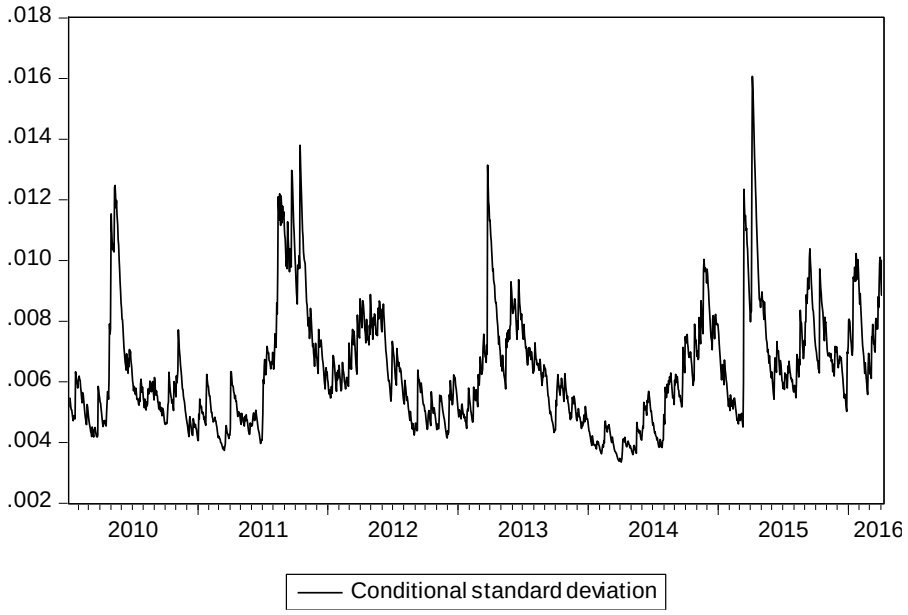
evidencia que ni la volatilidad del precio del petróleo, ni los ajustes de política monetaria en Estados Unidos repercuten en la volatilidad del tipo de cambio peso – dólar. No obstante, el coeficiente de rezago de tipo de cambio resulta significativo y con signo positivo, lo cual implica que la volatilidad del tipo de cambio proviene del comportamiento de su propia volatilidad rezagada.

CONCLUSIONES

Dados estos resultados es posible afirmar que la volatilidad en la cotización del dólar se debe a un proceso especulativo, que responde al nerviosismo del mercado interno y externo. En las siguientes gráficas se puede observar que el tipo de cambio muestra procesos de alta volatilidad en momentos de alto nerviosismo por parte del público inversor.

Gráfica 5

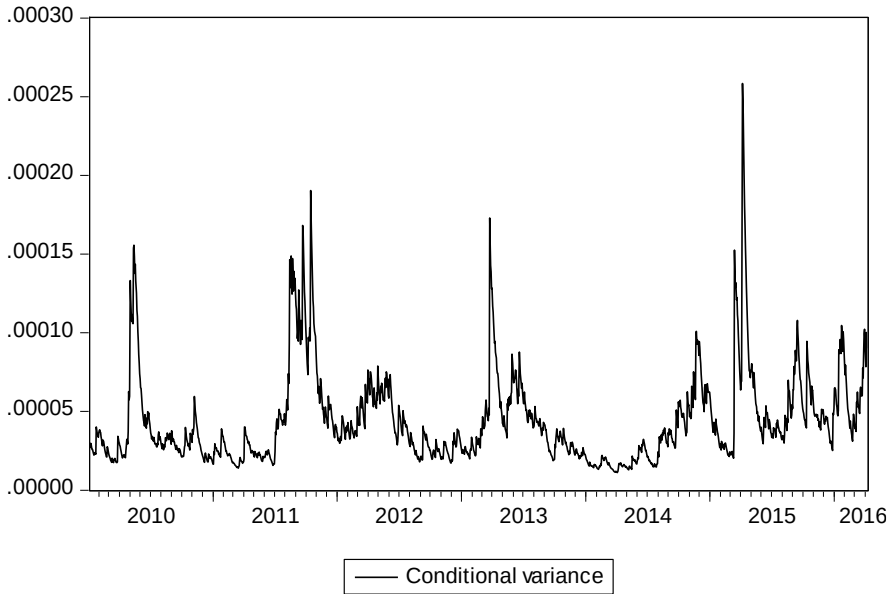
Desviación estándar condicional del Modelo



Fuente: Elaboración propia con datos de Economatica

Gráfica 6

Varianza condicional del Modelo



Fuente: Elaboración propia con datos de Economatica

RECOMENDACIONES

Más aún, los hallazgos en el sentido de una relación negativa del FIX con respecto a la MME y a la TB-10, indican que no hay presencia de la Maldición de los recursos (específicamente de la Enfermedad Holandesa, sino más bien una respuesta del tipo de cambio a la presencia de fenómenos especulativos existentes en los mercados financieros internacionales, en particular de los cambiarios. Otro factor a destacar es la cada vez menor participación en las exportaciones, por parte del sector petrolero (a partir de mediados de los años ochenta), así como la depreciación general observada por el tipo de cambio, aspectos todos ellos que van en sentido contrario a lo que señala la teoría en cuanto a la enfermedad Holandesa.

Todo lo anterior hace necesario replantear la forma de incidir en los problemas de política económica en el país, situando más el foco de atención en los mercados financieros y cambiarios y en sus efectos especulativos colaterales, que en la ya multi señalada relación del precio internacional del petróleo mexicano y su impacto en variables como el tipo de cambio.

REFERENCIAS

- Aguirre Botello , M. (19 de Enero de 2014). México magico. Obtenido de PEMEX,

CRONOLOGIA, EXPROPIACION Y ESTADISTICAS en http://mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm.

- Banxico (2016) Estadísticas. En www.banxico.org.mx
- Bresser P. Luiz (2008), "La enfermedad holandesa y su neutralización: un acercamiento ricardiano". AmerSur, Economía. En: http://www.amersur.com.ar/economia/la-enfermedad-holandesa-neutralizacion-acercamiento-ricardiano/
- Centro de Estudios de Finanzas Públicas (2016). México: Tipo de Cambio Real. Cámara de Diputados, México.
- Ebrahim-zadeh, Christine (2003), "El síndrome holandés: Demasiada riqueza malgastada", Finanzas & Desarrollo, Vuelta a lo esencial (marzo de 2003), Washington, D.C., EUA, pp. 50-51
- Lara, René (2011), "La maldición de los recursos, la enfermedad holandesa y el petróleo mexicano", NTR Periodismo Crítico, 1 de junio de 2011, Zacatecas, México. En: http://ntrzacatecas.com/2011/06/01/la-maldicion-de-los-recursos-la-enfermedad-holandesa-y-el-petroleo-mexicano/
- Morales, J.R. (2012) "¿Qué hay detrás de la Maldición de los Recursos Naturales? Estudio de Caso: Los Países Bajos" Serie Documentos de Trabajo del IUDC-UCM. Premio Luis Miguel Puerto. Madrid, España.
- NASDAQ. (2011). Volatility Definition. Recuperado el 27 de 06 de 2016, de http://www.nasdaq.com/investing/glossary/v/volatility
- Pampillón, Rafael (2007), "¿Qué es la Enfermedad holandesa (Mal holandés)?" Economy Webblog, 19 Octubre 2007, Recuperado el 4 de marzo de 2017, de: http://economy.blogs.ie.edu/archives/2007/10/que_es_la_enfer.php
- Romero, I. (2005). El tipo de cambio en la economía mexicana, 1949-2002. COMERCIO EXTERIOR , 55 (3), 216-224.
- Romo, D. (2015). "El campo petrolero Cantarell y la economía mexicana" en Revista Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, Vol. 183, Núm. 46. UNAM, México
- Sánchez, P. (2016). "Whatever Happened To The Mexican Oil Bonanza? The Challenges Of Mexico's New Oil Fund" en Natural Resources Journal, Vol. 56, Issue 2, Summer. School of Law, University of New Mexico. USA
- Sardi, E. (2012) "Enfermedad holandesa". Portafolio, Noticias de economía y negocios en Colombia y el Mundo, Opinión, 02 de septiembre de 2012, Bogotá, Colombia, En: http://www.portafolio.co/opinion/emilio-sardi/enfermedad-holandesa-110528

ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES LOGÍSTICAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO AFECTADAS POR LA MANUFACTURA ADITIVA: UNA REVISIÓN Y ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

Jairo Núñez Rodríguez[112] Jairo González Bueno[113] Manuel Arturo Jiménez[114]

Ángel Ortiz Bas[115]

Resumen:

Los conceptos de manufactura aditiva, logística y cadena de suministro están relacionándose rápidamente y ganando popularidad en la comunidad científica. Este trabajo analiza la literatura sobre la relación de Manufactura Aditiva (AM), Logística (L) y Cadena de Suministro (SC), con el fin de proporcionar una visión exhaustiva y presentar un parámetro crítico para futuras investigaciones. Para alcanzar el propósito de la investigación se realizó un análisis bibliométrico donde se evaluaron 335 artículos, de los cuales 150 son de la base de datos Scopus y 185 de la base de datos Web of Science, utilizando el software VantangePoint y Vosviewer se fusionaron los datos y se obtuvieron resultados como la tendencia de publicación, los autores principales y el impacto de los artículos, redes de conocimiento.

[112] Profesores Facultad de Ingeniera Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, jairo.nunez@upb.edu.co; manuel.jimenezr@upb.edu.co

[113] Profesor Facultad de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, jairoa.gonzalez@upb.edu.co

[114] Profesores Facultad de Ingeniera Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, jairo.nunez@upb.edu.co; manuel.jimenezr@upb.edu.co

[115] Director Master Ingeniería Avanzada de Producción, Logística y Cadena de Suministro, Universidad Politécnica de Valencia, España, aortiz@cigip.upv.es

Palabras Claves: Manufactura aditiva; Logística, Cadena de Suministro.

Abstract:

The additive manufacture, logistics and supply chain concepts, have been related in a fast way and also gaining popularity in the scientific community. This paper analyses the literature about the relation between additive manufacture (AM), logistics (L) and supply chain (SC), with the purpose of give an exhaustive vision and to show a critical parameter for future investigations. To achieve the paper purpose a bibliometric review has been made, where 335 article were evaluated, 150 of them are from the Scopus database and 185 from the Web of Science database, using the VantagePoint and Vosviewer software the data were amalgamate and the results were obtained as a publication tendency, knowledge networks, the principal authors and the article impact.

Palabras Claves: Additive Manufacturing; Supply Chain, Logistic.

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas de la cadena de suministro (SC) buscan mejorar su competitividad y productividad mediante la innovación de los procesos logísticos, los cuales fueron impactados con el desarrollo de la manufactura aditiva (AM) a partir de los años 80. Llegando una tecnología disruptiva que ha comenzado a cambiar el método de fabricación, la generación de prototipos y productos a partir de una impresora, evolucionando de los métodos sustractivos que eliminan el material a la generación de objetos que adicionan el material (Thomas, 2016), apoyado por un creciente conjunto de materiales disponibles para la fabricación, como polímeros, cerámicas, metales, aluminio, cobre (Vaezi et al., 2013), acero, cromo, cobalto (Singh et al., 2017) han permitido un sin número de aplicaciones en diferentes industrias como: La biomedica (Emelogu et al., 2016a), Automotriz (Savastano et al., 2016), Aviación (Wagner and Walton, 2016), Medica (Hieu et al., 2003), dental (Atzeni and Salmi, 2015) entre muchas otras.

El implementar nuevas tecnologías de fabricación supone un cambio fundamental en la infraestructura de producción y de procesos de las organizaciones(SMLC, 2009), las empresas dependerán de la formación universitaria, la mano de obra se volverá a distribuir en toda la cadena de suministro, proveedores de tecnología avanzada, empresas de innovación y puesta en marcha (Davis et al., 2012) para el consumo del producto, la dinámica de la demanda ha cambiado los razonamientos sobre los procesos de fabricación, tiempos más corto de lanzamiento, procesos de producción más rápidos, sistemas flexibles, personalización en masa, redes de trabajo simplificadas y sistemas colaborativos altamente integrados han creado la necesidad de modificar los flujos logísticos de información, financieros y de materiales a través de la SC.

El documento obtuvo como resultado la valoración de la actividad científica visualizando el estado real, por medio de indicadores bibliométrico como la distribución de las publicaciones en el tiempo, la identificación de los autores representativos, las redes de investigación entre autores, las revistas de mayor publicación y los temas de interés. Finalmente, a partir de la literatura revisada se presenta una visión del proceso AM y las actividades logísticas que afectan en la SC.

II. REVISION DE LA LITERATURA

De acuerdo con la introducción del presente documento, los avances en manufactura aditiva (AM) y herramientas según Masood (Masood, 2014), define la manufactura aditiva como una nueva generación de procesos de manufactura que ha adquirido reconocimiento desde su aparición a finales de la década de los 80's. donde cada pieza es fabricada capa por capa desde un diseño asistido por computadora (CAD). En contraste al método tradicional donde se remueve material de una pieza sólida requiriendo una planificación de procesos de manufactura (Chen et al., 2015). El espectro de aplicaciones de la AM está comprendido por la industria automovilística, aeroespacial, la ingeniería, medicina, los sistemas biológicos, la comida y las cadenas de abastecimiento (Gao et al., 2015). Los principales beneficios de la AM en comparación con los métodos tradicionales son la construcción de partes con geometrías complejas; el uso de una sola herramienta para la fabricación de componentes de principio a fin, una disminución en el tiempo y el costo de producción.

Las máquinas AM utilizan el archivo de estereolitografía (STL) (Stroud and Xirouchakis, 2000) como un formato de archivo de entrada estándar para construir objetos por diferentes procesos de fabricación de aditivos. Recientemente se introdujo el formato de archivo de fabricación de aditivos (AMF) (ASTM, 2011) aunque las actuales máquinas comerciales todavía utilizan archivos STL. (Zha and Anand, 2015) El formato de archivo STL es compatible con muchos paquetes de software, consta de datos triangulares que representa la geometría de superficie 3D de un modelo CAD, entre más pequeños son estos triángulos, mayor será la resolución; el tamaño de los triángulos está directamente proporcionado con el peso del archivo, por lo que es aconsejable llegar a un equilibrio entre la resolución y el peso del fichero (R3a1D, 2017).

Con base en el área de aplicación, las técnicas usadas para el modelado se clasifican en dos categorías: modelado de superficies complejas y modelado de sólidos. Un sistema para el modelado de sólidos mantiene dos principios de datos para describir el modelo, datos geométricos y datos topográficos, los primeros indican los parámetros que definen la forma y el segundo relaciona cada uno de los componentes geométricos (Yan and Gu, 1996). Luego el archivo CAD es ingresado al software de AM, el modelo es rebanado en miles de capas (Gao et al., 2015) formando un prototipo o una pieza de producto.

Las técnicas modernas del proceso de AM se fundamentan en cuatro patentes: Tinas de fotopolimerización (United States Patente nº 4575330, 1986), fusión de polvo (United States Patente nº 4863538, 1989), extrusión de materiales (United States Patente nº 5121329, 1992) y chorro de aglutinante (United States Patente nº 5204055, 1993) (Gao et al., 2015). Que en función de sus caracteristicas permiten fabricar objetos en diferentes materiales. Las clasificaciones de los procesos de fabricación de AM son: Estereolitografía (SLA), Modelado por deposición de fundido (FDM), Fabricación Laminada (LOM), Sinterizado selectivo por láser (SLS o SLM), Fusión por

haz de electrones (EBM) e Impresión 3D (3DP). (Li et al., 2017), (ASTM, 2013), (Wagner and Walton, 2016), (Kruth et al., 1998), (Chen et al., 2015)

La cadena de suministro la podemos definir como: 1) Red de Organizaciones implicadas, a través de vínculos, tanto aguas arriba como aguas abajo, en los diferentes procesos y actividades que producen valor en forma de productos y servicios en las manos del consumidor último. (Christopher, 1998). Otra definición es 2) Dos o más organizaciones legalmente diferentes, que están vinculadas a través de flujos de materiales, de información y financieros. (Stadtler, 2005) así mismo la Gestión de la Cadena de Suministro es la tarea de integrar unidades organizativas a través de una Cadena de Suministro y coordinar los flujos de materiales, información y financieros para satisfacer la demanda del cliente último con el objetivo común de mejorar la competitividad de la cadena de suministro en su totalidad. (Staedtler, 2005). Los conceptos anteriores integran la definición de logística que hace referencia a la planificación, implementación, y control del flujo, tanto directo como inverso, así como el movimiento, el almacenamiento, de bienes, servicios e información entre el origen y el punto de consumo para satisfacer los requerimientos de los clientes. (CLM, 2005).

Las actividades logísticas según Ronald Ballou dice que varían de una empresa a otra dependiendo de la estructura organizacional, pero existe unas actividades que en los años 60`s se manejaban fragmentadas y que hoy en día están integradas en la red de valor, como lo son: servicio al cliente, transporte, manejo de inventarios, flujos de información, almacenamiento, manejo de materiales, compras, ambalaje, producción y manteniendo entre otras. (Ballou, 2004) Estas actividades se vieron afectadas por la implementación de la AM en los procesos logísticas y en las cadenas de suministro que pertenecen las empresas que la utilizan, algunas variables identificadas en la revisión de la literatura fueron: más (+) personalización, menos (-) residuos, (-) consumo de energía, (-) peso del objeto, (-) tiempo de ciclo, (-) herramientas asociadas, (-) costo de transporte, (-) impacto ambiental, (-) inventario, (-) número de personas, (+) mano de obra especializada, (+) diseño & geometrías, (+) flexibilidad, (-) lotes, (-) producción, (-) desperdicio, (-) eslabones de la cadena, (+) relación con el consumidor, (+) mayor inversión de capital, (-) material, (+) relaciones colaborativas, (-) coste de producto. (Wagner and Walton, 2016), (Li et al., 2016), (De la Torre et al., 2016), (Savastano et al., 2016), (Zeltmann et al., 2016), (Thomas, 2016), (Emelogu et al., 2016b), (Laplume et al., 2016), (Chen et al., 2015), (Masood, 2014)

III. METODOLOGIA

La investigación se centra en una revisión bibliográfica los autores coinciden sobre la importancia, Medina y Lopez (2010) afirman que la revisión de la literatura es una de las primeras fases en toda investigación, pues ello va a permitir conocer en profundidad nuestro campo de estudio, desarrollar un marco teórico y establecer las hipótesis adecuadas sobre las que centrar la investigación. (Medina-López et al., 2010), lo cual coincide con Saunder y otros que afirman que la revisión de la literatura es uno de los elementos más importantes para cualquier trabajo de investigación. Tiene como objetivo mapear y evaluar la literatura relevante en función de identificar las posibles brechas de investigación que serán útiles para fortalecer el campo que se estudia. (Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A., 2009)

La metodología se estructura en dos fases:

Fase I Necesidad de Información: Identificación del campo de estudio y periodo analizar

i). Revisión de la literatura: Evolución histórica, tendremos que remontarnos a la fecha de inicio de las teorías o conceptos a analizar.

ii). Identificación de los términos clave de búsqueda.

iii) Búsqueda de información en base de datos: Selección de fuentes de información las revistas científicas y profesionales proporcionan una fuente básica y actualizada de conocimiento, adicional es información científica revisada por pares académicos.

Fase II Cienciometría:

iv) Ecuación de búsqueda: Los criterios de búsqueda nos permitan filtrar las referencias de interés para el objetivo que perseguimos (campo de estudio y periodo a analizar). Se trata de hacer explícitas las reglas de decisión que debemos seguir.

v) Refinar los resultados iniciales: Procesar y analizar la información encontrada para la selección de investigaciones relevantes a partir de la pertinencia del título y resumen.

v) Análisis de resultados: Estadística de los datos, la valoración de los datos encontrados a través de la minería de texto utilizando el software Vantage Point identificando la distribución de las publicaciones en el tiempo, la identificación de los autores representativos, las redes de conocimiento entre autores y los temas de interés.

IV. RESULTADOS

i). Revisión de la literatura: La primera selección de artículos se realizó con los términos generales de la temática de estudio como se muestra en el punto 1, aplicado a la base de datos de Scopus y en el punto dos aplicada a la base de datos Web of Science.

1. Scopus: TITLE-ABS-KEY(logistic* OR supply chain*) and TITLE-ABS-KEY(additive manufacturing), Resultado de la busqueda 150 documentos

2. Web of Science: Tema: ((logistic* OR supply* chain*) AND (additive manufacturing)) 185 Resultado de la busqueda 185 documentos.

Para refinar la búsqueda de términos se propone partiendo de la lectura de artículos asociados a la temática de estudio: en primer lugar el campo semántico de la AM, y en segundo lugar la definición de los términos de las actividades logísticas, para este caso se revisaron las definiciones de SC, Gestión de la SC y Logística, las cuales estan estrechamente relacionadas por lo que se definió que el área de búsqueda sea SC, debido a que es un término más amplio y los procesos logísticos están incluidos él. Se representa los términos utilizados en el diagrama de venn. figura 1.

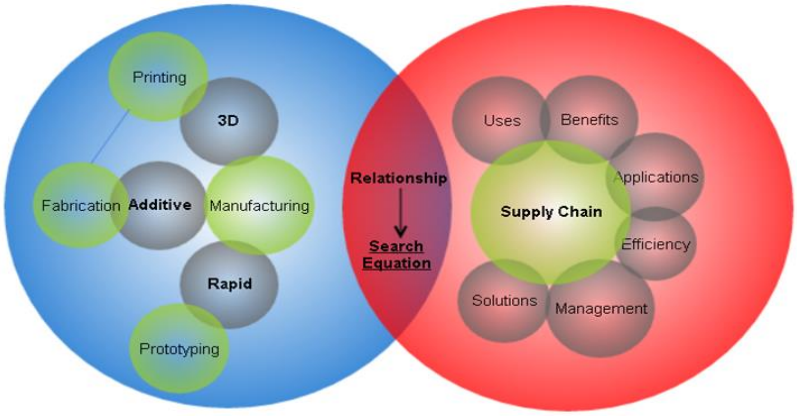


Fig. 1 Diagrama de Veen de la intersección énfasis AM y SC, términos clave

iii) Búsqueda de información en base de datos

Se recogió los documentos que utiliza la base de datos Scopus y Web of Science. La razón para limitarnos a dichas bases de datos es porque son las mayores bases de datos de resúmenes y citas de la literatura revisada por pares. La trazabilidad de cobertura científica se refleja en la Tabla 1. Donde se discrimina la fecha de búsqueda, el resultado de búsqueda, documentos analizados y elegidos.

Tabla 1 Trazabilidad cobertura científica aplicando la ecuación de búsqueda.

Fecha de Búsqueda	Resultados Scopus	Resultados Web of Science	Documentos elegidos
01/05/2017	150	185	265

iv) Refinar los resultados Iniciales

Para el perfeccionamiento de los resultados de búsqueda se utilizó el software vantage point y el Vosviewer, se elimaron títulos duplicados, se estandarizo el nombre de los autores y las afiliaciones, y se crearon grupos de selección como los muestra la tabla 2.

Table 2 Clasificación de documentación científica

AM and SC	AM y otros Temas	Conferencias	Otros (descartados)
78	31	48	108

AM and SC: Los criterios de selección son a partir que la investigación refleje el impacto de AM en la cadena incluyendo industrias especificas y/o afectación en las actividades logísticas.

AM y Otros temas: Son temas que no se tienen en cuenta para el análisis de los resultados debido a que hacen referencia a la AM, pero no se refieren a temas de SC, ni logísticos. Algunos de los temas descartados son: calidad de impresión, certificados de la AM, componentes eléctricos de la AM, microcomponentes y temas asociados únicamente a la SC.

Conferencias. En la selección de documentos no se tuvo en cuenta los resultados que tienen por títulos conferencias, debido a que no permite analizar los campos como autores, revistas y países representativos.

Otros temas: Son los documentos que fueron descartados por que no se refieren a la relación de AM and SC, hablan de temas como RFID, SMEs, sustainability, additive descomposition, entre otros.

vi) Estadísticas de los datos iniciales

El número de documentos analizados corresponden a la relación de AM and SC un total de 78 documentos en este campo de investigación, no se discrimino periodo de tiempo, reflejando que a pesar de llevar 30 años la AM se inician estudios relacionados con la SC a partir del 2002, teniendo un dramático aumento de las publicaciones a partir de los últimos 3 años, 2016 con 33 publicaciones, 2015 con 18 publicaciones y 2014 con 11 publicaciones.

Se seleccionaron los documentos de mayor relevancia a partir de los artículos que presentan más de 20 citaciones según la fusión de los datos realizado por medio del software Vantagepoint como se muestra en la tabla 3.

Table 3 Artículos de mayor relevancia.

Title	Year	Source	No Citas
Additive manufacturing and its societal impact: A literature review	2013	International Journal of Advanced Manufacturing Technology	83
Additive manufacturing: A framework for implementation	2014	International Journal of Production Economics	37
Rapid manufacturing in the spare parts supply chain: Alternative approaches to capacity deployment	2010	Journal of Manufacturing Technology Management	37

Rapid manufacturing: Impact on supply chain methodologies and practice	2007	International Journal of Services and Operations Management	27

Para el análisis de las palabras clave se utilizó el software Vosviewer, el análisis se centro principalmente a la evolución semántica del termino con que se hace referencia a la AM, como lo vemos en la figura 2, en un principio los autores proponían las palabras clave de sus documentos como rapid manufacturing y rapid prototypin, evolucionando a Additive manufacturing y por último a 3d printers and 3d printing o 3-d printing. Adicional se pueden identificar temas asociados a SC y AM como life cycle, sustainability, costs, spare parts, environmental impact.

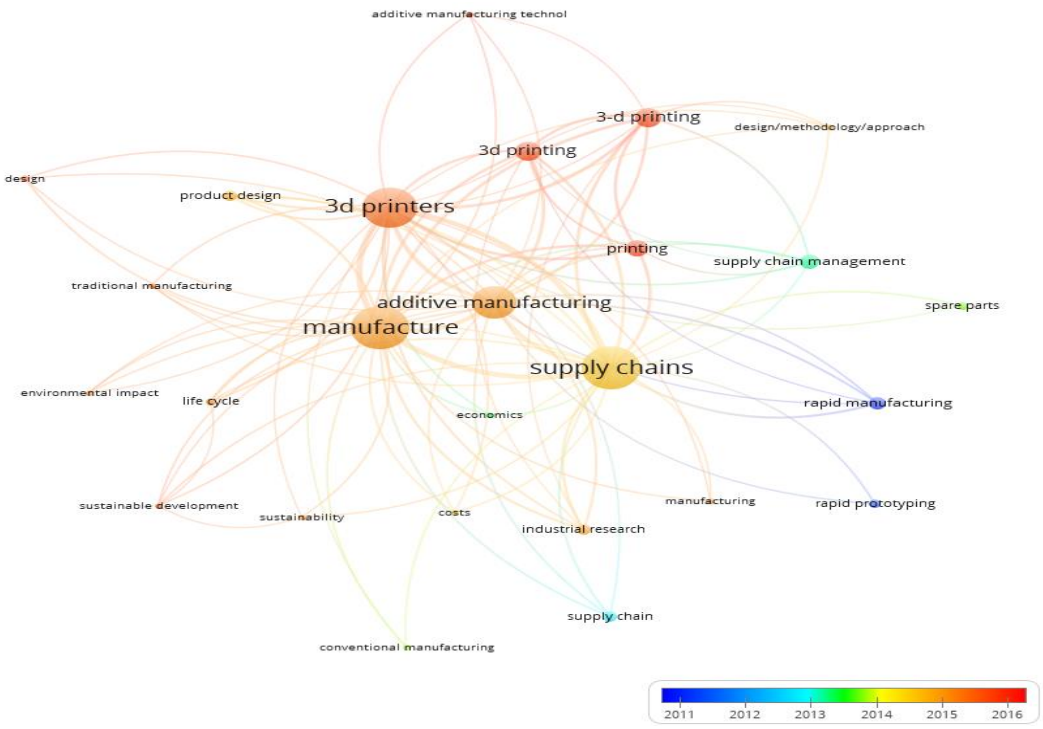


Fig. 2 Análisis de las palabras clave.

Los resultados no presentan un autor relevante, se identificaron 210 autores de los cuales 3 tres autores presentan la participación en tres investigaciones como se muestra en la tabla 4.

Table 4 Authors representativos.

Autor	País	Universidad	No.
Holmstrom, J	Finland	Aalto University	3
Partanen, J	Finland	Aalto University	3
Truck, C.	United Kingdom	Loughborough University	3

Los trabajos seleccionados presentan tres redes de conocimiento por parte de los autores, La primera red presenta los autores de mayor número de publicaciones, la segunda es la de mayor impacto por la citación de los artículos escritos.

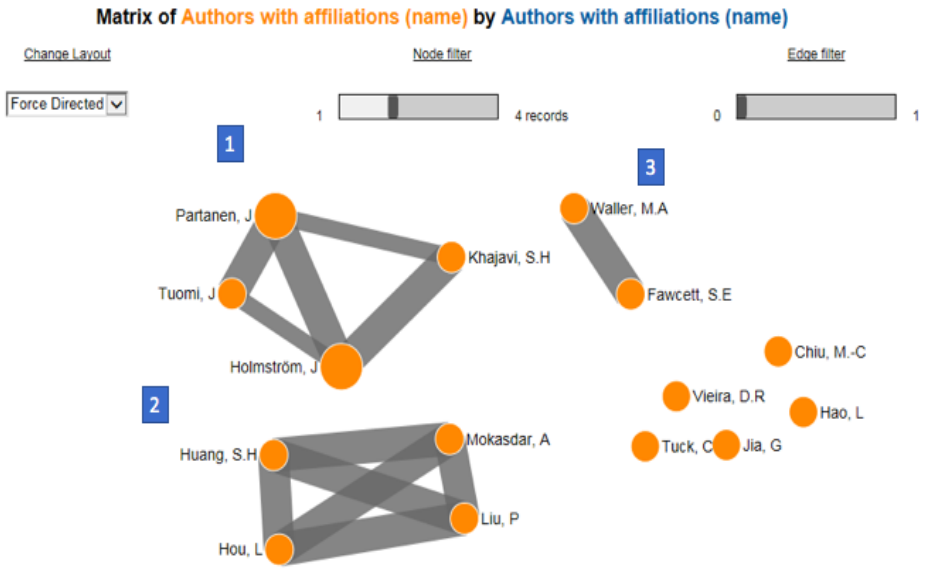


Fig. 3 Análisis de las palabras clave.

Los principales países encontrados son: En primer lugar, Estados Unidos con un total de 22 artículos, en segundo lugar, United Kingdom con 16 artículos y en tercer lugar China con 9 artículos, resaltar que Centro América y África no presentan ningún registro.

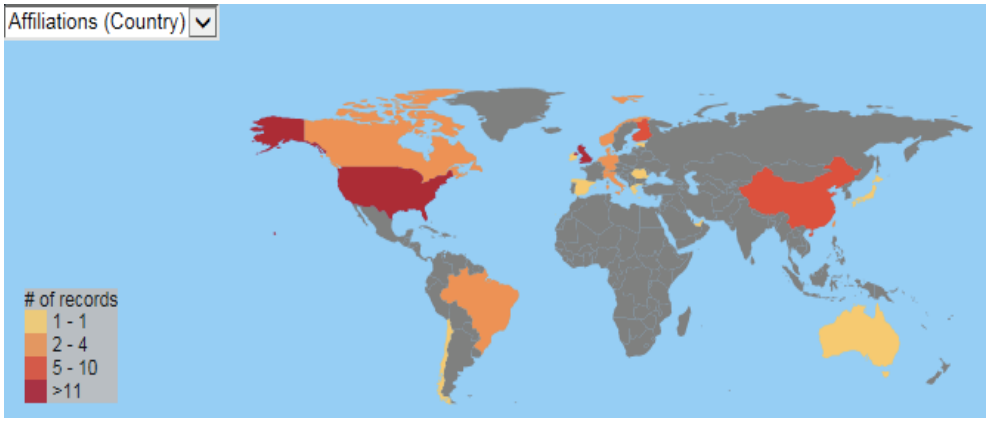


Fig. 4 Ubicación geográfica.

CONCLUSIONES

Los términos de búsqueda pueden variar para ampliar la búsqueda de información y la utilización de otras bases de datos, la literatura en AM crece exponencialmente, la literatura asociada específicamente con SC, ha tenido mayor interés en los últimos dos años, concluyendo que es una tecnología que se encuentra en una etapa de crecimiento, en general se necesita un periodo de tiempo más largo para definir nuevos temas de impacto en los procesos de la cadena de suministro y conocer que autores e instituciones realmente pueden ser representativos para realizar un seguimiento constante. Por último, este trabajo pude ser de interés como punto de partida para investigadores que quieran llevar a cabo investigaciones en temas asociados a la AM and SC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASTM, 2013. Standard Terminology for Additive Manufacturing Technologies.

Atzeni, E., Salmi, A., 2015. Evaluation of additive manufacturing (AM) techniques for the production of metal–ceramic dental restorations. J. Manuf. Process. 20, Part 1, 40–45.

Ballou, R. H. (2004). Logística: Administración de la cadena de suministro. Pearson Educación.

Chen, D., Heyer, S., Ibbotson, S., Salonitis, K., Steingrímsson, J.G., Thiede, S., 2015. Direct digital

manufacturing: definition, evolution, and sustainability implications. J. Clean. Prod. 107, 615–625.

Davis, J., Edgar, T., Porter, J., Bernaden, J., Sarli, M., 2012. Smart manufacturing, manufacturing intelligence and demand-dynamic performance. Comput. Chem. Eng., FOCAPO 2012 47, 145–156.

De la Torre, N., Espinosa, M.M., Domínguez, M., 2016. Rapid Prototyping in Humanitarian Aid To Manufacture Last Mile Vehicles Spare Parts: An Implementation Plan. Hum. Factors Ergon. Manuf. Serv. Ind. 26, 533–540.

Emelogu, A., Marufuzzaman, M., Thompson, S.M., Shamsaei, N., Bian, L., 2016a. Additive manufacturing of biomedical implants: A feasibility assessment via supply-chain cost analysis. Addit. Manuf. 11, 97–113.

Emelogu, A., Marufuzzaman, M., Thompson, S.M., Shamsaei, N., Bian, L., 2016b. Additive manufacturing of biomedical implants: A feasibility assessment via supply-chain cost analysis. Addit. Manuf. 11, 97–113.

Gao, W., Zhang, Y., Ramanujan, D., Ramani, K., Chen, Y., Williams, C.B., Wang, C.C.L., Shin, Y.C., Zhang, S., Zavattieri, P.D., 2015. The status, challenges, and future of additive manufacturing in engineering. Comput.-Aided Des. 69, 65–89.

Hieu, L. c., Bohez, E., Vander Sloten, J., Phien, H. n., Vatcharaporn, E., Binh, P. h., An, P. v., Oris, P., 2003. Design for medical rapid prototyping of cranioplasty implants. Rapid Prototyp. J. 9, 175–186.

Kruth, J.-P., Leu, M.C., Nakagawa, T., 1998. Progress in Additive Manufacturing and Rapid Prototyping. CIRP Ann. - Manuf. Technol. 47, 525–540.

Laplume, A., Anzalone, G.C., Pearce, J.M., 2016. Open-source, self-replicating 3-D printer factory for small-business manufacturing. Int. J. Adv. Manuf. Technol. 85, 633–642.

Li, Q., Kucukkoc, I., Zhang, D.Z., 2017. Production planning in additive manufacturing and 3D printing (Article).

Masood, S.H., 2014. 10.01 - Introduction to Advances in Additive Manufacturing and Tooling, in: Hashmi, S., Batalha, G.F., Tyne, C.J.V., Yilbas, B. (Eds.), Comprehensive Materials Processing. Elsevier, Oxford, pp. 1–2.

Medina-López, C., Marín-García, J.A., Alfalla-Luque, R. (2010) A methodological proposal for the systematic literature review. Working Papers on Operations Management, 1(2) pp13-30

R3a1D, 2017. ¿Qué es un fichero STL? - R3ALD. URL http://www.r3ald.com/que-es-un-fichero-stl (accessed 2.22.17).

Saunders, ML, y Lewis, P. (2009). P. & Thornhill, A. (2009). Los métodos de investigación para estudiantes de negocios , 4 .

Savastano, M., Amendola, C., Fabrizio, D., Massaroni, E., others, 2016. 3-D Printing in the Spare Parts Supply Chain: An Explorative Study in the Automotive Industry, in: Digitally Supported Innovation. Springer, pp. 153–170.

Singh, S., Ramakrishna, S., Singh, R., 2017. Material issues in additive manufacturing: A review. J. Manuf. Process. 25, 185–200.

SMLC, 2009. Smart process manufacturing: A technology and operations roadmap. Smart Manuf. Leadersh. Coalit, Xirouchakis, P.C., 2000. STL and extensions. Adv. Eng. Softw. 31, 83–95.

Stadtler, H. (2005). Gestión de la cadena de suministro y la planificación avanzada - básico, panorama actual y retos. Revista Europea de la investigación operativa , 163 (3), 575-588.

Thomas, D., 2016. Costs, benefits, and adoption of additive manufacturing: a supply chain perspective. Int. J. Adv. Manuf. Technol. 85, 1857–1876.

Vaezi, M., Chianrabutra, S., Mellor, B., Yang, S., 2013. Multiple material additive manufacturing – Part 1: a review. Virtual Phys. Prototyp. 8, 19–50.

Wagner, S.M., Walton, R.O., 2016. Additive manufacturing's impact and future in the aviation industry. Prod. Plan. Control 27, 1124–1130.

Yan, X., Gu, P., 1996. A review of rapid prototyping technologies and systems. Comput.-Aided Des. 28, 307–318.

Zeltmann, S.E., Gupta, N., Tsoutsos, N.G., Maniatakos, M., Rajendran, J., Karri, R., 2016. Manufacturing and Security Challenges in 3D Printing. JOM 68, 1872–1881.

Zha, W., Anand, S., 2015. Geometric approaches to input file modification for part quality improvement in additive manufacturing. J. Manuf. Process., Additive Manufacturing 20, Part 3, 465–477.

LA MIGRACIÓN DE PERSONAS A TRAVÉS DE LA HISTORIA EN CENTRO Y SUDAMÉRICA

María Eugenia Caballero Dueñas[116] Manuel Alberto Salgado Soto[117]

Rosa María López[118]

Resumen:

La situación geográfica de México, hace que las personas que migran de Centro y Sudamérica hacia los Estados Unidos de Norte América (EUA), un paso obligatorio para la mayoría de los migrantes, que buscan una mejoría en su vida en los E.U.A., ya que este país es considerado la primera potencia mundial en América, y ofrece remuneraciones a los trabajos mucho mejor que en sus países de origen. Actualmente los países en vías de desarrollo de América Latina, se encuentran viviendo una situación económica precaria, aunado a los problemas políticos y la inseguridad latente por el crimen organizado, es por estos motivos que miles de personas se ven precisadas a migrar hacia otros territorios; siendo su principal destino américa del norte, específicamente E.U.A. y Canadá, aunque este último en menor proporción; los principales países de Sudamérica que sufren esta tipo de migración, son Ecuador, Perú, Venezuela; y de Centroamérica son los países de Guatemala, Honduras, El Salvador, Panamá y Costa Rica. Muy importante es la migración ilegal de Asia y África, que buscan llegar a norte de américa, y que regularmente llegan a centro américa por vía marítima, para intentar llegar a su destino por vía terrestre a través del territorio mexicano.

Palabras Claves

Economía

Estados Unidos

México

Migración

Ilegal

Abstract:

Mexico's geographic position, induces citizens from Central and Southern America to choose this country as their migration path to the United States of America (USA) as a mandatory step towards improving their lives, as it is considered the World's Potency to date, offering better salaries and wages compared to their home countries. Now, Latin America is a developing country with its habitants living under precarious economic environments, paired with political issues and organized crime. It is for these reasons that thousands of people are confronted with the necessity of migrating to other territories.

Its main destinations are North America, specifically the United States and Canada, the latter to a minor extent. The South American countries with larger migration scales are Ecuador, Peru, Venezuela, Guatemala, Honduras, El Salvador, Panama and Costa Rica for Central America. It is important to take into account illegal migration from Asia and Africa, aiming to reach the Northern America Countries through Central America by sea, or by land through Mexico as well.

Keywords

Economic

Illegal

Mexico

Migration

U.S

Introducción:

A través de la historia el ser humano ha buscado lugares óptimos para establecerse y lograr una vida digna, que el lugar les provea de todos los insumos necesarios para su bienestar y vivir lo mejor que le sea posible. Igualmente a través de la historia, el ser humano ha enfrentado diversos factores económicos, sociales y culturales, que los ha orillado a migrar a otros territorios, buscando lo que su lugar de origen no le proporciona, es aquí donde se origina este fenómeno tan controversial, que hoy en día en el siglo veintiuno las diferentes naciones alrededor del mundo no han podido encontrar solución a este problema. Actualmente la forma de migración que más se conoce en América, es la de los migrantes que buscan llegar a Norteamérica, específicamente a los E.U.A.; pero en épocas anteriores, más precisamente de la mitad del siglo veinte hacia atrás, la migración en centro y Sudamérica era muy distinta; con el descubrimiento de América se dio inicio a un fenómeno de migración en masa de personas principalmente de origen europeo todo esto en el siglo XVI, principalmente de origen español, portugués e italiano, que colonizaron México, Centro y Sudamérica y más al norte fueron los ingleses y franceses que colonizaron lo que hoy se conoce como Estados Unidos y Canadá. Se hace una diferencia en las características de la colonización ya que tanto los ingleses como los franceses su principal ideal fue la de crear una nación nueva, muy diferente a la perspectiva que tuvieron los colonizadores de México, Centro y Sudamérica que era la de crear colonias para trasladar la riqueza a sus países de origen.

Otro tipo de migración que se originó en esa época fue la importación de personas de origen africano en calidad de esclavos para satisfacer la necesidad de mano de obra que se requería tanto en el sector agrícola como en el minero. Y que con el transcurrir del tiempo estas personas lograron obtener su libertad integrándose a la sociedad como un ciudadano regular con todos sus derechos y obligaciones que dicte la constitución del país donde resida.

La Migración de Personas a Través de la Historia de Centro y Sudamérica.

Hoy en día la migración es muy diferente ya que todos los países latinoamericanos se encuentran en vías de desarrollo y aunque existen economías emergentes que presentan un crecimiento acelerado como lo es Brasil y Chile; vemos el caso de ciertas economías que se encuentran viviendo una situación económica precaria que no le permite a sus habitantes disfrutar una vida digna e incluso ni siquiera satisfacer sus necesidades más básicas como son la salud, alimentación, educación, vivienda y seguridad social.

Estas personas al encontrarse ante esta situación deciden migrar de sus lugares de origen, iniciando su viaje hacia el norte principalmente por vía terrestre, los migrantes enfrentan diversas situaciones como son la corrupción y el crimen organizado, para lograr llegar a la frontera sur de México principalmente con Guatemala, para solventar estos costos, muchos recurren a la mal venta de su patrimonio familiar ó recurren a la ayuda de familiares que ya se encuentran establecidos en los países del norte (EEUU y Canadá), una vez que logran pasar a territorio Mexicano deberán decidir la forma de llegar a la frontera norte con Estados Unidos.

Desde hace poco tiempo, la frontera sur de México, es escenario de un conjunto de fenómenos asociados a la migración internacional, comenzó a ser considerada como una frontera geoestratégica, y como objeto de estudio para quienes estaban interesados en documentar y dar a conocer aspectos relativos a su formación histórica, a las distintas fronteras que la componen, a su diversidad, y a los rostros que conjugan su multiculturalidad, entre otras temáticas, así como a la complejidad de fenómenos sociales, económicos y políticos que caracterizan a esta parte del territorio mexicano, que nos une y nos separa de los vecinos más próximos (Belice y Guatemala) y de Centroamérica en su conjunto e, incluso, de otros países que, desde hace apenas unos años, expresan su presencia en la frontera sur a través de sus migrantes.

El carácter estratégico de esta frontera mexicana, asociado a una dimensión de seguridad nacional, comenzó a ser un asunto de la mayor importancia a partir de los primeros años de la década de los ochenta del siglo XX, cuando el ejército guatemalteco entró en varias ocasiones a territorio mexicano bajo el argumento de buscar guerrilleros de dicho país. Eran los años de la migración forzada en Guatemala, cuando miles de guatemaltecos huían de la violencia política generada por el gobierno de ese país, y se internaban en territorio mexicano buscando protección para sus vidas y las de sus familias. (Rojas Wiesner, M. (2008))

En la frontera sur de México, los puntos de internación de migrantes centroamericanos y extra regionales se encuentran en distintas zonas de los estados de Chiapas, Campeche, Tabasco y Quintana Roo. Todos los países de Centro y Sudamérica, tienen restringida la entrada a territorio mexicano, que normalmente se le exige tramitar una visa previamente a su llegada a México. Es por lo que la mayoría, dada su situación económica en sus lugares de origen no les permite realizar este tipo de trámites, y que su migración se debe precisamente a este problema, optan por migrar ilegalmente.

Durante su tránsito por México en el camino migratorio hacia EUA, estos migrantes son altamente vulnerables, ya que enfrentan grandes peligros que atentan contra su salud física y mental y, a veces, ponen en riesgo su vida. Estos riesgos se concentran en los estados que componen la red ferroviaria y que integran las rutas más importantes de tránsito para los migrantes, desde los estados de la frontera sur hacia el norte del país (Veloz Sandoval, A. (2015)).

México ha implementado muchas estrategias, para regular la migración tanto legal como ilegal de personas en su frontera sur con Guatemala y Belice, incluso ha recibido apoyo de los E.U.A., al existir una gran concentración de personas en esta zona sur de México, intentando realizar su paso por México, hacia los E.U.A., ha propiciado que ciertos sectores delictivos busquen obtener provecho, a costo de estas personas que se encuentran en cierto grado de vulnerabilidad, y utilizan técnicas de secuestro, robo, extorción, violación a los derechos humanos y todo tipo de ultrajes físicos y psicológicos. Cuando el migrante se encuentra en la frontera norte de Guatemala y Belice, se enfrenta a diferentes gastos para su supervivencia, y que en la mayoría de sus casos, no cuenta con los recursos para solventarlos, debido a diferentes motivos, desde pobreza extrema, hasta por sufrir asaltos o vejaciones en su viaje a este punto, por tal motivo es muy probable que busque recursos por medios que pudieran ser en su mayoría fuera de la ley, o involucrarse en actos delictivos, e incluso que otras personas al ver su grado de vulnerabilidad los inculpan por actos efectuados por otros, según el estado ni siquiera sabe cuántos migrantes ilegales tiene en sus cárceles. Ante la falta de un registro que contabilice los migrantes presos o sentenciados en el país, la Protección de Derechos Humanos (PRODH) y el Programa de Asuntos Migratorios de la UIA se dieron a la tarea de investigarlo. Después de múltiples solicitudes de información hechas entre el 27 de mayo y el 17 de octubre de 2015, que finalmente, contestaron 27 de las 32 entidades federativas, el PRODH y la UIA contabilizaron mil 219 centroamericanos en prisión. Aguascalientes, Campeche, Oaxaca, Tabasco y Veracruz, no quisieron dar la información pese a que, al menos los últimos tres, son estados con gran flujo de migrantes en su tránsito hacia los Estados Unidos. La ausencia es doblemente preocupante porque de los 27 estados que dieron información, Chiapas junto a Tabasco es también la entidad con más migrantes presos, 525 de los mil 219. Por otro lado, el PRODH y la UIA preguntaron también a la Dirección General de Coordinación

de Delegaciones del Instituto Nacional de Migración y también a la Dirección General Jurídica de Derechos Humanos y Transparencia de esta misma institución. Mientras que la primera reportó un total de 354 personas centroamericanas en reclusión durante el 2013, la segunda reportó apenas 174 en el mismo período. (Animal Político. (2014))

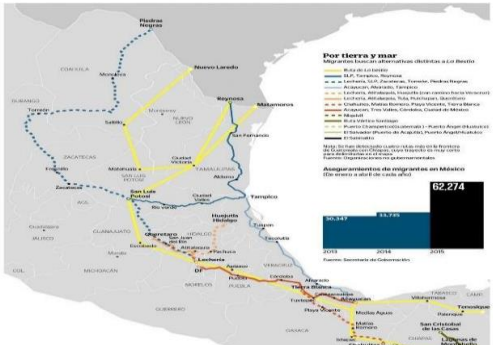
Aunque son muchos los problemas que el migrante enfrenta en la frontera sur de México, a lo largo del tiempo se han creado centros de ayuda al migrante, en los que recibe diferentes apoyos como los ofrecidos por la Casa del Migrante en Tapachula, Chiapas, donde se les ofrece desde hospedaje, atención médica, dental, psicológico, pláticas sobre prevención de VIH-Sida, Trata, Sus Derechos y deberes de Migrante, orientación legal, platicas de AA, etc. (Red Casas del Migrante Scalabrini. (2016))

Una vez que el migrante de Centro y Sudamérica, ha cruzado la frontera sur de México, inicia su travesía a través de territorio mexicano, es aquí cuando toma la decisión de que ruta va tomar, a lo largo del tiempo se han determinado varias rutas utilizadas por los migrantes, siendo dos de ellas las más importantes y que la voz populi ha denominado una La Bestia y a la otra La Ruta del Diablo, ambas son por vía férrea, y en ellas existe todo un sistema ilegal que van desde tráfico de personas, drogas ilegales, secuestros y muchas más vejaciones que violan los derechos humanos.

La ruta de "La Bestia" inicia en las ciudades de Tenosique, en Tabasco, o Tapachula, en Chiapas. Y cruza ciudades como Córdoba y Orizaba antes de llegar a la Ciudad de México, para después pasar por San Luis Potosí y la ciudad de Saltillo. En Monterrey cruza el Libramiento Ferroviario trazado sobre los municipios de Escobedo y García. (ZonaJ. (2016)) Nadie sabe exactamente cuándo va a partir el próximo tren de La Bestia, un ferrocarril de carga que atraviesa todo México y lleva combustibles, materiales y otros insumos por las vías férreas del país.

Pero no sólo transporta productos; lleva además unos 700 migrantes ilegales que buscan llegar a la frontera con Estados Unidos montados en el techo y en los extremos de los vagones. (Dubove, A. (2014))

En la siguiente imagen se aprecia la ruta de la Bestia:



(Gannett-cdn.com. (2016))

La segunda opción es la ruta que recorre la vía del Pacífico Norte, llamada Ruta del Diablo. Se dice que a pesar de la inseguridad, ésta, es menos peligrosa. Un poco más calmada a veces y el riesgo que se corre es mucho más a partir de que se cruza por el Estado de Sinaloa. En ocasiones se encuentra esta ruta controlada por los Zetas. La Ruta del Diablo, avanza desde Chiapas hasta el centro del país, luego hacia Michoacán y después rumbo a Jalisco (Noticierostelevisa.esmas.com. (2016)). Es el tren carguero que sale del DF, pasa por el Estado de México, Hidalgo, Querétaro, Guanajuato y se une en Jalisco, con la ruta que se inició en Chiapas; ahí, los migrantes toman otro tren, al que llaman "El Diablo", que va de Jalisco a Baja California Norte, pasa por el Estado Sinaloa y entra a lo que llaman "el infierno": el Desierto de Sonora. El tren va por el desierto y nunca para, va como de 80 a 90 millas por hora (Méndez, S. (2016)).

En la siguiente imagen se aprecia claramente la ruta que sigue el tren denominado La Ruta del Diablo:

(Debate.com.mx. (2016))

El puerto de Mazatlán, se ha vuelto un filtro para los migrantes, según datos de migración, al año ingresaban alrededor de 800 migrantes al puerto y en el 2016 aseguraron alrededor de 72 extranjeros sin documentos derivados de operativos y retenes provenientes de Honduras, Guatemala y El Salvador, de donde vienen principalmente los migrantes que pasan por Mazatlán. (Medina, N. (2016))

Procuran viajar de noche, para así evitar a las autoridades y grupos delictivos que los cazan en diversos puntos del país, a su paso por México, los migrantes provenientes de Centroamérica son víctimas de asaltos y violencia, y el Bajío no es la excepción. Ahí pierden hasta los zapatos.

El hallazgo de los cuerpos de los 72 migrantes destapó una realidad brutal: decenas de miles de centroamericanos cruzan cada año por México con el fin de encontrar una vida mejor en Estados Unidos. Muchos mueren. Otros son mutilados al caer de 'la bestia', como le llaman al tren del que se aferran para llegar al norte. Muchos más son secuestrados, golpeados, torturados o enganchados por el crimen organizado, que se ha convertido en un obstáculo más en su travesía. Las mujeres son violadas o vendidas a prostíbulos. Cientos, simplemente, están "desaparecidos". La historia de los 72 migrantes podría ser la historia de muchos de los centroamericanos que, buscando el 'sueño americano', encuentran la "pesadilla" llamada México. (Gonzales Duran, T. (2016))

Aunque el costo del pasaje de este tren de mercancías abordado ilegalmente por inmigrantes comienza siendo gratis, su precio va incrementándose tramo a tramo, gracias a los sobornos y percances del trayecto hacia la frontera con EEUU, hasta el punto de que a veces el pago es dejar la vida en el camino, se viaja a la intemperie, con riesgos de caerse, se sufren altas temperaturas, padecen hambre, pueden ser bajados del tren, secuestrados y extorsionados. Lo cuenta Rubén Figueroa, defensor de Derechos Humanos que en la última década ha trabajado desde cerca, en las vías, ayudando a las miles de personas que atraviesan cada

año México, cerca de medio millón, procedentes de Centroamérica y con destino Estados Unidos (Escalada Medrano, P. (2013)).

La colonia Lechería se formó a finales de la década de 1960 y estos terrenos eran parte del Pueblo de San Francisco Chilpan, Estado de México; por la cercanía con zonas industriales, la colonia Lechería está rodeada por tres vías vivas de tren, a Tultitlán llega el tren procedente de Tierra Blanca, Veracruz, y sale el que va Laredo, Texas. El punto más cercano entre esas dos vías es la colonia Lechería, donde se reúne un pedacito del continente americano, personas de distintas nacionalidades, nicaragüenses, hondureños, guatemaltecos, salvadoreños y mexicanos. En la colonia es común ver caminar a migrantes centroamericanos, en parejas o en grupos de hasta de ocho. Piden una moneda a los transeúntes. Tocan las puertas de las casas que están a un costado de las vías para pedir agua o un taco. Se recuestan a dormir adelante del deportivo Centenario de la Revolución Mexicana. A diario cruzan Lechería entre 100 y 150 migrantes. En la colonia 3 de cada 10 clientes de las tiendas, panaderías, tortillerías y recauderías son migrantes. Algunos negocios inflan sus precios de 3 a 5 pesos sólo porque los que compran no son mexicanos. (Salazar, P. (2013))

Un viaje en el que, si todo va bien y se logran superar las adversidades, los viajeros tardarán entre 20 y 25 días en llegar a la frontera norte, en los que habrán desembolsado como poco 20.000 pesos" (unos 1.100 dólares). (Escalada Medrano, P. (2013))

Con el fin de evitar controles de las autoridades y de las bandas de crimen organizado, los migrantes utilizan el tren como principal medio de transporte, además de caminar largas jornadas y rutas desérticas donde, con frecuencia, sufren heridas, caídas, deshidratación, y, en muchos casos la muerte. En la parte norte del trayecto de los migrantes a través del territorio mexicano, algunos de los mayores riesgos son fallecer por insolación al cruzar los desiertos que colindan con EUA, donde las temperaturas a veces rebasan los 50 grados centígrados; ahogarse en ríos o asfixiarse en vehículos, donde habitualmente son escondidos por traficantes, pagados por los migrantes o sus familias, para pasarlos a EUA. Se calcula que cada año fallecen más de 400 migrantes en el último trayecto de la ruta hacia el norte. Según datos de la Secretaría de Relaciones Exteriores, en el año 2009 murieron, en la frontera México-EUA, 48 personas del lado mexicano y 369 del lado estadounidense. (Veloz Sandoval, A. (2015))

Considerado como el punto migratorio más caliente del continente, por el corredor que atraviesa México hacia Estados Unidos pasan 12,2 millones de inmigrantes al año, el 6% mundial, según el informe de las migraciones en el mundo de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). De Centroamérica hacia la frontera sur de Estados Unidos es el corredor más voluminoso y también más peligroso", señaló a BBC Mundo Ezequiel Texido, de la oficina regional de Enlace y Políticas de la OIM. Las autoridades mexicanas calculan que unos 150.000 del total de migrantes que pasan por su territorio proceden de estos países. Las partes más peligrosas son las que pasan por los estados Veracruz y Tamaulipas, explica a BBC Mundo, Maureen Meyer, de la Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos (WOLA).

Un aspecto que ha tomado mayor relevancia es el recrudecimiento de la violencia y los peligros en las rutas de tránsito y cruce fronterizo. Esa espiral descontrolada ya no sólo afecta a hondureños y centroamericanos, también a decenas de mexicanos, pues todos los días confluyen con rumbo al Norte. Las políticas migratorias restrictivas y de seguridad han repercutido en la dinámica migratoria y transformado, cada vez más, el corredor migratorio Centroamérica-México-Estados Unidos en uno de los más inseguros, violentos y anárquicos del mundo. En este trabajo podrá corroborarse que ese escenario no es que no se haya advertido, sino que, simplemente, no fue atendido a tiempo. La ruta a Tijuana y ciudades circundantes, Mexicali y Tecate, era una de las más transitadas, pero a partir de 2000 los flujos migratorios cambian la trayectoria, pues el paso por el desierto de Sonora, una de las zonas más peligrosas en ese entonces, incrementaba las muertes. Entonces los migrantes, guías y coyotes dan un viraje hacia el noreste de México (Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas), debido a que representa una distancia más accesible para quienes vienen del Sur y pretenden eludir el peligroso desierto o la lejana Tijuana. (López Recinos, V. (2013)) El periodista Jorge Ramos comenta sobre el punto de cruce más peligroso de la frontera de E.U.A. y la reforma migratoria. Hoy, en esta frontera de Nogales, Arizona, va a morir un inmigrante, o quizás dos. Mañana se repetirá la historia y pasado mañana también. Son muertes terribles e innecesarias. Los inmigrantes se pierden en el desierto, sin agua y usualmente mueren de insolación en dos o tres días a solo unas millas de la ciudad más cercana. En los últimos años se han construido 350 millas de muros entre México y Estados Unidos. Es increíble que en el 2017 sigamos hablando de muros. El muro de Berlín, que solo tenía 87 millas, empezó a demolerse en 1989. Fue todo un suceso la actitud de cómo los jóvenes alemanes de ambos lados destruían con cincel y martillo lo que los separaba. Por eso es tan aberrante ver cómo ahora quieren construir 350 millas más de muro en la frontera entre México y Estados Unidos. Pero la verdad los muros no sirven para nada. A solo 15 minutos en auto de Nogales, Arizona, se acaba el muro grande, el que tiene unos 15 pies de altura, se nota claramente dónde el gobierno se quedó sin dinero. Y es ahí precisamente a donde se van los inmigrantes para cruzar ilegalmente a Estados Unidos, sin ningún problema. El problema viene

después los coyotes les cobran al menos $2 mil dólares por persona por cruzarlos y, para no ser detectados por los agentes de la Patrulla Fronteriza de Estados Unidos, se alejan lo más posible de los puntos de vigilancia. Este los deja, generalmente, a uno o dos días caminando del pueblo más cercano. Muchos nunca llegan. Ahí se acaba el juego del gato y el ratón. Es la ruta de la muerte. Según las estadísticas del 2015, murieron 463 personas tratando de cruzar hacia Estados Unidos, según cifras oficiales de la Patrulla Fronteriza. Pero aquí hablan solo de cadáveres recuperados. Muchos ni siquiera son encontrados. Esta cifra es la más alta desde el 2005.

Aunque ha bajado considerablemente el número de personas que intentan cruzar 364,768 fueron detenidas en el 2012, mucho menos que las 1´676,438, en el 2000 sigue subiendo la cifra de muertos en la frontera. Es uno o dos muertos por día, en promedio. Frente al incremento de muros y vigilancia del lado norteamericano, los indocumentados se arriesgan a cruzar por los lugares más alejados y peligrosos. El resultado es mortal. (Ramos, J. (2013)) Otro punto que se volvió altamente estratégico es Altar, Sonora, que se encuentra en un sitio privilegiado ya que de ahí parten varias rutas hacia los EUA, y este fenómeno ha orillado a que sus residentes fijos cambien sus actividades económicas, de acuerdo con datos de la propia presidencia municipal, más del 90 por ciento de los habitantes dependen económicamente de quienes buscan cruzar a Estados Unidos. Por ellos es que los habitantes de esta comunidad de calles polvorientas dejaron a un lado la agricultura y la ganadería para abrir casas de huéspedes, hoteles, embotelladoras de agua, puestos callejeros, tiendas de abarrotes. Altar, Sonora, no es el único sitio que vive de los migrantes, pero sí es la comunidad en donde el negocio se muestra sin disimulo, ya que abiertamente se venden tanto ropa y calzado, como diferentes artículos que el migrante necesita para su travesía a través del desierto de altar. En México, de Sur a Norte, toda una economía se sostiene gracias a las más de 400 mil personas que al año cruzan el país para llegar a su meta: Estados Unidos, de acuerdo con la cifra presentada en 2012 por la Organización Internacional para las Migraciones. El Instituto Nacional de Migración reporta 140 mil deportaciones al año. (Enelcamino.periodistasdeapie.org.mx. (2013))

El Plan Frontera Sur del gobierno fue creado para desincentivar el viaje de los centroamericanos a Estados Unidos a través del tren conocido como La Bestia, sólo ha conseguido aumentar el peligro para los migrantes quienes ahora cruzan por rutas en las que están más expuestos al crimen organizado. Un reportaje de The Washington Post asegura que el programa mexicano además de exponer a los hombres y mujeres a mayores peligros, le deja a los coyotes mejores ganancias pues de cobrar una cuota de 5 mil dólares por persona, ahora cobran 7 mil. El director de la Casa del Migrante, Rubén Pérez Ortiz, afirmo: que los delincuentes se dedican a estudiar a los migrantes. En varios casos, dijo, los obligan y canalizan con alguna banda de narcotraficantes, los utilizan para transportar droga. Además ejercen la trata de personas, extorsionan y

secuestran. Denunció que nueve de diez mujeres migrantes provenientes de Centroamérica que viajan rumbo a EU sufren violación sexual para seguir avanzando. El municipio de Altar, en Sonora, es la última parada para miles de migrantes que pretenden cruzar ilegalmente la frontera entre México y Estados Unidos. Aquí la economía gira alrededor de la migración. En sus calles se pueden encontrar desde pantuflas especiales para no ser detectados por la Patrulla Fronteriza, ropa camuflada para cruzar el desierto, mochilas, guantes y hasta anticonceptivos para las mujeres. Para saber qué tan difícil es para los migrantes este cruce que incluye días enteros de caminata por el desierto, el acoso de los traficantes de personas y la vigilancia de la patrulla fronteriza. Es necesario ir al Sasabe, la frontera entre Sonora y Arizona, donde se registran temperaturas de hasta 50 grados centígrados en el día. En ese infierno, los migrantes pueden encontrarse con el sacerdote Prisciliano Peraza, un vaquero que además de oficiar misa, recorre el desierto en su pickup para llevar víveres a quienes buscan cruzar la frontera y evitar así que mueran durante el cruce. (Redacción, Sin Embargo. (2014)).

La esperanza se llama Sasabe, afirman la mayoría de los migrantes que se congregan en Altar, Sonora. La manera de llegar a la frontera entre Sonora y Arizona, descrita coloquialmente como la línea, es en camionetas viejas tipo van que durante dos horas recorren el camino de terracería que separa al pueblo de Altar de la comunidad fronteriza que se llama El Sásabe en el lado mexicano, y simplemente Sasabe en el lado estadounidense. La esperanza es llegar al segundo y a partir de ahí, librar los tres días de camino hasta llegar a un punto seguro, generalmente la ciudad de Phoenix, Arizona. Altar es en donde se dan cita los migrantes, los coyotes y quienes hacen negocio con ambos Al momento de subir a la camioneta la mayoría de los migrantes ya lleva apalabrado a un coyote. En ocasiones el propio coyote va con ellos; en otras los espera cerca de la línea. En esos casos el chofer ya está arreglado con antelación y sólo espera instrucciones para recoger al grupo y dejarlo en El Sásabe. Así que en un extremo de la plaza se alinean las camionetas esperando su carga. Algunas traen escrita la ruta en la ventana con pintura blanca: “Altar-Sásabe”. El costo del recorrido es de 10 dólares por persona, y el cupo de cada camioneta es de entre 20 y 25 personas, aunque a veces entran 30. Esto se logra quitando los asientos que trae de fábrica y sustituyéndolos por cuatro fila de tablones en los que se sientan apilados los migrantes. Unos suben a la camioneta desde la plaza. Otros esperan en “casas de huéspedes”, cuartitos de cemento y tabique en medio de un terregal en las afueras del pueblo. La camioneta se va llenando; cuando ya está completo el viaje, el conductor emprende la ruta hacia El Sásabe. (Truax E. (2006))

El presidente de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), Raúl Plascencia, advirtió del incremento generalizado de manifestaciones de racismo, xenofobia, trato inhumano y degradante contra los migrantes. Estas formas de discriminación obligan a gobiernos estatales, organismos mundiales y nacionales a reafirmar el compromiso por proteger los derechos de esas personas, dada la condición de vulnerabilidad en que se encuentran, explicó el ombudsman nacional durante un coloquio sobre migración y derechos humanos en la capital mexicana. La migración es importante no sólo en el diseño de políticas públicas y el marco jurídico, sino en términos de la realidad que enfrentan cotidianamente los migrantes y quienes defienden sus derechos, como el caso del padre Alejandro Solalinde, aseguró el defensor del pueblo en el encuentro organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH). El desarrollo de la migración abre espacios amplios para la violación de los derechos humanos y la proliferación de actividades criminales que involucran a delincuencia organizada y a los organismos gubernamentales, explicó en su intervención el entonces rector general de la UAM, Enrique Fernández. Las problemáticas vinculadas a la migración resultan cada vez más complejas porque en la medida en que las políticas migratorias buscan reforzar los controles para impedir el tránsito de migrantes, surgen nuevas rutas y mecanismos de ingreso y tránsito por el país, dijo. Miles de migrantes, en su mayoría centroamericanos, cruzan el territorio mexicano cada año en su camino hacia Estados Unidos. La frontera entre México y Estados Unidos es considerada la más cruzada del mundo. Sólo el cruce de San Ysidro, en California, es cruzado diariamente por más de 75,000 personas en ambas direcciones, tanto a pie (25,000) como en vehículos (50,000). Algunos pobladores de las ciudades mexicanas por donde cruzan asocian su presencia con la inseguridad, lo cual es difícil de precisar por la dificultad de diferenciar a migrantes de pandilleros y criminales. Las autoridades mexicanas no han podido desarrollar políticas de protección a migrantes. La Ley de Migración, promulgada en marzo pasado y considerada uno de los principales avances en el tema, es inoperante porque no cuenta con un reglamento. De acuerdo con el último Informe Especial sobre Secuestros de Migrantes en México de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), 11,333 migrantes fueron secuestrados durante 2010 en el país. (Placencia, R. (2011))

Una vez en el país, los inmigrantes ilegales tienden a tomar trabajos con requisitos bajos en cuanto a destrezas. Otros pueden tener las destrezas pero por lo general no conocen el idioma. Las regulaciones laborales tienden a prohibir a los patrones contratar a inmigrantes ilegales, pero esto no los desmotiva. Por ley, los empleadores deben pagar a los empleados un salario mínimo pero como son ilegales, algunas veces les pagan menos. Existen penalizaciones para patrones que contratan inmigrantes ilegales, pero no siempre se aplican. Sin embargo, esto ha empezado a cambiar en países como Estados Unidos. Varias empresas han enfrentado penalizaciones duras y han obtenido publicidad negativa por contratar a inmigrantes ilegales.

Algunos ejemplos de trabajos que los inmigrantes ilegales toman son en restaurantes, hospedaje, construcción, prostitución, agricultura y servicio doméstico. Algunos argumentan que los inmigrantes ilegales tienden a tomar los trabajos que los residentes o ciudadanos rechazan mientras otros aducen que ellos toman trabajos en general. (Terra. (2016))

Decenas de familias separadas por la frontera entre México y Estados Unidos se reunieron cerca de la valla metálica, el día 15 de febrero de 2015, entre ambos países, en una protesta binacional contra la política migratoria estadounidense, en vísperas de la visita papal a Ciudad Juárez. El evento, organizado por la Red Fronteriza por los Derechos Humanos, un grupo pro-inmigrante de El Paso, fue una oportunidad a las familias de inmigrantes de reencontrarse. Separadas por la valla fronteriza, expresaron sus sentimientos y los problemas que confrontan por las leyes migratorias estadounidenses. La protesta se efectuó en el punto fronterizo, que separa a la comunidad de Sunland Park, en Nuevo México, con el barrio de Anapra en el oeste de Ciudad Juárez en el estado mexicano de Chihuahua. En ese punto confluyen las fronteras de Nuevo, México, Texas y México. Algunos participantes, entre ellos varios inmigrantes indocumentados en territorio estadounidense, emitieron testimonios sobre el dolor que les provoca vivir separados de sus familias. El evento, sin embargo, fue festivo para muchos de ellos, al reunirse a través de la cerca con familiares que no habían visto en años y a los que pudieron saludar extendiendo el brazo en medio de las pequeñas separaciones de la valla fronteriza. (Aristeguinoticias.com. (2016))

Los Estados Unidos es hogar para aproximadamente 2.9 millones de inmigrantes provenientes de los países centroamericanos. La migración de Centroamérica ha crecido rápidamente en las recientes décadas, pero más de dos de cada cinco inmigrantes centroamericanos carecen de estatus migratorio legal mientras que alrededor de uno en diez residen en los Estados Unidos bajo la protección temporal humanitaria. En general, la población de inmigrantes centroamericanos se enfrenta a retos sustanciales en los Estados Unidos incluyendo generalmente niveles bajos de educación, habilidad limitada del inglés y una concentración general en trabajos que han sufrido pérdidas importantes de empleo durante la crisis económica de los últimos tres años. Los inmigrantes centroamericanos están muy concentrados en California, Texas y Florida, pero también representan una parte importante de la población nacida en el extranjero en lugares como Nueva Orleans y el área metropolitana de Washington, DC. (Terrazas, A. (2011))

EUA vivió en el 2008 una fuerte crisis, la cual fue superada por varias estrategias creadas por el estado. Una desaceleración en Estados Unidos nunca es buena noticia para Centroamérica, pero la economía regional

luce fuerte y suficientemente diversificada para no ser golpeada con severidad (salvo que el precio del petróleo se dispare).

En la eventualidad de un declive pronunciado en la producción y consumo estadounidenses, los centroamericanos que trabajan en Estados Unidos podrían enviar menos dinero a los miembros de su familia, especialmente en los países del norte del istmo. (Centralamericadata.com. (2016))

La mayoría de los inmigrantes vienen a los Estados Unidos en busca de una oportunidad económica; alrededor de 100.000 por año, menos del 10 por ciento, llegan como refugiados y en busca de asilo ya que escapan de la persecución en sus países. Alrededor de la mitad de inmigrantes y de las personas nacidas en los Estados Unidos pertenecen a la fuerza laboral, una porción apenas más elevada de hombres de origen extranjero y una cantidad apenas menor de mujeres de origen extranjero. En el 2009, alrededor del 15 por ciento de los trabajadores estadounidenses nacieron fuera de los Estados Unidos. Los efectos de los trabajadores de origen extranjero en los mercados laborales estadounidenses son asuntos muy debatidos. La teoría económica predice que agregar trabajadores extranjeros a la fuerza laboral aumentaría el rendimiento de la economía y reduciría los salarios, o reduciría el índice de aumento en los salarios. Esta teoría fue confirmada por un estudio del Consejo Nacional de Investigaciones (National Research Council) que estimó que la inmigración elevó el Producto Bruto Interno (Gross Domestic product, GDP) de Estados Unidos, el valor de todas las mercaderías y servicios producidos, un diez por ciento de 1 por ciento en 1996, aumentando el PBI de ese año de $8 billones a $8 millones. El PBI de Estados Unidos es de $15 billones en 2010, lo que sugiere que la inmigración aportó hasta $15 mil millones. Los salarios promedio en los Estados Unidos disminuyeron 3 por ciento a raíz de la inmigración. (Prb.org. (2010))

Desde hace varios años, las remesas representan una de las expresiones más llamativas de la migración internacional y Centroamérica constituye una región en la que poseen un especial protagonismo. Es habitual considerar que las remesas pueden representar una importante fuente de divisas para las economías pequeñas y, en particular, para el desarrollo de las zonas de origen de los migrantes. Entendidas como una forma de ahorro externo, ellas pueden constituir una fuente potencial de inversión, de sostenimiento para las personas de mayor edad y, evidentemente, de estímulo al consumo. Aunque en Centroamérica su importancia varía según países, los ingresos derivados de estas transferencias llegan a alcanzar una proporción significativa del producto interno bruto, dándoles un gran peso en las economías nacionales. A su vez, en general, se sostiene que las remesas configuran una política social auto creada y auto manejada, aunque también se ha llamado la atención sobre sus efectos distorsionadores sobre el desarrollo.

Es importante consignar que la generación de las remesas obedece a múltiples factores, entre los que debe destacarse el tipo de movilidad involucrada. Los que se desplazan en forma temporal tienen, en general, menos posibilidades de generar ahorros, pues deben invertir en los sucesivos traslados y, en muchos casos, afrontar los costos de su situación como indocumentados. En cambio, las remesas de los migrantes "permanentes" suelen ser de mayor monto, si bien pueden interrumpirse cuando el migrante se desvincula de su comunidad de origen. Los emigrantes hacen grandes esfuerzos para migrar, tanto materiales, como personales, difíciles de ponderar suficientemente. Se trata de hacer frente a numerosas penurias, humillaciones, extorsiones, dificultades de adaptación en la sociedad y de inserción en los mercados laborales del país que los recibe; a menudo se ven obligados a enfrentar condiciones de trabajo que los nacionales rechazan. A los aspectos mencionados debe agregarse el riesgo de la desintegración familiar, pues en el proceso migratorio el actor directo -que da inicio a la estrategia que asumen los hogares- suele ser el jefe, por lo que algunos hogares quedan liderados por mujeres, las que se enfrentan a una doble carga y responsabilidad; en los casos en que ambos cónyuges deciden emigrar conjuntamente, los más afectados resultan ser los hijos.

Las situaciones de dificultad pueden perdurar incluso entre las familias que logran reagruparse en los Estados Unidos. No obstante que ello sea consecuencia de una prosperidad material, esa inserción relativamente exitosa en el mercado laboral tiene una contrapartida dolorosa: mientras los padres suelen manifestar permanentemente su deseo de retornar a su comunidad de origen, los hijos socializados en el ambiente cultural de la sociedad de destino asumen valores y pautas de comportamiento diferentes a los de sus progenitores y no quieren regresar. De ello se infiere que los procesos de reagrupación familiar conllevan serios problemas. En estas circunstancias, la generación y envío de remesas puede verse afectada y es posiblemente que sólo sirvan para ayudar a los familiares de mayor edad que residen en los países de origen (Crmsv.org. (1999)).

Metodología del Estudio:

La presente investigación se empleó una metodología de campo y tipo descriptiva, consultando distintos artículos científicos publicados en la web, corroborando que fueran fuentes fidedignas, se realizaron

entrevistas a funcionarios públicos relacionados en el ámbito de la migración de personas en México así como a personas civiles vinculadas con este fenómeno.

Resultados:

La migración de personas en cualquier parte del mundo, impacta de diversas formas a los residentes permanentes, principalmente creando una sensación de desconfianza respecto a las acciones de los migrantes, ya que normalmente estas personas se encuentran con escasos recursos económicos y grandes necesidades por satisfacer, y se ven orillados en ciertas ocasiones a realizar actos fuera de la ley, aun sin embargo existen asociaciones civiles en todo México que ayudan al migrante de forma totalmente gratuita.

Conclusiones:

La llegada de personas extranjeras a territorio mexicano, ya sea de forma legal o ilegal, las leyes mexicanas le confieren derechos y obligaciones, que normalmente estas personas desconocen, en el caso de los menores de edad que no se encuentran acompañados de un familiar adulto directo, se les considera sumamente vulnerables y reciben un trato diferencial a los demás migrantes; en este caso específico, al realizar el retorno del menor a su país de origen, se le asignara un Oficial de Protección al Infante, que normalmente es un Agente Federal de Migración Mexicana, que lo llevara por vía aérea hasta su país de origen y lo entregara a las autoridades correspondientes, todo este costo de traslado es cubierto íntegramente por el gobierno mexicano. En el caso de los migrantes adultos o menores que se encuentren acompañados, su traslado será vía terrestre, y el costo será cubierto en su totalidad por el gobierno mexicano.

Recomendación:

El migrante al encontrarse fuera de su lugar de origen, se muestra en total desconfianza al entorno que lo rodea, esto lo lleva a cometer errores e ignorar los derechos que como persona le corresponden, y que están establecidos en la Convención de Viena, es sumamente importante difundir información veraz a estas personas y hacerles saber sobre sus derechos, para que los hagan valer y encuentren una estadía satisfactoria en el lugar en que se encuentren, el gobierno mexicano ofrece de forma totalmente gratuita el retorno a los migrantes a su lugar de origen, o en su defecto ofrece distintas opciones de regularizar su situación legal dentro del territorio mexicano, y con la posibilidad de adquirir la ciudadanía mexicana, es muy importante que el migrante sepa acudir a las autoridades correspondientes (Instituto Mexicano de Migración), para que reciba la información necesaria y veraz.

Referencias:

1. Animal Político. (2014). *Indocumentados, sin información y sin derechos. Así les va a los migrantes encarcelados en México* - Animal Político. Recuperado de: http://www.animalpolitico.com/2014/09/indocumentados-sin-informacion-y-sin-derechos-asi-les-va-los-migrantes-encarcelados-en-mexico/ [30/04/2016]
2. Aristeguinoticias.com. (2016). *Familias migrantes protestan en ambos lados de la frontera norte*. Recuperado de: http://aristeguinoticias.com/1502/mexico/familias-migrantes-protestan-en-ambos-lados-de-la-frontera-norte/ [01/05/2016]
3. Centralamericadata.com. (2016*). Estados Unidos de América en Centroamérica - CentralAmericaData: Central America Data.* Recuperado de: http://www.centralamericadata.com/es/tsearch?q=Estados%20Unidos%20de%20Am%C3%A9rica [01/05/2016]
4. Crmsv.org. (1999). *LAS REMESAS DE LOS EMIGRANTES:EXPERIENCIA DE LA CEPAL*. Recuperado de: http://www.crmsv.org/documentos/investigacion/remesasCEPAL.htm [01/05/2016]
5. Debate.com.mx. (2016).Recuperado de: http://www.debate.com.mx/export/sites/debate/img/ahora/2015/03/11/mapa.jpg-1675188670.jpg [30/04/2016]
6. Dubove, A. (2014). *La Bestia: El tren que transporta las esperanzas de inmigrantes ilegales a EE.UU.*. PanAm Post. Recuperado de: http://es.panampost.com/adam-

dubove/2014/09/03/la-bestia-el-tren-que-transporta-las-esperanzas-de-inmigrantes-ilegales-a-ee-uu/ [30/04/2016]

7. Enelcamino.periodistasdeapie.org.mx. (2013). *Vivir de los migrantes En el Camino*. Recuperado de: http://enelcamino.periodistasdeapie.org.mx/historia/vivir-de-el-los-migrantes/ [01/05/2016]
8. Escalada Medrano, P. (2013). *'La Bestia', un tren con precios de lujo y un destino que puede ser la muerte | México | elmundo.es.* Elmundo.es. Recuperado de: http://www.elmundo.es/america/2013/08/30/mexico/1377854922.html [30/04/2016]
9. Gannett-cdn.com. (2016). [online] Recuperado de: http://www.gannett-cdn.com/-mm-/e9c6a7afae56a3449501703526f3c5f79ef594c1/c=3-0-2944-3921&r=1155&c=0-0-1152-1536/local/-/media/2015/06/16/LaVoz/LaVoz/635700631494991884-RutasMigrantes.jpg [30/04/2016]
10. Gonzales Duran, T. (2016). El Universal - - *El rostro de la migración centroamericana.* Archivo.eluniversal.com.mx. Recuperado de: http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/743180.html [30/04/2016]
11. López Recinos, V. (2013). *Desarrollo, migración y seguridad: El caso de la migración hondureña hacia Estados Unidos. Migración y desarrollo,* Vol.11(21), pp.65-105 Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S18707599201300020004 [30/04/2016]
12. Medina, N. (2016). *La "Ruta del Diablo".* EL DEBATE. Recuperado de: http://www.debate.com.mx/mazatlan/La-Ruta-del-Diablo--20150311-0076.html [30/04/2016]
13. Méndez, S. (2016). *'El tren del diablo'*. Noticierostelevisa.esmas.com. Recuperado de: http://noticierostelevisa.esmas.com/nacional/623664/migrantes-cambian-ruta-llegar-eu [30/04/2016]
14. Placencia, R. (2011). *Derechos Humanos ve un aumento en la discriminación contra migrantes*. Expansion.mx. Recuperado de: http://expansion.mx/nacional/2011/09/27/derechos-humanos-ve-un-aumento-en-la-discriminacion-contra-migrantes [01/05/2016]

15. Prb.org. (2010). *Inmigración en los Estados Unidos 2010*. Recuperado de: http://www.prb.org/SpanishContent/2010/immigrationupdate1-sp.aspx [01/05/2016]
16. Ramos, J. (2013). *La ruta de la muerte, el cruce fronterizo más peligroso de la frontera sur*. Univision.com. Recuperado de: http://www.univision.com/noticias/noticias-de-eeuu/la-ruta-de-la-muerte-el-cruce-fronterizo-mas-peligroso-de-la-frontera-sur [30/04/2016]
17. Red Casas del Migrante Scalabrini. (2016). Tapachula. Recuperado de: http://www.migrante.com.mx/tapachula.html [30/04/2016]
18. Redacción, Sin Embargo. (2014). *El 80 por ciento de las mujeres es violada en Altar, Sonora, en el paso a EU; indefensas se protegen con condones*. SinEmbargo MX. Recuperado de: http://www.sinembargo.mx/31-08-2014/1100725 [01/05/2016]
19. Rojas Wiesner, M. (2008). *Mujeres y migración en la frontera sur de méxico*. 1er ed. p.3. Recuperado de: https://alhim.revues.org/2252#quotation [29/04/2016]
20. Salazar, P. (2013). *Historias sobre Lechería* (Destino y puerto De migrantes centroamer...). Chilango.com. Recuperado de: http://www.chilango.com/cultura/nota/2013/12/18/lecheria-parte-de-la-ruta-Migrante[30/04/201]
21. Terra. (2016). *inmigracion ilegal en USA*. Inmigracion.terra.com. Recuperado de: http://inmigracion.terra.com/articulos/a2_inmigracion_ilegal.html [01/05/2016]
22. Terrazas, A. (2011). *Inmigrantes Centroamericanos en los Estados Unidos*.migrationpolicy.org. Recuperado de: http://www.migrationpolicy.org/article/inmigrantes-centroamericanos-en-los estados-unidos [01/05/2016]
23. Truax E. (2006). *Altar de los Migrantes*. Recuperado de: https://eileentruax.wordpress.com/reportaje/altar-de-los-migrantes/ [01/05/2016]
24. Veloz Sandoval, A. (2015). *Una revisión a la Política Migratoria de la Administración Peña Nieto*. Análisis del Programa de la Frontera Sur. Crítica desde la perspectiva humanista. 1er ed. p.9. Recuperado de: https://www.pan.org.mx/wp-content/uploads/downloads/2015/06/589.pdf [29/04/2016]
25. ZonaJ. (2016). *La Bestia, el Tren de la Muerte*. Recuperado de: http://zonaj.net/noticia/2217/2/la-bestia-el-tren-de-la-muerte/ [30/04/2016]

CONTRASTE ENTRE LAS TEORÍAS DE DERECHOS HUMANOS Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD

Manuel Antonio Pérez Vásquez[119]

INTRODUCCIÓN

Los derechos humanos es un tema de interés global en los actuales momentos, debido al incremento de los conflictos armados en todos los continentes y de las violaciones denunciadas en todas las esferas de los estamentos institucionales. Es por esto importante, hacer un análisis de contraste de las teorías y de las incidencias que estas tienen en la sociedad, porque de la óptica como se miren los derechos humanos también serán consecuentes las acciones emprendidas.

La investigación se planteó como una revisión bibliográfica de tipo descriptivo, porque es posible la recopilación de la información en las fuentes y a través de ellas, materializar las concepciones de cada una de las teorías para posteriormente compararlas y contrastarlas.

Con esta investigación se busca visualizar la incidencia que estas teorías han tenido en la sociedad.

TEORIAS DE LOS DERECHOS HUMANOS.

A través de los años, de forma general y sistemática, las teorías desarrolladas por los pensadores han estado influenciadas por la filosofía del momento.

> Cada una de las numerosas teorías que los pensadores han desarrollado está influida por la Filosofía dominante en el momento histórico en que se gestó y parte de muy diferentes cosmovisiones y concepciones del ser humano, al que atribuyen o niegan

[119] Magister en Negocios Internacionales e Integración. Universidad del Sinú, Facultad de Ciencias Económicas Administrativos y Contables, Grupo de investigación GECOE, Montería - córdoba

> determinadas características inmanentes. (Labardini, 1988-1989. págs. 288 – 289).

Por lo que las teorías a exponer no se les pueden abstraer de esa realidad.

Iusnaturalismo.

Las concepciones iusnaturalistas se basan en la existencia del Derecho natural, este se define como:

> El derecho natural es el ordenamiento jurídico que nace y se funda en la naturaleza humana, no debiendo su origen, por tanto, a la voluntad normativa de ninguna autoridad, como ocurre con el derecho positivo. Es un conjunto de preceptos que se imponen al derecho positivo y que éste debe respetar. El derecho positivo está establecido y sancionado, para cada tiempo y cada comunidad social, por la voluntad del legislador, que representa la voluntad social; por lo tanto, se trata de un derecho variable, contingente, mientras que el derecho natural es un orden jurídico objetivo, no procedente de legislador alguno, que se impone a los hombres por su propia naturaleza; es objetivo e inmutable y conocido por la razón. (Enciclopedia jurídica)

Desde este punto de vista es una teoría ética basada en un enfoque filosófico, que discierne sobre los derechos del ser fundamentado en la naturaleza humana. Esta doctrina se fundamenta en la existencia de una juricidad previa, por lo tanto, se limitaría a declarar derechos ya existentes, ejemplo de ello es el artículo 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. "Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos". Lo que es considerado por juristas como Hans Kelsen una clara manifestación de la doctrina del iusnaturalismo. (Pérez, L. 2005).

Una de las doctrinas con más fuerza, dentro de esta corriente, es la Doctrina Social de la Iglesia, que se recrea en las ideas originales y preocupación de Juan Pablo II, en su encíclica *Humanae vitae*, llegar realmente a lo humano, él se expresó al respecto “La vida es un sentir desde una divinidad al bien común en la realidad cristiana, desde la moralidad del bienestar”. Esta doctrina fundamenta sus derechos en la ley natural, considerándola como la fuente que equilibra los derechos y deberes de las personas hasta su último fin, que es Dios. El forma como Dios ordena el universo es la ley eterna, del que la ley natural es una participación o derivación.

La Iglesia Católica identifica, entre otras características importantes de los derechos humanos, la sociabilidad, por considerar que el hombre es un ser social por naturaleza, por tanto, como partícipe de los distintos grupo sociales es titular de estos derechos, los cuales

deben estar orientados al bienestar común y limitados a lo justo. “El ejercicio de la libertad no implica el derecho a decir y hacer cualquier cosa”. (Iglesia, 1992).

John Locke, fue uno de los pensadores más influyentes de esta corriente, a partir de la revolución Inglesa de 1688, hizo parte de las elites protestantes Inglesas, llegando a ocupar cargos de importancia en el gobierno. Defendió la tolerancia religiosa hacia todas las sectas protestantes e incluso a las religiones no cristianas. Defendió los derechos naturales y lucho por elevarlos a la categoría de principios fundamentales y fin básico de la sociedad.

En su obra más importante, *Dos ensayos sobre el gobierno civil* (1690), “sentó los principios básicos del constitucionalismo liberal, al postular que todo hombre nace dotado de unos derechos naturales que el Estado tiene como misión proteger: fundamentalmente, la vida, la libertad y la propiedad”. (Biografías y, 1690). Lockes sustentó sus ideas en el concepto de propiedad, el cual lo conceptualizó desde un sentido amplio y un sentido restringido, en sentido amplio, se refiere a un amplio conjunto de intereses y aspiraciones humanas; más restrictivamente, alude a los bienes materiales. Por lo que sustenta que la propiedad es un derecho natural, la cual se obtiene a través del trabajo. Para Locke, negar el derecho de propiedad es negar los derechos humanos.

Locke afirmó que la propiedad es un derecho natural y que se deriva del trabajo. Además, dijo que la propiedad precede al Estado y que éste no puede disponer de la propiedad de los sujetos arbitrariamente. De acuerdo con Locke, negar el derecho de propiedad es negar los derechos humanos.

Otros de los pensadores que aporto a la concepción Iusnaturalista fue el filosofo Aleman Immanuel Kant, este le dio gran importancia a la dignidad del hombre al extremo de considerar que el sistema de derechos naturales del hombre se deriva de su dignidad, afirmó que la libertad es fundamento de los derechos humanos y, al mismo tiempo, el principal de éstos. Kant defendió que:

> Al margen del reino de "las cosas que tienen precio", tenemos que pensar el de las que "poseen una dignidad". Dignidad sería lo que caracteriza a aquello que se eleva por encima de todo precio, cuyo valor no es relativo, sino absoluto; lo que no puede servir de medio para ningún fin externo a sí mismo. Según Kant, sólo los hombres, y sólo precisamente en la medida de que sean sujetos racionales libres, poseen dignidad. (Meza, sf).

Iuspositivismo.

Las tesis positivistas consideran que “el único conjunto de normas que tiene carácter jurídico es el Derecho positivo”. (Ansuátegui, 1997). Por tanto estas tesis se oponen rotundamente al iusnaturalismo, al extremo que algunos autores lo niegan. Otros autores de

esta corriente los consideran ideas morales, pero sin valor jurídico en sí mismas. John Austin consideró que "los derechos humanos forman parte de las normas sociales que influyen en el Derecho, pero no son Derecho". (Hountondjí, 1985).

Sin embargo, posterior a la segunda guerra mundial, han surgido una serie de tesis diversas que han dado cabida a los derechos humanos, entre la que se cuentan la teoría dualista de Gregorio Peces-Barba, incorporando algunos elementos del Iusnaturalismo, sólo los derechos con un fundamento moral son fundamentales, pero a la vez considera la positivación como requisito necesario para que un derecho humano lo sea. "Por lo tanto, concibe los derechos como la encrucijada entre lo jurídico y lo ético; y como traducción normativa de los valores de dignidad, libertad e igualdad, al tiempo que legitimadores de los poderes públicos". (Ramos, 2006).

Otro de los pensadores que le aporta a esta corriente es Luigi Ferrajoli, afirma que el estado de derecho posee una legitimación formal y otra material. "La legitimación formal hace referencia al imperio de la ley; la material, a la vinculación de todos los poderes del Estado a la satisfacción de los derechos fundamentales". (Ferrajoli, 2004).

Tesis realistas.

En la concepción realista la positivación es un requisito más, junto con otros, influye en la efectividad de los derechos humanos. "Engloba un conjunto de posiciones doctrinales muy diverso y heterogéneo, que afirman que es la práctica de las personas los que dotan de significación a los derechos humanos". (Pérez L, 2005). Critican la visión ideal, de los derechos humanos, que tiene el iusnaturalismo, así como la posición formal del iuspositivismo, afirmando que las anteriores son excesivamente abstractas porque y no tienen en cuenta las condiciones económicas y sociales de las que depende el efectivo disfrute de los derechos.

Una de las primeras fuentes donde se nutren estas teorías es el socialismo, Karl Marx criticó la noción burguesa de derechos humanos, que describió como derechos del individuo egoísta y basado en una concepción abstracta de libertad y emancipación. "Para el filósofo alemán, los derechos humanos burgueses eran un conjunto de protecciones legales para la defensa de la clase propietaria de los medios de producción". (Landman, 2006). Marx afirmó que son las condiciones materiales las que determinan el alcance real de los derechos humanos, y que para su realización efectiva es necesario una auténtica emancipación política.

Otra concepción dentro de estas teorías es la de Helio Gallardo, "considera que el fundamento de los derechos humanos son las transferencias de poder que se producen entre los grupos sociales, así como las instituciones en que se articulan y las lógicas que inspiran las relaciones sociales". (Gallardo, 2000).

Jürgen Habermas desarrollo la teoría consensual de la verdad, propone una "fundamentación intersubjetiva de los valores y derechos, a través de un acuerdo racional alcanzado en unas condiciones ideales". (Habermas, 1973).

Utilitarismo.

Como doctrina ética, considera "la mayor felicidad para el mayor número como la medida de lo justo y de lo injusto". (Bentham, 1973). Los utilitaristas parten del rechazo de la idea de derechos humanos como derechos naturales: especialmente crítico con dicha idea fue Jeremy Bentham, que calificó como "un sinsentido la afirmación de que existen derechos previos al Estado". (Bentham, 1962). Lo anterior lo complementa la afirmación de que "los derechos, de existir, son un producto social que se justifica desde el principio de la utilidad". (Papacchini, 2003).

Para John Stuart Mill, los derechos son reglas que tienen como objeto la maximización de la felicidad; pero aclara que "estos no son absolutos dado que, en determinadas condiciones excepcionales, su cumplimiento nos aleja tanto del fin que no cabe compensar la pérdida de felicidad con el peso, importante, que tienen". (Álvarez, sf).

El fundamento de la teoría utilitarista ha sido criticada porque se cuestiona su incompatibilidad con la defensa de los derechos humanos, pues la búsqueda del mayor bien para el mayor número que prescribe el utilitarismo, puede exigir, en ocasiones, pasar por encima de los derechos, en este sentido los teóricos John Rawls, James Fishkin, Thomas Nagel y otros han denunciado el uso de este enfoque para "justificar el uso de violencia contra la población civil y el uso de armas de destrucción masiva entendidas como un mal menor, la forma más rápida de obtener la victoria en una guerra y evitar, supuestamente, un mayor número de muertes". (Papacchini, 2003).

Otra perspectiva del utilitarismo la presenta Richard Brandt, define el utilitarismo de normas como "un acto es obligatorio sólo si la aceptación uniforme de una regla correspondiente maximizará la utilidad esperable". El utilitarismo de normas, por lo tanto, no valora sólo los efectos de un acto específico, sino los efectos de su generalización. (Papacchini, 2003).

METODOLOGÍA

El primer paso fue la ubicación de los documentos bibliográficos consultando varias fuentes documentales, se realizó una revisión bibliográfica a las bases de datos Redalyc, Dialnet y Google Académico, entre los meses de Mayo y Junio 2013, utilizando los descriptores: "Derechos humanos, teorías de derechos humanos, evolución de los derechos humanos". Obteniendo un total de 135 registros, de los cuales se clasificaron inicialmente 28.

La investigación se planteó como una revisión bibliográfica de tipo descriptivo. Para la búsqueda de la bibliografía no se determinó ninguna restricción, por lo que se pudo hacer de forma automatizada. Como parámetro de selección de los documentos se estableció la pertinencia con el tema, la identificación y correlación de hechos o sucesos que permitieran establecer una secuencia cronológica del tema investigado.

Identificado los documentos se sometieron a un proceso de análisis, para extraer la información más relevante contenida en esa fuente de información, posteriormente se realizó una síntesis, proceso mediante el cual se procede a la condensación y destilación de la información analizada de una o más fuentes. Por último se procedió a la redacción del artículo.

RESULTADOS Y DISCUCIÓN.

La asamblea general de la ONU aprobó el 10 de Diciembre del año 1948 la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en esta se consagran los derechos humanos básicos, inherente a todas las personas por su condición sin distinción alguna. "Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición". (ONU, 2012).

Desde un punto de vista general, los derechos humanos son las libertades y potestades de que son titulares las personas para gozar de sus derechos básicos. Al respecto (Papacchini, 2003) dice: "Los derechos humanos son aquellas libertades, facultades, instituciones o reivindicaciones relativas a bienes primarios o básicos".

Adicionalmente los derechos humanos al ser inherentes a la persona se convierten en universales y con la característica de ser intrasmisibles e irrenunciables. En este sentido (Thierry y col, 1986) aclara: "Por definición, el concepto de derechos humanos es universal (para todos los seres humanos) e igualitario, así como incompatible con los sistemas basados en la superioridad de una casta, raza, pueblo, grupo o clase social determinados".

Complementando lo anterior, existe una controversia entre los iusnaturalistas tradicionales y los iusnaturalistas históricos, los primeros conceptúan que los derechos humanos son atemporales e independientes de los contextos sociales e históricos; los segundos piensan que los "derechos humanos se derivan de la confluencia entre la constitución ontológica del hombre y la situación histórica de cada momento".

Sin embargo, se le reconoce al iusnaturalismo iluminista el esfuerzo que realizó "por constitunacionalizar, convertir en derecho positivo, preceptos del máximo rango normativo,

los derechos naturales". (Pérez, 1984). Y de esta manera cambiar la denominación de derechos naturales por el de los derechos del hombre.

El debate se vuelve más intenso al momento de tocar el terreno de lo ético y moral, porque algunas personas consideran, que los derechos humanos se constituyen en una base ética y moral a utilizar en la regulación del orden mundial. "La Declaración Universal de los Derechos Humanos se ha convertido en una referencia clave en el debate ético-político actual, y el lenguaje de los derechos se ha incorporado a la conciencia colectiva de muchas sociedades". (Papacchini, 2003)

Pero amen del debate académico, el gran problema consiste en garantizar su cumplimiento, son muchos los casos de abusos violaciones de estos y aunque los estados hacen grandes esfuerzos con diversas acciones, y gastan mucho del presupuesto en este tema, la verdad es que se siguen dando actos que atentan contra los derechos humanos. Al respecto (Sánchez, 2007). Comenta "también claros problemas en cuanto a su eficacia, dado que existe una gran desproporción entre lo violado y lo garantizado estatalmente".

CONCLUSIONES:

En la medida que la humanidad avanza, ha sido necesario que las teorías sobre los derechos humanos también evolucionen, en este mundo contemporáneo donde la globalización arrasa con innovación en tecnologías y avances científicos, la teorización de los derechos humanos se hace más importante, y conocerla, permite establecer cómo ha evolucionado y las incidencias que ha tenido en la sociedad.

Desde las teorías Iusnaturalistas centradas en los derechos naturales del hombre, donde el respeto y la dignidad de las personas eran tenidas en gran valor, pero resguardadas en las teologías católicas y cristianas del momento, permitiendo el sometimiento de una clase trabajadora que entregaba su esfuerzo para el enriquecimiento de otra clase dueña de los medios de producción, pasando por las teorías positivistas que pretendían a través de la norma darle legalidad a los derechos de las personas y las teorías realistas que le quitan peso a la positivación y materializan los derechos humanos dándole significación a través de la práctica, hasta las teorías utilitaristas que llegan al extremo de querer materializar los derechos humanos a través de la maximización de la felicidad y tácitamente justifica en ocasiones pasar por encima de los derechos.

BIBLIOGRAFIA:

Álvarez, Í. (sf). *Una fundamentación utilitarista de los derechos humanos: J. S. Mil. philpapers.org*. Recuperado el 11 de Jnuio de 2013, de http://philpapers.org/rec/LVAUYD

Ansuátegui, F. (1997). *Poder, ordenamiento jurídico, derechos.* Madrid: Librería-Editorial Dykinson.

Bentham. (1962). *Anarchical Fallacies; being and examination of the Declaration of Rights issued during the French Revolution* (Vol. Vol. II). New York: Russel & Russell.

Bentham, J. (1973). *Fragmento sobre el gobierno.* Madrid: Aguilar.

biografias y, v. (1690). *Dos ensayos sobre el gobierno civil, biografiasyvidas.com*. Recuperado el 7 de Mayo de 2013, de http://www.biografiasyvidas.com/biografia/l/locke.htm

enciclopedia-juridica. (s.f.). *enciclopedia-juridica.biz14.com*. Recuperado el 2 de Junio de 2013, de http://www.enciclopedia-juridica.biz14.com/d/derecho-natural/derecho-natural.htm

Ferrajoli, L. (2004). *Derecho y Razón. Teoría del garantismo penal* . Madrid: Editorial Trotta.

Gallardo, H. (2000). *Política y transformación social. Discusión sobre derechos humanos.* Quito: Tierra Nueva.

Habermas, J. (1973). *Auszug aus Wahrheitstheorien. Wirklichkeit und Reflexion. Festschrift fur Walter Schulz.* Pfullingen: Neske.

Hountondji, P. J. (1985). *El discurso del amo: observaciones sobre el problema de los derechos humanos en África. Los fundamentos filosóficos de los derechos humanos.* Barcelona: Serbal/UNESCO.

Iglesia, C. (1992). *Catecismo de la Iglesia Católica.* Madrid: Asociación de Editores del Catecismo.

Labardini, R. (1988-1989). *Orígenes y antecedentes de derechos humanos hasta el siglo XV.* Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Iberoamericana.

Landman, T. (2006). *Studying human rights.* Routledge.

Meza, C. s. (s.f.). *Foro contra la incineración.noincineraciontenerife.com*. Recuperado el 5 de Junio de 2013, de http://www.noincineraciontenerife.com/noticias/921.htm

ONU, A. G. (10 de Diciembre de 2012). *conflictove.org.ve/derechos-humanos/. Ver articulo 2*. Recuperado el 2 de Junio de 2103, de http://www.conflictove.org.ve/derechos-humanos/declaracion-universal-de-derechos-humanos-aprobada-el-10-de-diciembre-de-1948-por-la-asamblea-general-de-la-onu.html

Papacchini, Á. (2003). *Filosofía y derechos humanos.* Cali: Universidad del valle.

Pérez L, A. (2005). *Derechos humanos, Estado de Derecho y Constitución.* Madrid: Tecnos. ISBN 84-309-4284-X.

Pérez, L. (2005). *Los derechos fundamentales.* Madrid: Tecnos (serie Temas clave de la Constitución Española).

Ramos, J. (2006). La teoría dualista de los derechos fundamentales. *Club Lorem Ipsum* .

Sánchez, R. D. (2007). *Repensar derechos humanos. De la anestesia a la sinestesia.* Sevilla: Editorial MAD.

Thierry, H., Combacau, J., Sur, S., & Vallée, C. (1986). *Droit International Public.* Paris: Montchrestien.

Torre, R. J. (2006). *El Derecho como arma de liberación en América Latina.* San Luis Potosí : Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho.

OPORTUNIDADES DEL ACEITE DE PALMA SANTANDEREANO EN EL MERCADO BRASILEÑO

MARCO VÁSQUEZ MÉNDEZ[120]

Resumen

Santander es un departamento caracterizado por su alta producción agrícola, pero esta se estancó cuando surgió el crecimiento petrolero que se enfocó en ser motor económico de muchas regiones de su jurisdicción. Con la crisis actual, Santander busca alternativas de producción y una de ellas es el aceite de palma. Brasil es un país con un déficit promedio de 130.000 toneladas de oleo palmero que debe suplir mediante la importación. Este problema es una oportunidad para la región colombiana debido a que tiene un nuevo punto de exportación que debe aprovechar debido a su alta demanda.

Palabras Claves: Competitividad, Exportación, Oportunidad comercial, Productividad.

OPPORTUNITIES OF SANTANDER'S PALM OIL IN THE BRAZILIAN MARKET

Abstract

Santander is a department characterized by its high agricultural production but this stalled when it emerged the growth tanker that focused on be economic engine in many regions of its jurisdiction. With the current crisis, Santander is looking for alternative production and one of them is the palm oil. Brazil is a country with an average deficit of 130,000 tonnes of this product that must compensate by importing. This problem

[120] Administrador de Negocios Internacionales, Investigador del Grupo de Investigación en Contexto de Administración de Negocios Internacionales –GRICANI-. Profesional de Apoyo del Dpto. de Compras de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

is an opportunity for the colombian region because it has a new point of export that must take due to its high demand.

Key words: Competitiveness, Commercial opportunities, Exporting, productiveness

1.MARCO TEÓRICO

DEPARTAMENTO	SANTANDER
CAPITAL	BUCARAMANGA
MUNICIPIOS	87
Población	2.061.079 habitantes 2015)
PIB	US$29.313 millones (2014)
PIB per cápita	US$14.292 (2014)
Área del Departamento	30,537 km2
Clima Promedio	23 °C
Partidas arancelarias por Analizar	15.11.10 Aceite en bruto – 15.11.90 los demás

Tabla 1. Información general del departamento. Elaboración propia basado en invierta en Colombia

Santander se ha caracterizado a través de la historia por su alto potencial agrícola como la mora, piña y la guayaba. Con el tiempo y la industrialización se creó un foco de crecimiento generado por el petróleo, donde Barrancabermeja se situó como principal ciudad de Colombia en procesamiento de crudo dejando así la actividad del cultivo. Actualmente, a nivel mundial se vive una crisis que oscurece el panorama de Santander y las políticas locales no son favorables para continuar con la producción de petróleo. El departamento debe buscar nuevas alternativas de generación laboral, económicas e industrial basadas en un sector a su alcance.

Actualmente en el departamento se destina el 9,5% del total del terreno para actividades netamente agrícolas y el fomento del cultivo como actividad económica en la región. Es el décimo departamento en el país con mayor destinación de tierras para actividades agrícolas y el sexto con mayor crecimiento en el sector. Santander se ha caracterizado por su producción tabacalera, siendo el 6,4% del área cultivable en la región y con exportaciones del capítulo 24 y partida 01 por valores superiores a 30.162.981 USD en el 2013, convirtiéndose en una industria reconocida que se abre a nuevos mercados. La agricultura en Santander tiene en el Producto Interno Bruto una participación de 7,2% y ocupa el cuarto puesto en orden de importancia en el país. Su producción se desarrolla en aproximadamente 2,1 millones de hectáreas. La producción agrícola del departamento se basa principalmente en la producción de cacao, café, caña, plátano y naranja.

La cadena del aceite de palma está conformada por el eslabón industrial (productores de aceites y grasas, cosméticos y biodiesel), el de comercialización (comercializadoras, distribuidores, grandes superficies, exportadores de aceites) y el eslabón primario (productores de palma y extractoras de aceite). El sector palmero cuenta con un centro de investigación- Cenipalma, que adelanta los programas de investigación en los temas de cultivo y extracción (SIOC.2015)

El aceite de palma en el departamento se ha convertido en un negocio rentable y creciente debido a las nuevas tendencias de consumo en el campo industrial. Multinacionales están utilizando este producto como base para generar combustible ecológico que está siendo utilizado en Europa; otros lo procesan para hacer productos de consumo alimenticio, entre otros usos que se puedan generar debido a la constante investigación para generar innovación y desarrollo. Santander posee áreas geográficas potenciales para el cultivo de este tipo de producto. Entre ellos están: Puerto Wilches, San Vicente de Chucurí, Sabana de Torres y Rionegro.

El municipio más destacado es Puerto Wilches, donde fue construida planta extractora San Fernando, "que beneficiará a 120 agricultores que tienen más de 5.000 hectáreas sembradas con palma africana en la región y que se suman a 10.000 hectáreas más de palma con las que se trabajan desde hace un año" (El tiempo. 2009). Las condiciones geográficas para hacer posible el cultivo son básicamente temperaturas altas, y terrenos planos, esta ventaja la tiene principalmente el norte del departamento, así como se muestra en el mapa 1. Además, Puerto Wilches es quien genera la mayor producción en el departamento, prácticamente el 85% del total cultivado, sembrado y producido por Santander en el 2007. Así se muestra en la tabla 2.

Municipio	Area en Hectareas	Cantidad
Puerto Wilches	Sembrada	45.668
	Producción	30.539
	Desarrollo	15.129
Rionegro	Sembrada	480
	Producción	370
	Desarrollo	110
Sabana de Torres	Sembrada	1.650
	Producción	650
	Desarrollo	1.000
San Vicente de Chucurí	Sembrada	5.000
	Producción	2.500
	Desarrollo	2.500
Los demás	Sembrada	620
	Producción	280
	Desarrollo	340
Total	Sembrada	53.418
	Producción	34.339
	Desarrollo	19.079

Tabla 20Producción Santandereana de aceite de palma a 2007. Asociación de Cultivadores de Santander

Superficie sembrada (en ha)	Departamento	Participación en área sembrada (en %)	Participación en producción de aceite de palma (en %)	Participación regional en área sembrada (en %)
Zona oriental				
170 662	Meta	31,1	30,4	38,0
	Casanare	8,8	6,0	
Zona central				
129 112	Santander	18,8	13,9	29,0
	Norte de Santander	3,5	0,9	
	Cundinamarca	1,0	0,0	
	Antioquia	0,3	0,0	
Zona norte				
132 530	Cesar	16,3	25,6	29,0
	Magdalena	9,6	19,0	
	Bolívar	5,9	3,1	
	La Guajira	0,2	0,0	
	Córdoba	0,2	0,0	
	Atlántico	0,1	0,0	
	Sucre	0,1	0,0	
Zona suroccidental				
20 131	Nariño	4,0	1,0	4,0
	Cauca	0,1	0,0	
	Caquetá	0,1	0,0	

Tabla 21 Participación en área sembrada y producción de aceite en Colombia. Tomado de Rueda&Pacheco, 2015

Santander es el departamento que aporta el 18,8% de la plantación total de aceite palma en Colombia. Su superficie en hectáreas sembradas según (Rueda&Pacheco, 2015) de palma africana es de 24.273 Ha y una producción nacional de 13.9% del aceite procesado. El departamento cuenta actualmente con siete plantas de Beneficio y procesamiento de BIODIESEL, tendencia actual en los mercados por ser un combustible ecológico. Estas plantas están situadas principalmente en Puerto Wilches, pero las zonas de cultivo se sitúan en Sabana de Torres y San Vicente de Chucuri.

Con relación entre la tabla 2 y la tabla 3, se ha notado una disminución en la plantación del aceite de palma, situación generada por desplazamientos y "vacunas" a los productores que han decidido ceder sus tierras por presión de grupos al margen de la ley para la plantación ilícita. También las reformas tributarias han reducido este índice de producción debido a un incremento en los costos que afectan el precio final del producto, haciéndolo menos competitivo comparado con los internacionales.

2. METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo cualitativo que se encuentra dividida en las siguientes etapas:

1)Fundamentos Teóricos del aceite de palma en Santander; 2) Actividad de Comercio Internacional del Aceite de Palma de Santander; 3) Estudio de Consumo de Aceite de Palma en Brasil: Búsqueda de datos cuantitativos para ser analizados y buscar oportunidades para la región de Santander. 4) Catalogación de Resultados: Análisis descriptivo de los datos cuantitativos de Brasil frente a la capacidad Exportadora de Santander; 5) Compilación de Datos en un manuscrito que demuestre las oportunidades de aceite de palma santandereano en Brasil.

Bases de Datos: LegisComex, SIEX, TradeMap, Macmap

3. RESULTADOS

Caracterización de Partidas Arancelarias del Aceite de Palma

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
15.11.10	Aceite de Palma en Bruto
15.11.90	Aceite de Palma Los Demás (Estearína)

Tabla 22 Caracterización Partidas Arancelarias. TradeMap

La partida 15.11.10 hace referencia al aceite de palma sin ninguna alteración química o genética. Es utilizado como aceite para preparación de alimentos; La partida 15.11.90 hace referencia a la estearina, un producto de refinación del aceite que sirve para la industria química y fabricación de elementos tóxicos, como velas.

3.1. Actividad Exportadora del Aceite de Palma Santandereano durante el período 2010-2016

La exportación de aceite de palma bruto de Santander ha tenido una gran caída desde el inicio del intervalo de tiempo comparativo, donde entre el 2010-2016 las exportaciones cayeron en un 188%. En el año 2011 no se registró ningún movimiento de exportación, y a partir de esa fecha se inicia un ascenso que promueve el crecimiento en la venta de este producto.

AÑO	PESO KG	VALOR FOB
2016	5.893.930,00	3.480.683,29
2015	2.903.218,00	1.819.725,00
2014	2.858.952,00	2.310.645,84
2013	574.394,00	435.402,14
2012	97.531,00	88.070,49
2011	SIN DATOS	SIN DATOS
2010	13.369.227,00	10.017.443,98

Tabla 23 Exportaciones Partida Arancelaria 15.11.10 de Santander. Fuente SIEX

Por otro lado, la exportación del aceite de palma refinado ha sufrido una serie de fluctuaciones, lo que permite identificar nuevamente una gran caída en los precios con relación al período 2010-2015, dónde la actividad cayó 2.063%.

AÑO	PESO KG	VALOR FOB
2016	SIN DATOS	SIN DATOS

2015	24.062	USD 31.545,60
2014	94.583 kGS	USD 123.479,28
2013	1.612.395 kGS	USD 1.629.667,78
2012	88.192 kGS	USD 126.272,85
2011	80.585 kGS	USD 118.922,50
2010	492.543,83	USD 682.475,03

Tabla 24 Exportaciones Partida Arancelaria 15.11.90 de Santander. Fuente SIEX

Santander cuenta con una gran cantidad de área cultivable para este producto, especialmente el norte del departamento donde las condiciones geográficas son óptimas para su producción. El déficit de producción de algunos países son la oportunidad que puede tomar como referencia el Departamento y alcanzar nuevos mercados que conlleven a la generación de empleo y mantener la economía en crecimiento, puesto que Santander es víctima de la crisis del petróleo, donde gran parte de sus ingresos se debían a ese sector. El aceite de palma es una oportunidad para generar nuevas fuentes de ingreso, donde se pueden formular e implementar nuevos proyectos que permitan el crecimiento del capital santandereano.

3.2. Estudio de Consumo y Oportunidades de Aceite de Palma de Brasil

3.2.1 Perfil País

Nombre	República Federativa de Brasil
Capital	Brasilia D.F.
Habitantes	204,259,812 (2015)
Extensión	8,515,770 km2
Estados	26
PIB	1,8 trillones (2015)
Composición PIB	Agricultura 5,9% ; Industria 24,7% ; Servicios 71,9% (2015)
PIB Per cápita	15.800 USD (2015)
Moneda	Real Brasileño
Inflación	10,60%(2015)
Forma de gobierno	Federativa presidencial
Producción de aceite de palma MUNDIAL	Posición 9

Participación en producción mundial de palma	0,57%
Asociación palmera	ABRAPALMA- Associação Brasileira de Palma

Tabla 25 Perfil país Brasil. Elaboración propia basada en CIA FACTBOOK

3.2.2 SECTOR PALMERO EN BRASIL

Desde el año 2010, el gobierno brasileño ha implementado programas y estrategias que conlleven a la agricultura a un crecimiento en la producción de aceite de palma a nivel mundial, ya que desde el año mencionado, el país se proyecta de diez a quince años a ser el quinto productor mundial de palma africana. Para ello, se crearon las siguientes estrategias para dar cumplimiento a sus objetivos:

Creó línea de crédito destinadas a agricultores familiares, con bajas tasas de impuestos e largos periodos de amortización.

Realizó censo agroecológico de palma

Se implementó el programa de producción sustentable de aceite de palma en mayo del 2010.

(ABRAPALMA, 2014)

La política actual busca ofrecer a la población una alternativa económica más interesante a la deforestación, preservación de fauna y flora, junto a la recuperación de zonas degradadas que fueron deforestadas. Actualmente el desarrollo de nuevas plantaciones está restringidas a áreas ocupadas por el hombre y las regiones indicadas por el censo agroecológico. La instalación de nuevos cultivos está prohibida en el 96,3% del territorio brasileño y la destrucción de flora nativa es ilegal para reemplazarla por plantas de palma africana.(ABRAPALMA, 2014)

Las rigurosas normas ambientales brasileñas, junto al desarrollo de una industria de aceite de palma verdaderamente sustentable, transparente y observable, podrían eventualmente catalogar a los productores locales en ventaja a los internacionales al ofrecer el aceite a fabricantes de combustibles y alimentos.

3.2.3 ANALISIS DE LA BALANZA COMERCIAL DE ACEITE DE PALMA EN BRASIL

Según (ABRAPALMA, 2014): Brasil cuenta con un déficit promedio de 130.000 toneladas anuales para suplir la demanda industrial del aceite de palma en el país. El país está produciendo alrededor de de 370.000 toneladas anuales y requiere 500.000 para hacer posibles todos sus procesos industriales y productivos. En un análisis detallado mediante trademap, el país registró un déficit comercial en la importación de la partida 15.11.90 (aceite refinado o transformado), donde registró déficits promedios de -162. 264 millones de dólares entre el periodo evaluado de 2011 a 2015. En la tabla 11 se pueden apreciar los valores obtenidos en el análisis de balanza comercial deficitaria del país con relación al aceite de palma procesado.

BALANZA COMERCIAL PARTIDA 15.11.90			
AÑO	X	M	BALANZA COMERCIAL
2011	3.716	199.631	-195.915

2012	10.254	171.033	-160.779
2013	2.681	156.198	-153.517
2014	3.203	181.866	-178.663
2015	2.765	125.213	-122.448

Tabla 26 Balanza comercial partida 15.11.90 periodo 2010-2015. Elaboración propia basada en trademap

*Cifras expresadas en miles de dólares

A continuación, en el gráfico 1, se puede observar en amarillo el comportamiento negativo que demuestra la realidad brasileña al comprar más aceite de palma procesado en comparación a la cantidad vendida. Estos saldos negativos son notorios a la baja producción de cultivos de palma africana relacionada a la superficie territorial del país y dinamismo industrial que se desarrolla allí.

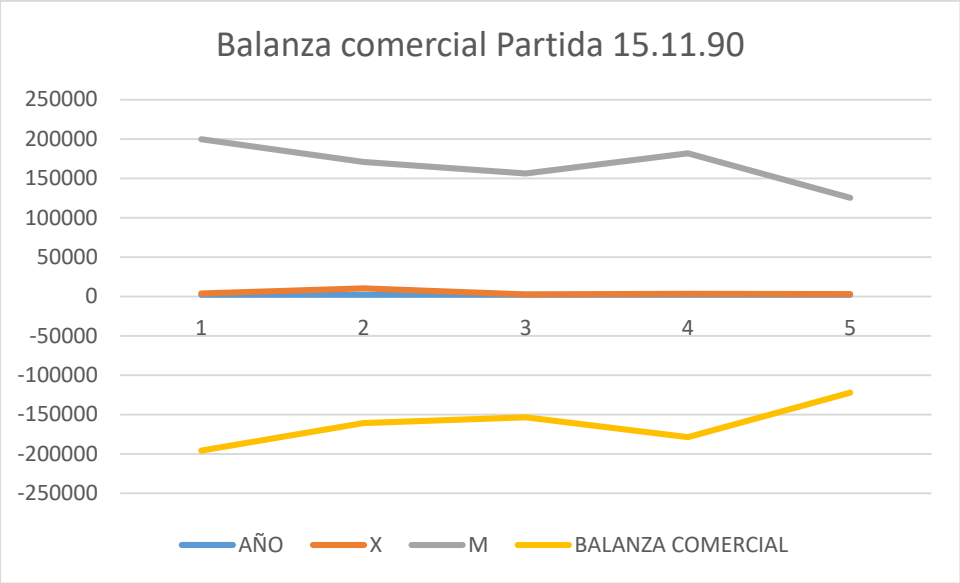


Gráfico 1. Balanza comercial partida 15.11.90. Elaboración propia basada en trademap

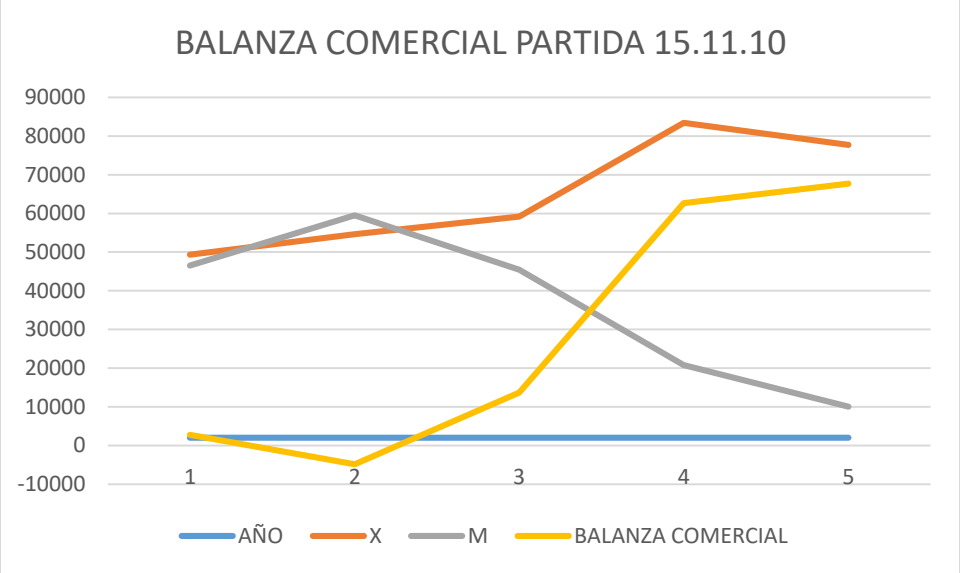
Del otro lado se encuentra la partida 15.11.10, (Aceite de palma en bruto) que presenta índices positivos de producción y comercialización en el exterior. La desventaja que tiene Brasil es la gran extensión selvática declarada por la UNESCO como patrimonio de la humanidad que restringe la erradicación de la flora en esa zona para ser reemplazada por cultivos palmeros, las políticas ambientales brasileñas no permiten esto y por tal motivo la producción relacionada a la extensión geográfica del país es poca. En Brasil la producción de aceite proviene del norte, específicamente del estado de Pará. Únicamente en el años 2012 Brasil presentó déficit en aceite de palma bruto, ya que debió importar 59,498 millones de dólares afrontando un vacío de 4.860 millones de USD. A continuación en la tabla 12 se pueden observar los indicadores comerciales de la partida mencionada. En el gráfico 8 se puede visualizar el comportamiento de las exportaciones y la balanza comercial de manera ascendente comparado con el aceite de palma procesado.

BALANZA COMERCIAL PARTIDA 15.11.10

Tabla 27 Balanza comercial partida 15.11.10 periodo 2010-2015. Elaboración propia basada en trademap. *Valores expresados en miles de USD

AÑO	X	M	BALANZA COMERCIAL
2011	49.312	46.548	2.764
2012	54.638	59.498	-4.860
2013	59.141	45.441	13.700
2014	83.442	20.762	62.680
2015	77.685	9.997	67.688

Gráfico 2. Balanza comercial partida 15.11.10.



Elaboración propia basada en trademap

3.2.4 ANALISIS DE LA DEMANDA DE ACEITE DE PALMA EN BRASIL

Brasil es un país que actualmente está demandando principalmente aceite de palma refinado o con alguna transformación listos para ser utilizad en procesos de alimentación. Requiere Estearina y oleína. La primera es utilizada como ácido para hacer velas y jabones, mientras que la segunda se usa sobre todo para aceite de cocina y alimentos. Esto es lo que el país realmente está demandando. Actualmente presentan un déficit que requiere ser importado, esta cifra está en un promedio anual de 193 toneladas. Lo anterior puede ser analizado en la tabla 13.

BALANZA COMERCIAL POR TONELADA 15.11.90					
T	2011	2012	2013	2014	2015
X	2,05	8,483	1,573	1,845	1,537
M	174,929	172,823	194,897	228,95	193,373

Balanza	-172,879	-164,34	-193,324	-227,105	-191,836

Tabla 28 Balanza comercial por peso partida 15.11.90 periodo 2010-2015. Elaboración propia basada en trademap

En la tabla 10 se puede evidenciar la demanda que existe respecto el aceite de palma en bruto, en promedio están importando 38 toneladas, pero su balanza comercial va en un aumento, demostrando que está en crecimiento la producción de la industria palmera en Brasil, pero sin ningún tipo de valor agregado. Esta partida también es una oportunidad para Santander, pero con la trayectoria y proyección que tiene el departamento aprovecharía más el mercado de aceite procesado porque es lo que en mayor cantidad requiere la industria brasileña.

BALANZA COMERCIAL POR TONELADA 15.11.10					
T	2011	2012	2013	2014	2015
X	44,484	56,745	70,854	101,825	130,137
M	39,49	54,622	55,184	23,4	15,697
Balanza	4,994	2,123	15,67	78,425	114,44

Tabla 29 Balanza comercial por peso partida 15.11.10 periodo 2010-2015. Elaboración propia basada en trademap

3.2.5 ESTADOS IMPORTADORES DE ACEITE DE PALMA EN BRASIL

A continuación en el mapa 3 se podrá observar los principales Estados importadores de aceite de palma de Brasil. Las partidas se encuentra divididas por colores, las estrellas moradas representan el aceite de palma en bruto, donde existen dos Estados compradores potenciales que son: Ceará y Sao Paulo; Mientras que las estrellas negras representan el aceite de palma procesado y en este se encuentran doce estados potenciales. Los principales importadores del producto con alguna transformación son Sao Paulo, Ceará y Mato Grosso do Sul. En la tabla 15 se pueden apreciar los valores importados por los Estados en promedio de la partida 15.11.90, y en la tabla 16 se aprecian los valores importados por la partida 15. 11.10 (Ceará y Sao Paulo). Para identificar la posición del Estado debe tener en cuenta el número que parece en la primer columna de las tablas e identificarlo con las estrellas ubicadas sobre el mapa.

Mapa 1. Importaciones Brasileñas de aceite de palma por estados. Elaboración propia basada en legiscomex

2.5.1 ESTADOS IMPORTADORES DE LA PARTIDA 15.11.90

No.	ESTADOS	Peso en kilos
1	ALAGOAS	797.905 Kgs
2	CEARA	60.521.785 Kgs
3	GOIAS	14.597.569 Kgs
4	MATO GROSSO DO SUL	39.207.042 Kgs
5	MINAS GERAIS	888.805 Kgs
6	PARA	4.858.945 Kgs
7	PARAIBA	22.380 Kgs
8	PARANA	21.019.925 Kgs
9	PERNAMBUCO	2.436.980 Kgs
10	RIO DE JANEIRO	539.200 Kgs
11	RIO GRANDE DO SUL	42.350 Kgs

12	SAO PAULO	109.858.244 Kgs
Total		254.791.130 Kgs

Tabla 30 Importadores de aceite de palma refinado en Brasil. Elaboración propia basada en legiscomex

2.5.2 ESTADOS IMPORTADORES DE LA PARTIDA 15.11.10

No.	ESTADO	Peso en kilos
1	CEARA	23.145.268 kgs
2	SAO PAULO	255.190 kgs
Total general		23.400.458 kgs

Tabla 31 Importadores de aceite de palma en bruto en Brasil. Elaboración propia basada en legiscomex

2.6 IMPORTACIONES BRASILEÑAS DE ACEITE DE PALMA COLOMBIANO

En Brasil existen seis Estados que importan aceite de palma colombiano: 5 compran el proceso con alguna transformación y sólo 1 lo adquiere en bruto. Los compradores de la partida 15.11.90 son principalmente Mato Grosso, Alagoas y Rio de Janeiro cada uno con adquisiciones de 1.766 tons, 663 tons y 385 tons respectivamente. Estos datos se pueden verificar en la tabla 17, y su ubicación a través del mapa 4. En este mapa se encontrarán discriminadas las partidas: 15.11.90 verdes y 15.11.10 rojo. Por otro lado, el único comprador brasileño de aceite colombiano es Ceará, pero con una demanda de 39.814 toneladas, una cantidad significativa para las exportaciones de oleo colombiano.

Mapa 2. Estados brasileños Importadores de aceite de Palma Colombiano. Elaboración propia basado em legiscomex

15.11.90	
ESTADO	Suma de Peso en kilos
ALAGOAS	663.330,00 kgs
MATO GROSSO DO SUL	1.766.565,00 kgs
RIO DE JANEIRO	385.190,00 kgs
RIO GRANDE DO SUL	21.570,00 kgs
SAO PAULO	43.835,00 kgs
Total general	2.880.490,00 kgs

Tabla 32 Importadores de aceite de palma colombiano en bruto en Brasil. Elaboración propia basada en legiscomex

4. CONCLUSIONES

Santander es un departamento que debe mejorar su infraestructura para hacer más competitiva la producción anual de aceite de palma, ya que la participación de este rubro en la estructura de costos es casi el 34,2%. Cifra alta que si se logra reducir lograría competir a bajo precio en mercados internacionales.

Brasil requiere especialmente oleína y estearina. La primera es para la producción de alimentos mientras que la segunda para fabricación de productos de aseo. Los principales estados importadores son: Sao Paulo, Ceará y Mato Grosso do Sul. Aunque también existe una demanda de aceite de palma en Bruto, Ceará es el principal Estado importador Brasileño de ese producto. Esta oportunidad resulta debido al déficit de producción del país que es de 193.000 toneladas de aceite refinado y 37 sin refinar anualmente.

5.BIBLIOGRAFÍA

ABRAPALMA (2014). Crecimiento de la industria global. Agroanalisis, febrero. Recuperdo de: http://www.agroanalysis.com.br/2/2014/mercado-negocios/oleo-de-palma-o-crescimento-da-industria-global

CAPTA (2016). Sistema de Consulta sobre aranceles, reglas de origen y servicios. Tomado de: http://capta.mdic.gov.br/?lien_externe_oui=Continuar

CIA FACTBOOK. (2016). Información general del país. Recuperado de www.ciafactbook.gov

Contabilidade Brasil (2016) Tabla de costos ICMS. Tomado de: http://www.contabilidadenobrasil.com.br/aliquotas-internas-2016/

DNP (2007). Estrategia para el desarrollo competitivo del sector palmero colombiano. Documento CONPES 3477. 29P. Bogotá.

Fedepalma (2014). De Santander sale el 14% de la palmicultura del país. Vanguardia.com

FIESCNET (2016) Impuestos y tasas aplicadas a las importaciones. Tomado de: http://www4.fiescnet.com.br/es/home-invest/haciendo-negocios/como-exportar-a-brasil/impuestos-y-tasas-aplicadas-a-las-importaciones

ICONTEC (2013). Mesa Redonda de Aceite de Palma. Presentación power point elaborada por ICONTEC.

Legiscomex (2016). Base de datos sobre estudios económicos y comerciales de américa. Recuperado de página oficial: www.legiscomex.com

LEGISCOMEX. (2016) Información empresarial y comercial del aceite de palma en Brasil y Colombia. Base de datos, Tomado de: www.legiscomex.com

MacMap (2016). Consulta de aranceles em Brasil. Tomado de: www.macmap.org

Rueda and Pacheco (2015). Políticas, mercados y modelos de producción: Un análisis de la situación y desafíos del sector palmero colombiano. Documentos Ocasionales 128. Bogotá.

Semanariocomexperu. Barreras no arancelarias em Brasil. Tomado de: https://semanariocomexperu.wordpress.com/barreras-no-arancelarias-con-brasil/

SIEX (2016) Sistema Estadístico de Comercio Exterior. Tomado de página oficial www.websiex.dian.gov.co

SIICEX (2011). Guía de Mercado Brasil. Servicios al exportador, elaborado por PROMPERÚ. Tomado de: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533radB34CD.pdf

SIOC (2015) sistema de información de gestión y desempeño de organizaciones de cadenas cadena productiva de palma. Tomado de: http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-palma/?ide=15

TRADEMAP (2016). Información comercial y empresas importadoras de aceite de palma en Brasil. Tomado de: www.trademap.org

USDA (2011) Servicio Extranjero de Adricultura de los Estados Unidos. Ranking de productores de aceite de palma en el mundo. Recuperado de: http://www.abrapalma.org/es/la-palma-en-brasil-y-el-mundo/

OPORTUNIDADES QUE LA ALIANZA DEL PACÍFICO CREA EN BENEFICIO DEL SECTOR METALMECÁNICO A LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS

Carlos Andrés Díaz Restrepo[121], Marlen Isabel Redondo Ramírez[122]

Introducción

Las integraciones económicas han sido a lo largo de los años un reflejo de la transformación que se ha venido generando, hacia un mundo globalizado en el que hoy se encuentran diversos países, los cuales han empezado entender que mediante estos procesos se pueden generar no solamente oportunidades económicas sino también comerciales y sociales, que para muchos países que están considerados como tercermundistas, sirve como una posibilidad para alejarse de tal connotación despectiva.

Según la Organización Mundial de Comercio, la mayoría de los países en los cinco continentes y que son miembros de la misma, pertenecen a un bloque regional o tienen tratados bilaterales, tal es el caso de la Unión Europea, que ha sido el ejemplo claro del más alto nivel de integración al que ha podido llegar una región. En Asia se encuentra la ASEAN creada por los países del sudeste, la cual ha tenido un progreso como integración de gran relevancia y que sirve de referente para otros proceso en el mundo, cabe destacar el planteamiento de libre movilidad de factores que inició en enero del 2016 de forma paulatina entre los diez países, teniendo especial atención en la mano de obra cualificada. De igual forma se encuentra el SAARC compuesto por India, Nepal, Pakistán, Bangladesh, Bután, Maldivas, Afganistán y Sri Lanka, el desarrollo de este bloque económico ha sido más lento que el de la ASEAN, teniendo como una de sus causas el enfrentamiento entre India y Pakistán, no obstante se han logrado acuerdos de libre comercio entre los países y se busca que para el 2030 haya una Unión Económica del Sur de Asia.

[121] Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Pereira, Av. Sur No 49-95, Pereira, Colombia
Correo electrónico: carlos.diaz@ucp.edu.co
[122] Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas, y Contables, Universidad Libre Seccional Pereira, Belmonte Avenida Las Américas, Pereira, Colombia
Correo electrónico: mredondo@unilibre.edu.co

En las últimas décadas es bastante notorio el proceso aperturista que ha vivido Colombia, permitiéndole tener actualmente 13 acuerdos comerciales vigentes y otros tantos en negociación, con importantes y estratégicos socios comerciales. Dentro de la agenda de integración del país se toma la Alianza del Pacífico como un mecanismo que ha perfilado varias oportunidades comerciales para las empresas colombianas, y se ha enfocado en aspectos competitivos de la economía del país. Ante ese escenario de globalización se hace necesario el fortalecimiento de la oferta exportable y ello implica dirigir los esfuerzos a un sector determinado; en Colombia el sector metalmecánico se ha convertido en un sector promisorio en el que los índices de competitividad no se han hecho esperar y los esfuerzos empresariales y gubernamentales han permitido la puesta en marcha de estrategias que permitan aprovechar las condiciones internas y externas, tanto del país como del mercado mundial respectivamente.

A nivel departamental, Risaralda ha vivido un cambio de vocación económica, pasando de la cultura cafetera a dar prioridad a otros sectores, entre ellos el metalmecánico y el de servicios. Por su parte, Dosquebradas se clasificó desde un principio como la zona industrial de Risaralda y no es raro que fuera allí donde naciera y se desarrollara principalmente el sector metalmecánico a través de las PYMES, siendo ello el tema central del presente trabajo, en el que se hace necesario abordar el tema de la competitividad de dicho sector, que unido a la relación que tiene con la Alianza del Pacífico permitirá tener las bases para su diagnóstico en tal municipio y conocer el marco del acuerdo de la Alianza y a partir de ello identificar tanto las oportunidades que brinda tal acuerdo como la percepción que tienen los empresarios del sector respecto de ellas.

5. Aproximación teórica

La integración económica toma fuerza a medida que la globalización se hace cada vez más un factor de influencia para todos los sectores de la economía, la política y la sociedad en general.

De esta forma la integración económica a nivel internacional, trae consigo las relaciones económicas entre los países las cuales se han basado en un conjunto de teorías, una de ellas, el libre cambio, donde uno de sus principales exponentes fue Charles Davenat, quien afirmaba que el comercio es libre por su propio medio, posteriormente el economista escoces Adam Smith retoma estos conceptos y plantea que por medio de la exportación se le podría conseguir mercado a los productos con “sobrantes” los cuales en el mercado local, no tendrían demanda alguna.

Por el contrario, Friedrich List planteaba que el libre comercio era un gana-pierde si este se realizaba entre una potencia económica y un país en desarrollo, de esta forma, sostenía que se debía proteger la industria nacional para que no fuera absorbida por magnates internacionales.

En este aspecto, se reconoce los procesos de integración como un factor de vital importancia para la competitividad de los países, dado que independientemente de las políticas de cada nación el contexto mundial les hace incursionar en este escenario globalizado. De igual forma, en orden con el concepto de competitividad, este solo resulta siendo un eslabón para aumentar los niveles de productividad, ya que dentro de este proceso se ven inmersos una gran cantidad de factores como la asociatividad interna de los diferentes sectores económicos, el nivel tecnológico de las empresas o el nivel de preparación que poseen para enfrentar el mercado internacional.

Así como los países buscan integrarse para potencializar sus oportunidades y disminuir sus amenazas, así mismo muchas empresas buscan la asociatividad como método para poder crecer. A finales del siglo XIX, el británico Alfred Marshall, expuso su libro Principios de la economía en el cual definió que las industrias especializadas debían estar conglomeradas en un mismo espacio, denominado por él como "distritos industriales", con el fin de lograr que hubiera mayor efectividad de trabajo ya que para la producción de un bien el cual es por etapas o la prestación de algún servicio sería necesario estar en una misma locación, de igual forma, planteaba que se debería tener en un distrito no solo una industria productiva, sino también diversificar en industrias con el fin de que cuando haya inconvenientes en una , las demás de manera indirecta puedan apoyar.

En un entorno más contemporáneo y local, la construcción concepto de asociatividad empresarial ha tenido diferentes participantes, como es el caso de organizaciones, como el Banco Agrario (2006, citado por Acevedo & Buitrago, 2009) en el cual manifiesta que este concepto hace referencia al espacio de colaboración y apoyo entre personas con el fin de llegar a una meta común, por lo que se basan en la participación de toma de decisiones de forma voluntaria y trabaja en conjunto.

Por medio de la asociatividad se puede llegar a obtener competitividad, muchas empresas han identificado diferentes estrategias para lograr tal fin, tal como la conformación de consorcios, en el cual los integrantes del mismo pueden contribuir a un objetivo común, compartiendo riesgos pero sin la necesidad de tener que crear una sociedad mercantil, conservando además su personalidad jurídica. De igual forma se tienen la conformación de clústeres, los cuales se pueden interpretar como una integración empresarial y que ha sido significativo en Colombia.

Dentro de esta identificación de conceptos sobre clústeres, es necesario con la percepción del economista estadounidense Paul Krugman, el cual manifiesta que un clúster debe ser visto como el flujo de bienes o servicios, más bien debe ser visto como producción de conocimiento y aumento de retornos como conjunto. De igual forma, otro famoso experto en el tema es el economista norteamericano Michael Porter quién definió el concepto de clúster como la agrupación de empresas que están geográficamente cerca y que tienen entre sí intereses comunes y complementarios en cualquier campo.

Actualmente los países se encuentran inmersos en el proceso de globalización como resultado directo del proceso de apertura económica que han fijado cada uno de ellos, tal proceso podría situarse en la historia de Colombia en la década de los 90´s. Ahumada (citado en Apertura Económica de Carlos E. Londoño, 1998) afirma:

"La liberación de los mercados nacionales es planteada por el neoliberalismo como un nuevo principio -nuevo fundamentalismo- sin el cual, supuestamente, las economías atrasadas no podrán modernizarse"

Unido a esa política aperturista aparecen los sectores estratégicos como una opción para crear las condiciones suficientes y necesarias para salir del subdesarrollo, tal como lo menciona la cita anterior. Entendiendo como sector estratégico aquel sector de la economía nacional que presenta oportunidades de desarrollo y que deben ser atendidas mediante iniciativas como el Programa de Transformación Productiva (en adelante PTP). El PTP es "una de las herramientas dispuestas por

el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas" (PTP, 2015)

Para que Colombia se alineara de manera acertada a las condiciones del comercio internacional se emplearon estrategias nacionales y locales, según las condiciones propias de cada región del país; en el caso particular de Risaralda se implementa la Agenda de competitividad en la que se contemplan las acciones que se impulsaran a nivel departamental y municipal para atender las oportunidades que representa un sector determinado. Dentro de la amplia gama de sectores que comprende la economía nacional, se ha decidido tomar el sector metalmecánico, el cual va desde la transformación del acero en bienes intermedios hasta el desarrollo de sofisticada maquinaria y bienes de capital, pero se ha priorizado la transformación productiva de los subsectores de tubería metálica, estructura y galvanizado, materiales eléctricos, materiales para construcción, bienes de capital y máquinas-herramientas. La división del sector metalmecánico es como sigue en la imagen 1: División del sector metalmecánico

De tal manera que la iniciativa de Colombia para establecer tratados de libre comercio que permitan el posicionamiento de sus productos en el exterior se debe complementar con estrategias de competitividad, y sobre ello, Porter ha definido tres estrategias genéricas:

- Liderazgo en costos: esta opción se centra en la reducción de costes utilizando todas las oportunidades disponibles para conseguir que sean lo más bajo de la industria. Aquello puede realizarse aprovechando las economías a escala, las ventajas tecnológicas, el acceso preferencial a las materias primas y minimizando costes en todas las áreas.
- Diferenciación: Esta estrategia se utiliza por las empresas que pretenden diferenciarse en la industria en la que operan el resto de sus competidores, distinguiéndose en algún aspecto que suponga un valor añadido para el consumidor.
- Segmentación: En este caso se sigue una estrategia de diferenciación pero centrándose en un segmento en particular, ya sea en un grupo específico de consumidores o en un área geográfica concreta (Bravo Montilla & Rincón Ambrosio, 2013, pág. 22)

6. Metodología

El método con el cual se desarrollará la investigación es el Método inductivo: La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén "en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, concluimos verdades generales". Lo anterior señala que fundamentalmente la inducción, a pesar de tener como referencia premisas verdaderas, podrá llegar a conclusiones cuyo contenido es más amplio que el de las premisas desde las cuales inicia el análisis de su problema de investigación. De este modo, el argumento inductivo se sustenta en la generalización de propiedades comunes a casos ya observados.

De ésta manera la investigación realizará una comparación constante, a través de ella se codificarán y analizarán los datos de forma simultánea para comprobar la hipótesis, contrastar las categorías y propiedades en el contexto determinado; así, de acuerdo a los resultados arrojados en el trabajo de campo según la muestra, conducirá a la generalización de las Oportunidades que la Alianza del Pacífico crea en beneficio del sector metalmecánico a la competitividad de las PYMES del municipio de Dosquebradas.

El proyecto de investigación se desarrollará dentro del tipo cualitativo, lo cual implica que exista un acercamiento a los fenómenos sociales (en este caso económicos) por parte de los investigadores, participando del mundo del grupo sociales investigado (las PYMES del Municipio de Dosquebradas). En esta perspectiva, los investigadores tienen un papel fundamental en la recolección de información, pues de ellos dependerá gran parte de la forma como se acercan a la realidad y pueden tomar de ella datos. El objetivo es la descripción de las cualidades de un fenómeno, se trata de encontrar las características que en conjunto son comunes en una realidad, mas no dan conocimiento de cuánto tienen una cualidad determinada; es decir, aquello que cualitativamente permite distinguir el fenómeno investigado de otros.

La investigación propuesta se realizará dentro del marco del tipo de estudios descriptivos: La investigación en ciencias sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación. (Méndez, 2006, pág. 136). Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. (Méndez, 2006, pág. 137)

De esta manera, la investigación tiene como propósito Identificar las Oportunidades que la Alianza del Pacífico crea en beneficio del sector metalmecánico a la competitividad de las PYMES del municipio de Dosquebradas. La utilidad de este estudio facilitará el entendimiento del desarrollo de las PYMES, acorde a los beneficios que ofrece la Alianza del pacifico al sector metalmecánico; tratará de establecer o predecir un comportamiento aproximado sobre el sector mencionado, a de los factores de competitividad.

La población implicada para el desarrollo de la investigación corresponde a las PYMES del sector metalmecánico del municipio de Dosquebradas, Risaralda que cumplan con el criterio de número de empleados establecido en la definición de la Ley 590 del 2010 y que se encuentren clasificadas en el CIIU Versión 4 en la categoría D280000 Fabricación de productos elaborados de metal, registradas en la Cámara de Comercio de Dosquebradas para el año 2015; Según información procedente de esta entidad, el número de PYMES con tales características corresponde a 6.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se ha decidido no usar muestra, es decir que el instrumento se aplicara a las 6 empresas correspondientes a la población. Paralelo a ello se tienen en cuenta dos casos extraordinarios ocurridos durante el trabajo de campo: el primero responde a PINTUEXPRESS DOSQUEBRADAS S.A.S., el cual aparece resgistrado en CIUU como una empresa de metalmecánica sin embargo su actividad principal es pintura y por ende se aleja del tema central de la investigación por lo cual fue reemplazada por SOLOMOFLES, la cual es la empresa central; el otro caso es la empresa INDUPARTES RISARALDA S.A.S, la cual cesó actividades.

Para la recolección de la información se utilizará fundamentalmente la encuesta, que será un instrumento diseñado con el propósito de cumplir lo planteado en los objetivos de la investigación, si fuera necesario se recurriría a la entrevista estructurada o a la observación como medios complementarios para la recolección de la información.

Para la aplicación de la encuesta se hará mediante censo correspondiente a las seis empresas de la población; el desarrollo se realizara en la fase de resultados. La organización de los datos o el tratamiento de la información consisten fundamentalmente en la tabulación de la encuesta, proceso que se hará utilizando las herramientas de los sistemas o algún software especializado que permita obtener las características a evaluar en los PYMES. Es posible que se utilicen programas o paquetes informáticos diseñados exclusivamente para tal fin, aunque se reconoce que por lo básico en la tabulación del instrumento se puede recurrir al programa Excel con sus herramientas respectivas que lo cualifican como procesador de tabulación para obtención de resultados.

7. Resultados

El trabajo de campo y el consiguiente análisis de la información han permitido llegar a los siguientes resultados. Primeramente se señala que el sector presenta una longevidad de aproximadamente 2 décadas, esto se calculó a partir de la antigüedad de las empresas encuestadas, paralelo a ello se encontró que la estructura organizacional de las empresas está liderada en una mayor parte por la figura del gerente mientras que otras responde a administradores o coordinadores de otras áreas.

Respecto del tema central de la investigación y que responde a la Alianza del pacífico, se tienen que el 100% de las empresas encuestadas manifestaron desconocimiento sobre el tema, es decir que ninguna de ellas conoce tal integración comercial, aunque de manera paralela las empresas manifestaron que estarían dispuesta en informarse y aplicar a las oportunidades que tal Alianza presenta en términos de integración y demás ítems propios del tema. Esto resulta ser complementario a los procesos de asociatividad en los que se encuentran las empresas, debido a que el 100% de ellas expresaron que actualmente participan en algún proceso asociativo, so peso de que el 40% de las empresas señalan que los beneficios de dicha asociatividad han sido pocos en temas como el encadenamiento productivo.

En cuanto al tema de la internacionalización de la empresa a través de la asociatividad en la cual vienen participando, se encontró que el 100% manifestaron que esta carece de las bases para lograr llevar los respectivos productos hacia mercados extranjeros; adentrándose en el tema de la Alianza del pacífico se encontró que ninguna de las empresas ha realizado procesos de exportación. A nivel interno se obtuvo información en términos de mejoramiento y de procesos llegando a casos en los que el 40% de las empresas señalan que implementan actividades con las que busca medir el tiempo de fabricación en una frecuencia de “siempre” mientras que el 60% señalan una frecuencia de “casi nunca” para el mismo factor.

En cuanto a la planeación de la producción, se evidencia que el 80% de las empresas evaluaron en una escala de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja posible y 5 la más alta) como 4 la planeación realizada al proceso productivo mientras que el 20% califica la misma variable como 3. Dentro del tema de la producción se encontró que de las 5 empresas encuestadas, solo 3 tienen conocimiento

sobre la capacidad de producción que emplean, y en esa misma temática la mayoría de las empresas manifiestan que el principal limitante de tal capacidad responde al factor de espacio físico, mientras que en una menor proporción señalan el recurso humano y la demanda como tal limitante.

Continuando con el contexto interno de las empresas se encontró que el 100% de estas manifiestan tener tecnología de último nivel y en ese mismo porcentaje señalan que invierten en nueva tecnología frecuentemente. Respecto de la eficiencia de la maquinaria que poseen las empresas en relación con la producción se encontró que el 40% de las empresas califican en una escala de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja posible y 5 la más alta) como 3 mientras que las empresas restantes indican una calificación de 4. Teniendo en cuentas proyecciones de crecimiento y desarrollo las empresas han manifestado que frecuentemente acceden a financiamientos y de manera paralela 3 de las 5 empresas encuestadas indican que están dispuestas a recibir inversión extranjera a cambio de ceder participación en la empresa.

Del lado de la capacitación y desarrollo de conocimiento se encontró que el 100% de las empresas conocen normas como las NIIF (Normas internacionales de información financiera), como complemento se tiene que el 60% de las empresas encuestadas han asistido a talleres y conferencia sobre tales normas con una frecuencia de "siempre" mientras que el 40% lo ha hecho con de manera "frecuente"; dentro del área financiera las empresas calificaron de la siguiente manera la importancia que asignan al monitoreo de los costos en una escala de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja posible y 5 la más alta): el 40% de las empresas califican como 4, otro 40% indican un 5 y el 20% restante de estas señalan una calificación de 3.

A nivel interno se evaluó el aspecto logístico en una escala de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja posible y 5 la más alta) encontrando que el 60% de las empresas dan una calificación de 4, mientras que el 20% indican un 3 y el otro 20% una calificación de 2; el 60% de las empresas manifestaron realizar inversión en programas de investigación y desarrollo. Sobre el aprovisionamiento, el 60% de las empresas cuentan con más de 5 proveedores y el 40% de estas cuentan con más de 10 proveedores para el respectivo aprovisionamiento de las materias primas, aunado a esto el 100% de las empresas indican tener sistemas de control de inventarios.

En una escala de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja posible y 5 la más alta) las empresas calificaron la ubicación y el espacio de producción de la siguiente manera: el 60% dan una calificación de 4 mientras que el 20% señalan un 3 y el otro 20% una calificación de 5. En el aspecto de calidad, el 100% de las empresa indican que implementan procesos que les permite medir la calidad de los productos, y de manera seguida en ese mismo porcentaje señalan que cuentan con certificaciones que acreditan la calidad de los mismos. El recurso humano presente en las empresas encuestadas se ha perfilado, según información proveniente de las empresas, como suficiente y con las preparaciones técnicas, tecnológicas o universitarias adecuadas; en cuanto al proceso de reclutamiento y selección, el 60% de las empresas señalan como "difícil" tal proceso mientras que el 40% restante lo califican como "muy difícil"

7.1.Figuras

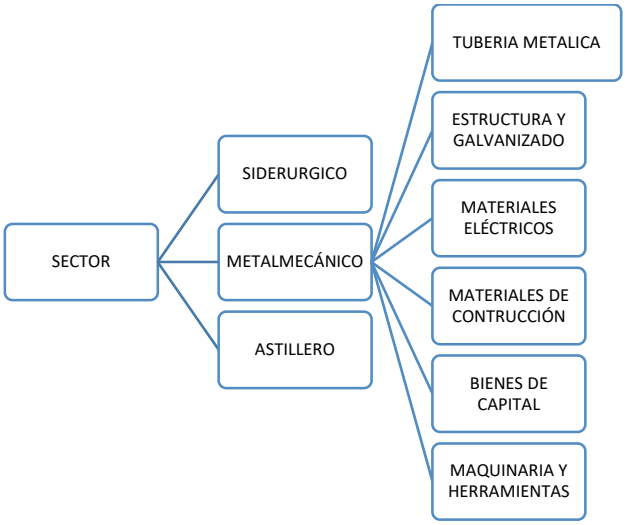


Imagen 1. División del sector metalmecánico

Fuente: Programa de Transformación Productiva

7.2.Tablas

METAL MATRÍCULA	RAZÓN SOCIAL	N° PERSONAS EMPLEADAS	CÓDIGO CIIU
31938	PINTUEXPRESS DOSQUEBRADAS S.A.S.	12	D289200
39057	INDUPARTES RISARALDA S.A.S	14	D289203
29403	INDUSTRIA DE PINTURAS Y PARTES METALMECÁNICAS S.A.S.	15	D289200
36960	INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN DE ESTRUCTURAS METÁLICAS S.A.S.	30	D281100
11560	INDUSTRIAS HERVAL SAS	63	D289200
12716	ALUMINIOS DE COLOMBIA S. A	150	D281101

Tabla 33. Población-muestra de la investigación.

Fuente: Elaboración propia.

8. Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados y el análisis realizado a cada pregunta se presentan las siguientes conclusiones:

A pesar de la antigüedad de las empresas que se manifiesta des de los 5 años hasta los 28 años, solo el 80% de las empresas encuestadas ha escuchado a cerca de la Alianza del pacifico, y el 20% que ha escuchado sobre la Alianza carece del conocimiento sobre las ventajas que esta puede ofrecer; todo esto es significativo en la medida de que se enfocado de manera exclusiva en el mercado interno, dejando de lado procesos de internacionalización, sobre este hecho se tienen varios aspectos que resultan ser complementarios, en primera medida a pesar de que las empresas han participado en procesos de asociatividad, el 60% de estas señalan que la efectividad en los encadenamientos ha sido poca, y esto puede ser negativo en el intento por internacionalizarse.

La falta de materialización de los beneficios de la asociatividad incide en el quehacer de las empresas para participar en procesos de integración como la Alianza del pacífico. Para la participación activa de las empresas en procesos de internacionalización se debe tener en cuenta la capacidad productiva de las mismas, esto con el fin de que puedan responder acertada y competitivamente en las necesidades y exigencias del mercado, sin embargo en este punto también se encontraron algunas fisuras que demarcan poca preparación para la expansión hacia el mercado exterior.

Respecto de la producción, la frecuencia de que el 60% de las empresas “casi nunca” implementaran actividades para medir el tiempo de fabricación deja entrever que funcionan con una estructura meramente informal o empírica, a ello se le suma que solo 3 de las 5 empresas han identificado la capacidad máxima de producción. Del lado tecnológico es significativo que el 100% de las empresas indicaron que invierten frecuentemente en tecnología de último nivel, esto se complementa con la calificación dada a la eficiencia de la maquinaria, lo cual permite concluir que han optado por la tecnificación, sin embargo este proceso puede resultar inútil si carece de procesos adecuados de planeación.

El desarrollo de programas de investigación y desarrollo es un punto vital al hablar de competitividad, sin embargo la mayoría de las empresas (el 60%) expresan que carecen de dichos programas, en ese escenario las empresas presentan una posición desventajosa frente a la competencia internacional en la medida de que el mercado es exigente y se debe estar atento al desarrollo de productos y al cambio mismo.

Sobre los limitantes, las empresas mencionaron el espacio físico como el principal obstáculo sobre la producción, sin embargo ninguna de ellas expreso procesos de planeación para proyectos de ampliación, de manera seguida se mencionó el recurso humano y la demanda, ambos en porcentajes iguales, respecto del primero se entiende que las empresas también indicaron que cuentan con el personal adecuado para el desarrollo de las diversas actividades presentes en la empresa, sin embargo el proceso de reclutamiento se torna difícil como consecuencia del perfil de servicios de la región mediante el cual la oferta académica fortalece programas del tercer sector de la economía y se ha debilitado paulatinamente la oferta del sector secundario, al que pertenece la metalmecánica.

Se reconoce que las empresas están dispuesta a participar en las oportunidades que ofrece la Alianza y ello es relevante puesto que en el marco del acuerdo se han suscrito varias medidas a favor de las PYMES; se toma como un paso importante el tema de la asociatividad, en el cual el 100% de las empresas manifestaron haber participado en algún proceso de este tipo, ello da pie a

que entiendan el mecanismo del relacionamiento con otras empresas y que se permita maximizar tal experiencia a un nivel internacional. De otro lado el 60% de las empresas manifestaron que están dispuestas a recibir inversión extranjera a cambio de otorgar participación, ello también permite vislumbrar un perfil en construcción para la internacionalización.

Según la información proporcionada por las PYMES a través de la aplicación del instrumento y de manera paralela a la información obtenida sobre el sector y la Alianza del pacifico se llegan a las siguientes recomendaciones:

Las empresas deben realizar una revisión a los procesos de planeación a tal punto de que se les permita mejorar aspectos como el control de los costos, proyecciones, control de la producción y demás actividades mediantes las cuales creen espacios de retroalimentación, esto toma valor en cuanto a que al maximizar su participación hacia mercados internacionales será necesario recurrir a diferentes estrategias de orden comercial y productivo que se pueden materializar de diferentes maneras y por ende es de carácter obligatorio que conozcan el contexto interno de la organización a fin de responder adecuadamente a la dinámica del mercado.

Unido a la planeación se hace necesario que las empresas desarrollo procesos de desarrollo e investigación a través de los cuales propendan a mejorar sus productos y procesos y a partir de esto se alineen con los procesos de encadenamientos que se facilitan con la Alianza; se deben revisar los protocolos del acuerdo sobre el manera de redes e infraestructura tecnológica a fin de que las empresas inicien un proceso de tecnificación enfocado a la internacionalización, esto con el fin de que se adquiera la tecnología y demás infraestructura que se requiera.

Finalmente se hace necesario que las entidades locales gubernamentales promuevan procesos de oferta laboral acorde con las necesidades del sector con miras a la internacionalización, así como de divulgación de relaciones bilaterales del país como lo es la Alianza del pacifico y que facilite la comunicación con empresas del sector ubicadas en el extranjero, permitiéndole a las empresa prepararse a partir de la experiencia en el mercado interno y desarrollar metodologías de asociamiento según se necesite.

Referencias Bibliográficas

Acevedo, M., & Buitrago, M. (2009). *Asociatividad empresarial, crecimiento producto e innnovación, el caso de las PYMES del sector textiles y confecciones en Bogotá.* Bogotá.

Bedoya, E., & Marulanda, N. (2016). *Análisis financiero de las empresas del sector metalmecánico en Dosquebradas.* Dosquebradas.

Bravo Montilla, Á., & Rincón Ambrosio, D. (2013). *Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia.*

Carmona, A., & Andrés, R. (2015). *Diagnóstico para evaluar el estado de la implementación tecnológica en las PYMES del sector metalmecánico formal del AMCO.* AMCO.

Castaño Ángel, D., & Duque Palacio, S. (2011). *Estrategias y prácticas logísticas en las empresas del sector metalmecánico en Pereira y Dosquebradas entre 2008 y 2010.* Pereira.

Castellanos, O., Fonseca, S., Fúquene, A., Quintero, R., & Ramírez, D. (Enero de 2013). *Competitividad: Apropiación y mecanismos para su fortalecimiento.* Obtenido de http://www.bdigital.unal.edu.co/9092/1/COMPETITIVIDAD.pdf

Cerveras Cárdenas, J. E. (2013). *Sistema de gestión dual estratégico-logístico para las PYMES del sector metalmecánico de la ciudad de Barranquilla.* Barranquilla: Revista Dimensión empresarial.

European Management Forum. (1990). *Definición de competitividad.*

EY. (Febrero de 2015). *Guía de negocios e inversión de la Alianza Pacífico.* Perú. Obtenido de http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/invierta/Documents/Guia_Negocios_Alianza_del_Pac%C3%ADfico.pdf

Fowks, J. (2015). *Alianza del pacifico crea fondo de apoyo a la pequeña empresa.*

Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa* (1a ed.). Medellín: Fondo Editorial EAFIT.

González, F. (2013). *La Alianza del pacifico: Una nueva perspectiva para América Latina.*

(s.f.). *Ley 590 del 10 de julio del 2010.*

Maesso Corral, M. (2011). *La integración económica.*

Magnani, B., Posada, C., Redondo, J., Robles, G., & Ruiz, J. M. (2015). *¿Cuales son los sectores con mayor potencial para aprovechar la Alianza pacifico?*

Méndez, C. (2006). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4a ed.). Limusa.

Moncada, C. (2014). Red metalmecánica en risaralda es un hecho. *La Tarde*.

PTP. (2015). *Programa de Transformación Productiva*. Obtenido de https://www.ptp.com.co/metalmecanico/sector_metalmecanico.aspx

Quintana, D. (2012). *Criterios de asociatividad para la gestión de compras en el proceso de abastecimiento del subsector metalmecánico de Pereira y Dosquebradas.* Pereira.

PROMOCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ECUATORIANOS AL MERCADO DE MILÁN-ITALIA

Paladines Ormaza Melanie Ivana, Campozano Pezo Maria Cristina,Cano Guerrero Enrico Vinici, Sanchez Parrales Carlos Eduardo

RESUMEN

En la actualidad la población mundial se ha empezado a preocupar por llevar un estilo de vida más saludable, para lograrlo existen un sin número de alternativas, las cuales se encuentran presentes en diversos mercados y son tan variadas, una de las opciones más interesantes es el consumo de productos orgánicos, los cuales consisten en alimentos que para su elaboración o producción no requieren el uso fertilizantes químicos, ni de organismos genéticamente modificados, estos alimentos se caracterizan por tener un alto valor nutritivo además de ser amigables con el medio ambiente.

Ecuador como un paísmegadiverso, posee una amplia variedad de flora y fauna, esto permite generar producción agrícola de buena calidad. Además como país exportador Ecuador busca explotar estos recursos mediante la promoción de productos orgánicos en mercados internacionales, como lo es el caso del mercado Italiano, en el cual se le ha dado a los productos ecuatorianos una gran aceptación y confiabilidad.

Convirtiéndose así el consumo de productos orgánicos en una oportunidad que no tan solo beneficiara a los exportadores sino también a los pequeños agricultores.

Así, desde el 2002 el Ecuador registra un incremento anual de tierras certificadas para orgánicos del 10% al 49,1%. Hasta el 2007, en el país se contabilizaron cerca de 60.000

hectáreas certificadas.

Entre los principales productos que se venden al exterior están el banano, café, cacao, quinua, mango y la caña de azúcar. Sus mercados son Estados Unidos, Alemania, Suiza, Bélgica, Holanda, España, Austria e Italia. Sin embargo, para exportar los agricultores deben pasar por un proceso de certificación con aval internacional.

Las herramientas de promoción de ventas van a permitir a la empresa dirigirse a un segmento determinado de clientes. La utilización de una u otra herramienta va a depender del segmento al que la empresa quiere abordar y de los objetivos que se quieran alcanzar.

Palabras claves: Ecuador, Medio Ambiente, Orgánico, Producto, Promoción.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador se ha desarrollado desde varios años cultivos orgánicos, en tierras y plantaciones libres del uso de químicos sintéticos, usándose técnicas como cultivos asociados y la rotación de cultivos (de ciclo corto), entre otras.

Desde hace dos a tres años la producción orgánica en el país se ha incrementado considerablemente, al punto que se estima que existen unas 76.000 hectáreas certificadas orgánicas según estándares internacionales, pertenecientes a unos 6.000 productores individuales, entre empresas y pequeños productores asociados.

La mayoría de la producción certificada es destinada para la exportación a Europa, Estados Unidos y Japón, debido a los mejores precios o el reducido mercado interno y regional para los productos orgánicos.

Ante un acentuado interés del sector productor agrícola y agroindustrial en la producción orgánica para suplir un mercado con cifras altas de crecimiento en los países industrializados por un lado y varias deficiencias de información sobre estos temas por otro lado, vale la pena aclarar los conceptos de la agricultura y certificación orgánica,

aproximarnos al estatus actual de la producción en el Ecuador y echar un vistazo al mercado internacional y sus tendencias.

Es importante recalcar que el reglamento de la Unión Europea sobre la producción orgánica del año 1991 (CEE 2092/91), que determina el marco legal de la producción, el procesamiento, etiquetaje y el control/certificación de un producto orgánico, define que son sinónimos los términos “orgánico”, “biológico” y “ecológico”, en el caso de productos

alimenticios comercializados en la Unión Europea, por lo que estos quedan protegidos en toda la UE.

En otras palabras, cualquier producto final que lleve el término "eco" o "bio" en su etiqueta,

tiene que estar certificado según sus normas. Mientras, otros países como EE.UU. (2000) y Japón (2001) han establecido sus propias normativas parecidas al reglamento Europeo y se espera un reconocimiento mutuo en un futuro cercano.

MARCO TEÓRICO

Un producto orgánico resulta de un sistema de producción orgánica conocido como agricultura orgánica; en consecuencia, el término orgánico de nota un proceso (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001).

La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agro ecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro

del sistema" (Comisión del Codex Alimentarius, 1999)

La agricultura orgánica también es buena para los negocios y genera nuevos ingresos a los productores, a las empresas y a los gobiernos, y fomenta las cadenas de valor con inversión productiva (Alvarado, 2006).

En la actualidad, la producción y comercialización de los productos orgánicos se encuentra fuertemente regulada; en efecto, existen reglamentaciones oficiales en los principales países consumidores (ProArgentina, 2005).

El manejo de la agricultura orgánica se remonta a varias décadas. En 1924, Steiner, propuso favorecer la presencia de microorganismos en el suelo gracias a materiales orgánicos compostados ricos en humus (Martínez, 1996).

“La Agricultura orgánica es la ciencia y el arte del manejo sistémico de los recursos naturales y sociales, permitiendo la conservación y mejoramiento de las condiciones de vida de los integrantes de la cadena agroalimentaria orgánica, tanto desde el aspecto ecológico como social y económico (Organización para la Agricultura y la Alimentación, 2006).

“Situación y Perspectiva de la Agricultura Orgánica”, dice que: “Hay un crecido sector de productores y profesionales del agro todavía renuentes a aceptar las bondades de las tecnologías alternativas de producción agrícola, influencias como es lógico por las agresivas campañas de difusión de las casa vendedoras de agroquímicos.” (García, 2002) Los alimentos son la manera natural de mantener las especies y proveer un ciclo continuo de vida. Son usados como combustible para el cuerpo y como un agente regulador de las funciones del cuerpo. Algunos elementos químicos comunes se encuentran en los vegetales,

animales y minerales, debido a que la naturaleza ha construido una cadena alimenticia que va de la tierra a la planta, de ahí al animal y finalmente llega al hombre y regresa a la tierra una vez más. Este ciclo mantiene a todas las formas de vida (Ross, 1987)

El rol de la Agricultura en la economía postmoderna ha cambiado considerablemente debido al proceso de industrialización que tuvo lugar entre mediados y fines del siglo XX y es a partir de este proceso de transformación industrial que se habla de una nueva Agricultura que tiene en cuenta los mercados de productos diferenciados por calidad (Antle, 1999)

Según (Yanez, 1999), las razones para explicar el por qué privilegiar el consumo de productos orgánicos, pueden ser clasificadas en tres grandes grupos, las cuales han llevado a los alimentos orgánicos a posicionarse como una alternativa para una alimentación saludable.

a) Valor Nutritivo.- cultivados en suelos equilibrados por fertilizantes naturales. Los alimentos biológicos son de mejor calidad por su contenido en vitaminas, minerales, hidratos de carbono y proteínas.
b) Sabor.- sólo regenerado y fertilizado orgánicamente las plantas crecen sanas y se desarrollan de mejor forma, con su auténtico aroma, color y sabor, lo cual permite redescubrir el verdadero gusto de los alimentos originariamente no procesados.
c) Garantía de Salud.- ciertos estudios toxicológicos establecen la relación existente entre los pesticidas y ciertas patologías, como el cáncer, las alergias y el asma. Pruebas comparativas con alimentos convencionales demostraron que los orgánicos contienen además mayores proporciones de vitaminas, proteínas, azúcares y minerales. El gran beneficio de los productos orgánicos es que éstos están libres de metales pesados y de residuos químicos, muchos de los cuales se asocian

directamente a severas enfermedades que incluyen diversos tipos de cáncer.

“La comercialización es la etapa que da gran énfasis a la estructura de la organización marketing. También se pone énfasis en el seguimiento de aspectos tales como errores en el diseño, costo de producción, control de calidad y requisito de inventario” (James, 2000)

“Las estrategias aplicadas al producto son un beneficio adicional que se puede tener, valor agregado, buen trato, buen precio, lugar adecuado, calidad de la organización, capacitación, entre otros”. (Kotler, 1996)

METODOLOGÍA

La presente investigación se enfocó en el estudio cualitativo descriptivo, en busca de los resultados esperados, ya que se sustentó en la recolección de datos para describir la situación de los productos orgánicos en Italia; para orientar la investigación se revisaron fuentes bibliográficas correspondientes al proceso estratégico y el análisis de la competitividad.
Asimismo, es exploratorio, porque se basó en fuentes de información secundaria, se tuvo acceso, principalmente vía web a artículos de revistas, enciclopedias, libros de texto o

publicaciones de distintos organismos, además, se incluyeron datos obtenidos de seminarios, conferencias y foros, durante el estudio, y noticias de actualidad.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Productos orgánicos ecuatorianos exhibidos en Italia

En el año 2016 por primera vez los productos orgánicos de 12 empresas ecuatorianas

fueron exhibidos en la feria “SANA”, considerada la más importante de Italia (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

Entre los productos exhibidos se encontraban elaborados nacionales como los chips de plátano y vegetales, guayusa, quinua, chía y cacao cautivaron a representantes de empresas de Italia, Emiratos Árabes Unidos, Canadá, Japón, Eslovenia, Dinamarca y España (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

(MORENO, 2016) Resalta que la feria SANA “Fue una gran oportunidad para el Ecuador mostrar la altísima calidad de sus productos y materias primas orgánicas, esto sin duda alguna va a generar más oportunidades comerciales para nuestro país, así como va a permitir expandir la oferta exportable con productos de mayor valor agregado”

Pro Ecuador fue invitado a participar en “SANA”, como resultado de su participación en la Expo Milán 2015, en la que se mostró la oferta exportable ecuatoriana. En los últimos 15 años el sector orgánico se ha quintuplicado, en Italia representó alrededor de 3 mil millones de Euros durante el 2015, con un crecimiento del 15% con respecto al período 2014. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

Consumo de productos orgánicos en Italia

Según reporte de (ISMEA 1 , 2017) el mercado italiano de productos orgánicos durante el año 2016 continúo expandiéndose, ya que acorde a los resultados estadísticos, los

1 Instituto de Servicios para el Mercado agro-alimenticio, monitoreado por el Ministerio de las Políticas Agrícolas, Alimentarias y Forestales de Italia.

consumos de productos orgánicos de las familias italianas aumentaron en comparación con el lo anterior.

(ISMEA, 2017)Confirma que en el primer semestre de 2016 se tuvo aumento significativo de las ventas de productos orgánicos a través de canales de gran distribución (+20.6% en comparación con el primer semestre del año 2015), reafirmando la tendencia positiva de

consumo de estos productos en el 2015(+20% en comparación con el 2014) y así sucesivamente durante los últimos 5 años (11%).

El crecimiento de las ventas de productosorgánicosse ha generalizado en todos los canales de gran distribución, supermercados, hipermercados, negocios especializados en orgánico y discount (estructura en la que el surtido del producto no prevé la presencia de productos de marca), en el caso de este último, el crecimiento fue mucho más evidente, debido al incremento de estanterías dedicadas al orgánico dentro de los puntos de venta. (ISMEA, 2017)

Así también, según datos recogidos de la feria SANA (Salón Internacional de Productos Orgánicos y Naturales) realizados en la ciudad de Bolonia en el año 2016, se estima en que en Italia el consumo de estos productos es de 25 millones de euros anual. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2017)

Los productos orgánicos representan el 3% del total de compras de alimentos que realizan las familias. Aproximadamente 4,5 millones de familias (18% del total de familias italianas) consumen habitualmente productos de la agricultura orgánica. Y un 3,4 millones de familias consumen de vez en cuando este tipo de productos (+11% de año precedente), si se consideran los consumidores ocasionales que son 11. 9 millones de familias, los productos orgánicos estarían en casi 20 millones de familias. (ISMEA, 2017)

Las marcas ALMAVERDE BIO, Del Monte, Natura Si, entre otras, realizan constantes campañas para seguir posicionando (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2017)

Las campañas realizadas por dichas marcas han generado un incremento de la demanda de productos orgánicos entre los que se encuentran las frutas como el banano, piña, mango,

aguacates, papayas, entre otras frutas no tradicionales, creando oportunidades de participación en el mercado italiano

Promoción de exportaciones

PRO ECUADORes el contacto que todo empresario necesita para exportar, mediante este podrá tener acceso a estrategias de promoción como:

- Participación en ferias nacionales e internacionales
- Contactos con compradores internacionales en rueda de negocios
- Misiones comerciales a mercados de interés

Nuevas tendencias de los consumidores italianos

La preocupación más grande de los italianos radica en su economía, falta de trabajo, mejora de la crisis en la que este país se ve inmerso; y todo esto ha dado como resultado un consumidor más consciente y prudente en sus decisiones, gastando menos y sin derroche, un consumidor más selectivo, que no renuncia a sus hábitos de consumo sino que cambió su forma de escoger el producto. (PRO ECUADOR, 2013)

El ahorro se ha orientado a la reducción de compras de bienes que no son de primera necesidad como el vestuario, la televisión por cable, las vacaciones, productos electrónicos; mientras que existen bienes que consideran insacrificables que se relacionan al bienestar físico o alimentario como las visitas médicas, los alimentos: fruta, verdura, pasta, pescado. En este sentido, el consumidor italiano que es ahora más selectivo deja en evidencia la confianza por las marcas tradicionales, sin embargo para conquistar nuevos clientes y mantener los ya ganados, en Italia se ha logrado una comunicación entre consumidores y productores de modo que estos últimos saben que sus ofertas y canales de proposición de bienes o servicios deben direccionarse necesariamente hacia la transparencia, la información y lo concreto; es decir, el italiano espera de la publicidad el cumplimiento de un rol informativo, y para ello debe ser simple, clara, directa para orientar a una elección prudente y transparente. (PRO ECUADOR, 2013)

En relación a lo anterior, un estudio realizado por Tendenze Online (tendencias en línea) revela que a pesar de la situación económica los italianos tienen una filosofía de gozar la

vida, y aún en la crisis darse gustos de vez en cuando, que deben continuar con la compra pero buscando encontrar un nuevo equilibrio y sobre todo con una prudencia informada. (PRO ECUADOR, 2013)

En este sentido, afirma que los consumidores en Italia ahora consultan preventivamente sitios blogs, redes sociales, entre otros, antes que acercarse directamente al punto de venta. Y cuando se trata de bienes importantes, esta modalidad de compra se vuelve más practicada, aún cuando deban comprar menos o a menor precio no pierden de vista lo mejor. Para comunicar las promociones, los productos y las ofertas, aún son válidos y eficaces los volantes, para lograr un target amplio y transversal, pero ahora es siempre más eficaz tener un sitio web actualizado que se acerca a un público joven. (PRO ECUADOR, 2013)

(ZINOLA, 2013)Ha escrito un libro llamado “Nuevos estilos de consumo en tiempos de crisis. 10 tendencias emergentes”, en el que afirma que las tendencias nuevas de los consumidores italianos serán en 10 años simples hábitos, y entre ellas se destacan la ya referida compra previamente informada en sitios de internet: páginas de los supermercados, tiendas especializadas, blogs de comentarios, redes sociales; el “hazlo tu mismo”; a todo lo que se une la importancia del empaquetado que debe ser agradable a la vista, útil y ecológico, así como los que respondan a la tendencia “onthego” de las personas que no tienen tiempo de prepararse alimentos; y, destaca la compra de supermercado en línea que luego es llevado a la casa del cliente.

(NIELSEN , 2014)Empresa líder en información de marketing y de consumo, resalta los valores más importantes que identifican las nuevas tendencias, siendo estos: valor (precio), calidad, “home cooking”, flexibilidad (acercar los productos al cliente), salud y confianza (en la marca).

(NIELSEN , 2014) Remarca la atención a la salud, que es una tendencia que las marcas privadas han aprendido a satisfacer con el tiempo; así muchos minoristas han lanzado líneas biológicas, productos sin gluten, línea para niños, que dan a los consumidores la posibilidad

de cubrir necesidades específicas. Un ejemplo es Wallmart con la línea “Great value” para reducir el porcentaje de azúcar y grasas saturadas de los productos; o Spar que con sus propios productos alienta a los chicos a consumir “snacks sanos” en la escuela.

Caso de éxito

La piña fresca en Italia

En el año 2010, Italia consumió 120 toneladas de piñas, siendo el tercer consumidor de esta fruta en la Unión Europea con un 15% del total del consumo de los habitantes de la Comunidad, luego de Reino Unido con un 17% y Alemania con un 20%. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

El consumo ha venido creciendo, en el período comprendido entre el 2005 y 2010 creció en un 5.2%, aunque la crisis ha afectado a partir del 2008 en que se ha evidenciado una disminución del 6.6% en el 2009 y del 1.7% en el 2010. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

El consumo per cápita de piña en Italia es de 2 kilos por año, considerado alto en comparación a la media europea de 1.6 kilos anuales. Importación Italia importa toda la piña que consume, ya que no es un país productor de la misma. En el 2011 se importaron 151 mil toneladas equivalentes a 96 millones de euros, lo que constituye el 16% del total importado por la Unión Europea. Así como el consumo se ha visto afectado por la crisis, la importación disminuyó 5.9% en el 2009, pero se estabilizó en el 2010 subiendo 0.9%. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

La variedad de piña más consumida e importada en Italia es la MD2, introducida por la empresa Del Monte, y que fue desarrollada en Latinoamérica, lo que la ha llevado a convertirse en el proveedor más grande del país en esta variedad. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

Las estadísticas muestran que los períodos anuales de mayor importación de piña son desde marzo hasta junio y diciembre. Intercambio con Ecuador Las importaciones Italianas desde

Ecuador han tenido un comportamiento interesante, en los años 2010 y 2011 se evidencia una disminución provocada por la crisis económica, explicada en líneas anteriores, y en el

año 2011 importó casi 2 millones de euros. (OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR , 2016)

Tabla 1Importaciones Italianas Desde Ecuador

Indicadores	Importación en miles de Euro	Importación en miles de Euro	Importación en miles de Euro	Importación en miles de Euro	Importación en miles de KG	Importación en miles de KG	Importación en miles de KG	Importación en miles de KG
País /Año	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Ecuador	3,642.89	3,734.91	1,964.9	1,805.84	5,872.4	6,436.6	3,453.6	3,116.3

CONCLUSIÓN

El crecimiento de la demanda de productos saludables en Europa y Estados Unidos hace cada día más atractivo el mercado de las exportaciones de hortalizas y frutas orgánicas ecuatorianas.

PRO ECUADORes el contacto que todo empresario necesita para exportar, mediante este podrá tener acceso a estrategias de promoción como: Participación en ferias nacionales e internacionales, Contactos con compradores internacionales en rueda de negocios, Misiones comerciales a mercados de interés, etc.

El crecimiento de las ventas de productos orgánicos se ha generalizado en todos los canales de gran distribución, supermercados, hipermercados, negocios especializados en orgánico y

discount, en el caso de este último, el crecimiento fue mucho más evidente, debido al incremento de estanterías dedicadas al orgánico dentro de los puntos de venta.

RECOMENDACIÓN

 Promover la participación de productos orgánicos ecuatorianos en ferias internacionales

 Impulsar el consumo de productos orgánico ecuatoriano

 Incentivar a los pequeños productores en la producción de productos orgánicos

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado. (2006). Pearson. Obtenido de http://dalessio.pearsonperu.pe/el_proceso_estrategico_2/recursos/2_productos_org%C3%A1nicos.pdf

Antle, J. (1999). Nulan. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/763/1/JDifInvEcon_2004_5_8-12.pdf

Comisión del Codex Alimentarius. (1999). FAO. Obtenido de http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/

García, J. (2002). Obtenido de http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/448/4/02%20ICA%20076%20TESIS%20CAPITULO%20III.pdf

ISMEA. (2017). Consumo de productos Orgánicos. MILÁN.

James, P. (2000). La comercializacion del mercado.

Kotler, P. (1996). Dirección de mercadotecnia :Análisis, planeación, implementación y control.

Martínez. (1996). Pearson. Obtenido de http://dalessio.pearsonperu.pe/el_proceso_estrategico_2/recursos/2_productos_org%C3%A1nicos.pdf

NIELSEN . (2014). INFORMACION DE MARKETING Y CONSUMO.

OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR . (2016). PRODUCTOS ORGANICOS ECUATORIANOS

EXHIBIDOS EN ITALIA. MILÀN.

OFICINA COMERCIAL DE PRO ECUADOR . (2017). CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN

ITALIA. MILÁN.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2001). Pearson.

Obtenido de

http://dalessio.pearsonperu.pe/el_proceso_estrategico_2/recursos/2_productos_org%C3

%A1nicos.pdf

Organización para la Agricultura y la Alimentación. (2006). Obtenido de

http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/448/4/02%20ICA%20076%20TESIS%20CAPIT

ULO%20III.pdf

PRO ECUADOR. (2013). NUEVAS TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES ITALIANOS.

PRO ECUADOR. (2014). PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES .

ProArgentina. (2005). funcex. Obtenido de

http://www.funcex.org.br/material/redemercosul_bibliografia/biblioteca/ESTUDOS_ARGENTINA/

ARG_56.pdf

Ross, H. y. (1987). udlap. Obtenido de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/batllori_a_m/capitulo2.pdf

Yanez, P. (1999). Universidad tecnica del norte. Obtenido de

http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/448/4/02%20ICA%20076%20TESIS%20CAPIT

ULO%20III.pdf

ZINOLA, A. (2013). NUEVOS ESTILOS DE CDONSUMO EN TIEMPO DE CRISIS. ITALIA: GRUPO 24ORE.

DISEÑO DE UN MODELO DE LOGÍSTICA INVERSA PARA LOS RAEE TIPO 3

Mónica Yinette Suárez Serrano[123], Jaime Leonardo Tarazona Silva [124] & Paula Alejandra Triviño Quintero [125]

1. Introducción

El uso de estrategias como la obsolescencia percibida y obsolescencia planificada por parte de productores y distribuidores de los aparatos eléctricos y electrónicos AEE tipo 3 en Colombia, ha provocado un aumento en el consumo de estos dispositivos ya que logran influenciar al consumidor para cambiar rápidamente estos aparatos para acceder a la nueva tecnológica contenida en ellos. En consecuencia, el ciclo de vida de los AEE es más corto y por tanto, el incremento de la cantidad de los residuos derivados de éstos, denominados RAEE es más acelerado y no se cuenta con una correcta manipulación o gestión de este material, situación que provoca impactos negativos ambientales, sociales y económicos (Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial; Centro Nacional de Producción más limpia , 2010). Es por ello, que a través de esta investigación se pretende identificar las causas de las fallas en la gestión y la recuperación de valor de los RAEE tipo 3 y a partir de ellas, estructurar un modelo de logística inversa aplicable a la ciudad de Bogotá que se constituya como una herramienta que permita mitigarlas y contribuir a la disminución de la problemática generada.

2. Marco teórico

A continuación se presentan los principales fundamentos teóricos para la construcción del modelo de logística inversa para los RAEE tipo 3, iniciando con la definición de los RAEE, sus tipologías y porcentaje de materiales recuperables contenidos en ellos; seguido de la citación de la definición de Logística Inversa y por último, la construcción por parte de los autores del concepto de Logística Inversa aplicada a la gestión de los RAEE tipo 3.

De esta forma, una de las principales definiciones en este contexto es la de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos RAEE, los cuales son definidos por la Organization for Economic Cooperation and Development OECD (2001), como "Cualquier dispositivo que utilice un suministro de energía eléctrica, que haya alcanzado el fin de su vida útil" (Ott & Empa, 2008). Estos dispositivos se clasifican

[123] Ingeniera Industrial, Especialista en Gestión en Redes de Valor y Logística, Magister en Redes de Valor y Logística, Docente Investigadora. Universidad de América, monica.suarez@investigadores.edu.co.
[124] Ingeniero Industrial, Coinvestigador, Universidad de América, jaime.tarazona@estudiantes.uamerica.edu.co
[125] Ingeniero Industrial, Coinvestigador, Universidad de América, paula.trivino@estudiantes.uamerica.edu.co

según la Directiva 2002/96/EC de la Unión Europea, en 10 categorías dentro de ellas la categoría tres, que incluye los procesadores de datos centralizados (minicomputadoras, impresoras), telecomunicaciones y elementos de computación personal (computadores personales, computadores portátiles, fotocopiadoras, telex, teléfonos, etc.), para los cuales se diseña el modelo de logística inversa que se propone a través de la siguiente investigación.

Los RAEE tipo 3 se conforman de diversos materiales, por ejemplo, un teléfono móvil estándar está compuesto de 56% de plásticos, en su estructura externa, el teclado, los circuitos impresos y otros componentes; de 26% de metales, presentes en circuitos impresos, piezas mecánicas y componentes electrónicos; de 16% de cerámica y vidrio, utilizados para la pantalla y los circuitos impresos; y de otro 2% de cristal líquido, en la pantalla. Se destaca también la proporción de cobre y sus compuestos, que representan el 15% de los metales empleados. También se utilizan rodio, paladio, berilio y menos de 1% de plomo (Industria Minera Mexicana, 2016); de este conjunto de materiales se estima que se puede recuperar el 74% de los plásticos, el 13% de los metales ferrosos, el 7% de los metales no ferrosos y el 6% de los demás materiales (Fundación Ecotic, 2016).

Una de las definiciones más citadas de la logística inversa es la Rogers y Tibben-Lembke (1998) quienes la definen como el proceso que incluye etapas de planificación, implementación y control en la gestión de flujos de material e información, desde el consumidor hasta el origen, logrando recuperar valor asociado o la correcta disposición (Cabeza, 2012).

Dadas las definiciones anteriores se define entonces, la logística inversa aplicada a los RAEE tipo 3, como aquella que se encarga de la planificación y control en los flujos inversos de los recursos manejados por la organización a lo largo de la cadena de suministro; iniciando desde la extracción de los insumos necesarios para la fabricación de los AEE tipo 3, hasta la reintegración de los materiales que han perdido total o parcialmente su valor a la cadena de abastecimiento; aplicando a estos el proceso de gestión más adecuado según sus características ya sea el reprocesamiento, reutilización, reciclaje o disposición final. Minimizando así los impactos ambientales generados por los grandes volúmenes de RAEE tipo 3, ofreciendo mayor satisfacción al cliente y siendo más eficientes y costo efectivos en el mercado.

3. Metodología del estudio

El modelo se desarrolló en tres fases: la primera, exploratoria en la cual se realizó una revisión de fuentes secundarias para realizar en esta etapa una aproximación a la identificación de las causas asociadas a las fallas en la gestión y la recuperación de valor de los RAEE tipo 3; la segunda, de análisis y validación, en la que se construyó un análisis causal y una priorización de causas asociadas al problema, con las cuales se realizó un proceso de validación a través de la aplicación de encuestas dirigidas a diferentes actores de la cadena de suministro o entidades relacionadas, para ello se definieron poblaciones y muestras aplicando métodos probabilísticos y no probabilísticos. Una vez tabulados y analizados los resultados de las encuestas se procedió a realizar un análisis de convergencia entre los resultados provenientes de las fuentes de información primaria y secundaria para definir con éste, los componentes, elementos y variables a incluir en el desarrollo del modelo; en la tercera y última etapa, de diseño, se construyó la herramienta definiendo los niveles de desagregación, su interrelación y su operatividad.

4. Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos en las fases de la investigación.

4.01 Primera y segunda fase. Exploratoria, análisis y validación

Cumplida la exploración de fuentes secundarias y aplicando las técnicas de las 6M y de estratificación (Gutiérrez Pulido & Salazar, 2004) e incorporada la metodología de la Matriz Vester para la sistematización y priorización del problema focal (Martínez, 2009), se identificaron 33 causas de las cuales, se caracterizaron de acuerdo a su incidencia sobre el problema definido, el 40% como activas, el 27% como pasivas, el 18% como críticas y el 15% como indiferentes. Dicha identificación y priorización se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Causas de las fallas en la gestión de los RAEE tipo 3, en la ciudad de Bogotá

No. Causa	Causas pasivas	No. Causa	Causas criticas
8	Afectaciones a la salud humana por prácticas de desensamble o recuperación inadecuadas.	3	Falta de infraestructura logística para procesamiento y manejo de RAEE tipo 3.
10	Afectaciones al medio ambiente por emisiones en procesos de desensamble o recuperación no adecuados.	5	Falta de interés por parte de distribuidores en sistemas definidos y organizados para la gestión de RAEE tipo 3.
11	Sinergia de componentes peligrosos.	21	Falta de empresas formales para el tratamiento de los RAEE tipo 3.
13	Uso de recursos naturales en fabricación de AEE tipo 3.	22	Aparición de sistemas informales, sin personal capacitado adecuadamente.
14	Consumo de recursos en la fase de gestión de los RAEE tipo 3.		
15	Emisiones atmosféricas en fase de gestión de RAEE tipo 3.	29	Altos volúmenes de acumulación de basura electrónica.
16	Contaminación del agua en fase de gestión de RAEE tipo 3.	33	Falta de información en los clientes para la correcta disposición de los RAEE tipo 3
17	Contaminación del suelo en fase de gestión de RAEE tipo 3		
31	Malas prácticas de desensamble		
No. Causa	**Causas indiferentes**	**No. Causa**	**Causas Activas**
1	Altos costos de maquinaria necesaria para el manejo de RAEE.	4	Desconocimiento de técnicas de manejo y recolección.
2	Necesidad de gran infraestructura para la gestión de los RAEE tipo 3.	6	Desconocimiento de los beneficios obtenidos a través de la gestión de RAEE tipo 3.
12	Emisiones en la extracción de materias primas.	7	Falta de claridad en los roles de fabricante, importador y distribuidor.

9	Presencia de sustancias peligrosas en componentes de fabricación.	18	Carencia en la normatividad sobre la gestión y el manejo de RAEE tipo 3.
32	Incertidumbre en la generación de volúmenes de RAEE tipo 3	19	Surgimiento del mercado informal debido a la resolución 4444/2014.
		20	Carencia de la reglamentación de la norma 1672.
		23	Disposición residencial.
		24	Alto grado de individualidad en la recolección informal.
		25	Falta de capacitación en los agentes que efectúan la recuperación de manera informal.
		26	Hábitos de conservación de residuos después del final de su vida útil.
		27	Los consumidores no están dispuestos a pagar más dinero por la correcta disposición de residuos.
		28	Los consumidores esperan obtener retribución por sus residuos.
		30	Falta de motivación para estimular a los consumidores a disponer bien sus RAEE tipo 3.

Fuente. (Suárez Serrano, Tarazona Silva, & Triviño Quintero, 2016).

4.02 Diseño del modelo

El diseño de modelo se divido en tres partes, su configuración genérica, la definición de los niveles de desagregación y su interrelación y la operatividad.

a. Configuración genérica. La estructura genérica del modelo de encuentra diseñado en tres niveles de desagregación; componentes, elementos y variables. Como se muestra en la Figura 1, a nivel de componentes de definieron dos: el primero, como los factores externos a la cadena de suministro influyentes en la gestión de la recuperación de valor de los RAEE tipo tres, como la normatividad, la falta de claridad en los roles del fabricante, importador y distribuidor y la relación costo beneficio; y el segundo, como la estructura de la cadena de suministro de los RAEE. A nivel de elementos se definió la relación costo beneficio y a nivel de variables, las entrada y estrategia de recolección, calidad o condiciones del producto retornado, actividades de gestión, salidas y mercados alternativos.

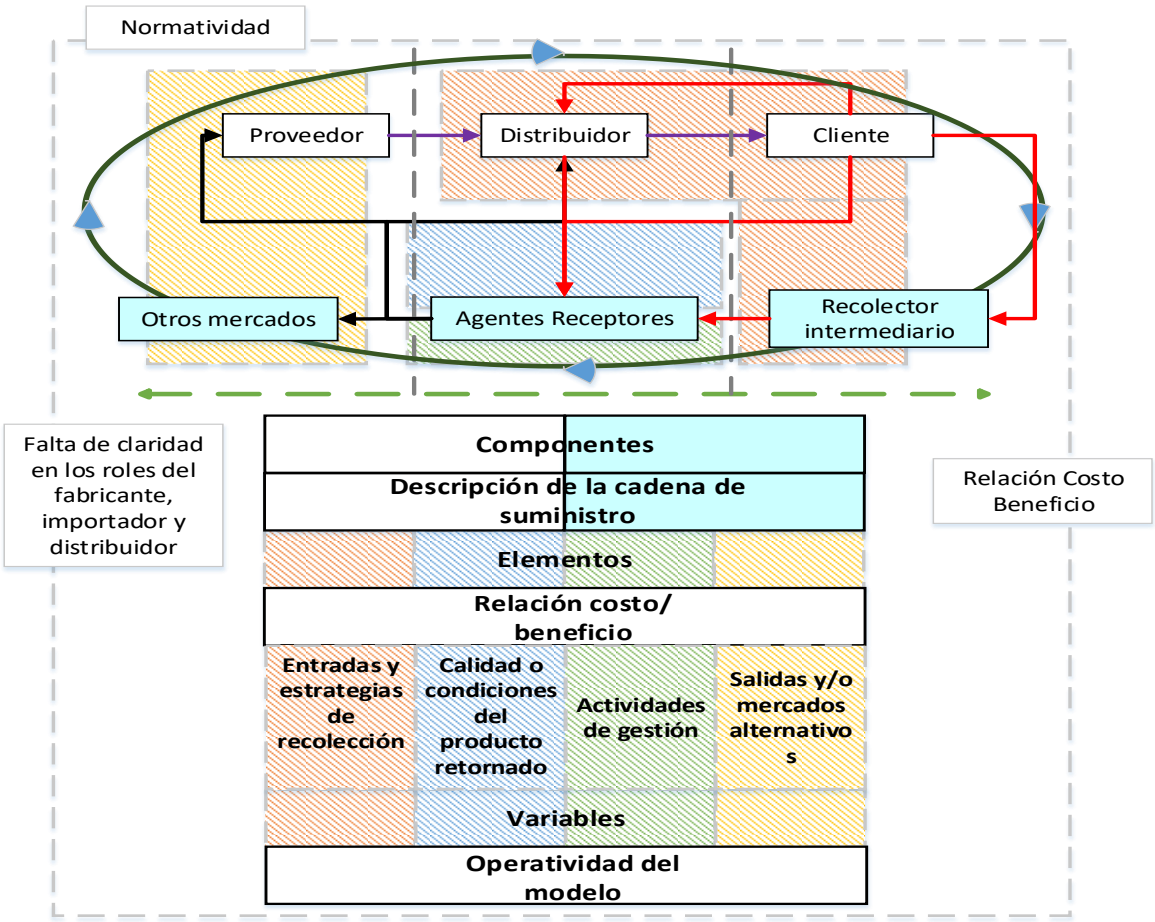
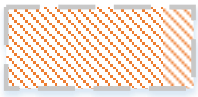


Figura 7. Configuración Genérica del modelo
Fuente: Autores

En la Tabla 1 se presentan las conversiones definidas para la estructura del modelo.

Figura	Descripción
	Flujo cíclico de materiales y energía a lo largo del sistema.
	Delimitación de los actores de la cadena de suministro directa e inversa
	Flujo de materiales y energía a lo largo de la cadena de suministro.
	Flujo de los residuos del sistema
	Flujo de materiales posterior a procesos de selección y/o transformación.
	Elemento del modelo, salidas y/o mercados alternativos

	Elemento del modelo, Estrategias de recolección y entradas.
	Elemento del modelo, Calidad o condiciones del producto retornado.
	Elemento del modelo, Actividades de gestión.
	Componentes de la cadena de abastecimiento y factores externos.
	Componentes de la cadena de suministro inversa
	Sistema de recuperación de valor para los RAEE tipo 3.

b. Interrelación de los niveles de desagregación. La interrelación de los niveles de desagregación del modelo se define en la Figura 2, en donde la primera orbita representa el primer nivel denominado "Componente", el cual incluye la caracterización de la Cadena de Suministro que para efectos de la presente investigación se realizó para computadores y celulares que hacen parte de la categoría de los RAEE tipo 3.

En la Cadena de abastecimiento para computadores y celulares en Colombia se encuentran los eslabones de proveedores, fabricantes, distribuidores y cliente, como se muestra en la Figura 3. Los fabricantes de las marcas más reconocidas no cuentan con plantas de producción en el país por lo que estos productos son importados desde países como México, Estados Unidos y China. Sin embargo, Colombia cuenta con algunas empresas ensambladoras de computadores (Ott & Empa, 2008), dentro de la cuales se destacan PC Smart, Compumax, Sure Computers, MPS, Qbex, Quorum Colombia, PC Madrigal y Prodisur (EMPA, 2015). Para el caso de los celulares al no contar con las plantas a nivel nacional, cadena inicia con los actores distribuidores de estos productos, como por ejemplo operadores de telefonía móvil, centros comerciales de tecnología, entre otros.

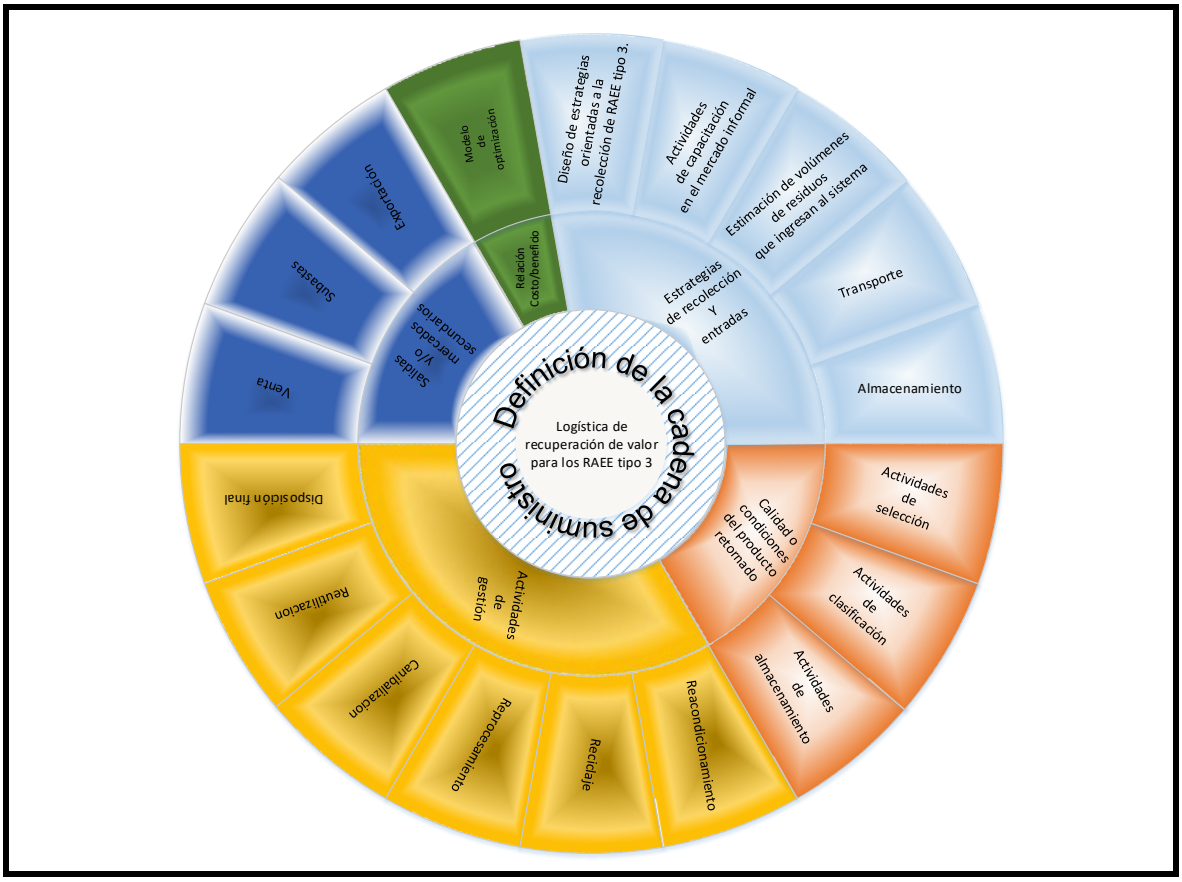


Figura 8. Interrelación de los niveles de desagregación del modelo.

Fuente: Autores

El eslabón de distribuidores para los computadores agrupa a todas las personas que suministren aparatos eléctricos y electrónicos, bajo modalidades comerciales, a diversas personas o entidades, los cuales son el usuario final con el que el producto tiene contacto (Fundación Ecotic, 2016). En Colombia los principales distribuidores son almacenes de grandes superficies o centros comerciales especializados es este tipo de tecnologías (Ott & Empa, 2008). En la ciudad de Bogotá, el centro comercial Unilago, es un centro comercial especializado en la oferta de productos tecnológicos, como aparatos de informática, software, hardware, accesorios, periféricos, entre otros. En este centro comercial la totalidad de sus locales vende este tipo de mercancía, por lo cual lo hace uno de los centros comerciales de tecnología más importantes de la ciudad.

La distribución de los celulares la realizan en su mayoría los operadores de telefonía móvil, aunque también los distribuyen almacenes de grandes superficies, centros comerciales de tecnología, entre otros. Dentro de los distribuidores más reconocidos se encuentran Claro con una participación de 52.53%, Movistar con 23,25%, Tigo 17,49%, Virgin Mobile 3,82%, y Uff 0,83% (Semana, 2015).

Los clientes de este tipo de tecnologías son los usuarios, que pueden ser personas naturales u organizaciones. Según la encuesta realizada por el CIM (Centro de investigación de mercados), el 86% de las personas naturales encuestadas afirman tener un computador de escritorio, mientras que tan solo el 27% afirman tener un computador portátil. De igual manera, la encuesta realizada también refleja que

el 46% y 51% de personas con pc de escritorio y portátiles respectivamente, prefieren adquirir sus equipos en centros comerciales de tecnología, seguido por almacenes de grandes superficies y distribuidores autorizados. Por otro, se sabe que en cuanto a las organizaciones consideradas como usuarios de computadores cerca del 80% prefiere adquirir este tipo de productos por medio de un distribuidor autorizado o un proveedor de confianza, por medio del cual se les facilita la compra de cualquier volumen de estos dispositivos. También el 100% de estos afirman tener igual proporción de pc de escritorio y portátiles (Centro de Investigaciones de Mercados CIM, 2008).

En relación a los clientes de telefonía móvil según el IV reporte de Industria del Sector TIC en Colombia, los usuarios de este tipo de productos, ascendieron a finales del año 2014 a 55.330.727 (Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2015). Por otro lado, con base a la entrevista realizada por el Centro de Investigación de Mercados (CIM), se sabe que todas las personas encuestadas tienen en su poder por lo menos un celular y que cada dos de tres usuarios, prefieren comprar un teléfono móvil directamente con su operador y que el 80% de las organizaciones del país tiene un plan corporativo de telefonía celular (Ott & Empa, 2008). Los hábitos de compra de estas organizaciones muestran que es notoria la preferencia de los clientes de esta tipología de AEE, para adquirirlos a través de un operador de telefonía celular, teniendo en cuenta que el 84% compra con operadores, el 14% a grandes superficies y el 2% a Centros Comerciales del Tecnología.

Con base a la descripción realizada anteriormente sobre los actores que intervienen en la cadena de abastecimiento, se elabora el siguiente diagrama el cual se representa a través de la Figura 3, en donde se ilustran cada uno de los eslabones por medio de los cuales se realiza el flujo de materiales hasta llegar al usuario final.

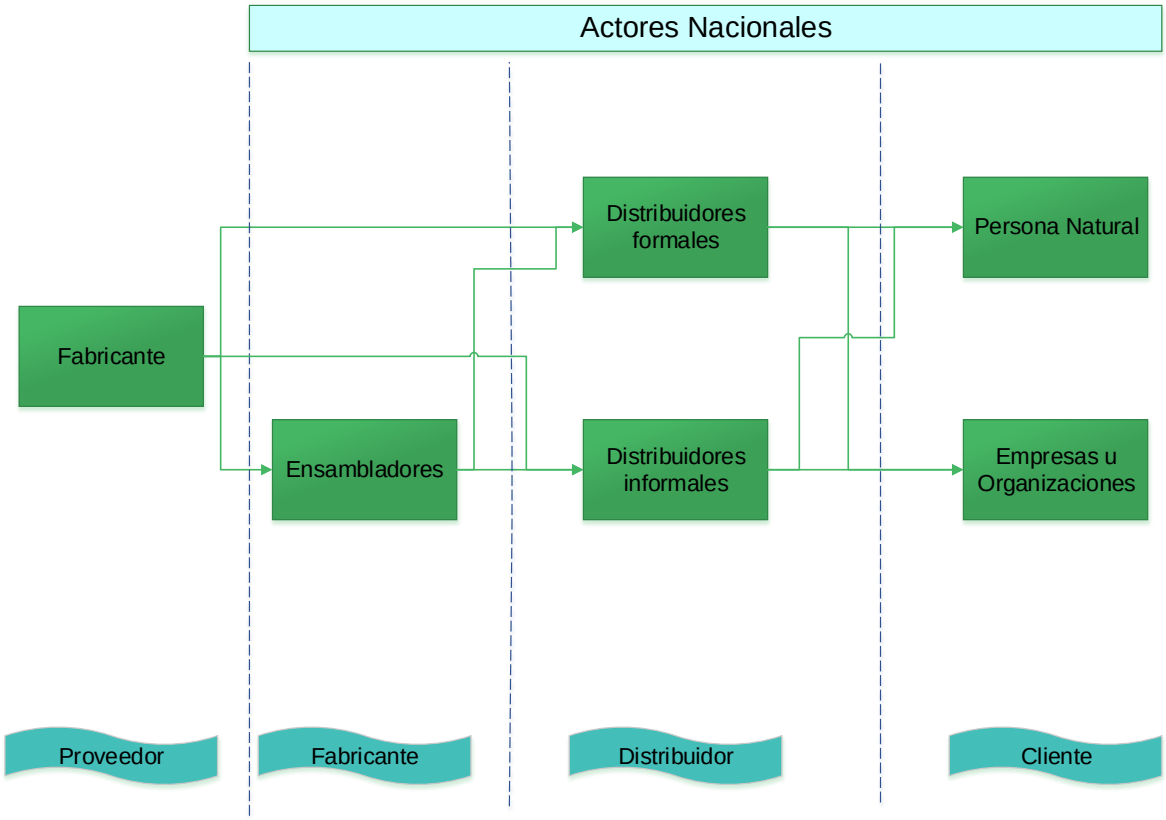


Figura 9. Cadena de Suministro para computadores y celulares.
Fuente: Autores

El segundo nivel de desagregación del modelo se denomina “Elementos” dentro de los cuales se incluyeron: estrategias de recolección y entradas, calidad o condiciones del producto retornado, actividades de gestión, mercados alternativos y salidas y relación costo/beneficio. Para efectos del presente artículo se desarrollará el primer elemento del modelo desde la parte cualitativa y se hará énfasis en la optimización de costos y maximización de utilidades.

En el tercer y último nivel del modelo se definieron las variables y atributos que hacen parte de cada uno de los elementos tal y como se detalla en la Figura 2.

Dentro de las Estrategias de recolección y entradas. Incluye Diseño de estrategias orientadas a la recolección de RAEE tipo 3, dentro de las cuales se propone establecer bonos de descuentos a los usuarios, diseñar campañas de concientización al consumidor y definir los puntos de recolección. Para esta última estrategia, en el marco de la presente investigación, se consideró que en el sistema inverso de los RAEE tipo 3 es necesario reconocer al consumidor como agente clave de los procesos, por ello, se aplicó una encuesta a los consumidores en donde se informó las posibles opciones para los puntos de recolección, dentro de las cuales está: en el punto de venta del producto, fabricante o importador, puntos específicos de recolección en la ciudad, recolección por empresas de reciclaje, entre otros. Como resultado se observó que el 46% de los consumidores encuestados manifestó preferir puntos específicos de recolección en la ciudad para este tipo de residuos, por tanto, se definieron como parte del modelo puntos de recolección denominados agentes receptores, utilizando el modelo de los sistemas de distribución y recolección en el año 2008 (Suárez, Quevedo, & Quivano, 2008), métodos de centros de

gravedad y la plataforma de transporte de carga que ofrece el ministerio de transporte llamado SICE TAC. La ubicación obtenida para los agentes receptores de RAEE tipo tres se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Definición de ubicación de los agentes receptores.

Zona	Localidad	Puntos de recolección	Dirección	Coordenadas		Población	Toneladas de raee generados por persona (Ton/año)	Cuota de procesamiento de RAEE (5 %) (ton/año) [126]	Total de RAEE por zona (Vi) (Ton/año)
				X	Y				
Zona 1	Usaquén	C.c. Unicentro	Carrera 15 # 124-30	10401,79	11172,55	474.773	85,5	4,27	15,10
	Chapinero					133.778	24,1	1,20	
	Suba					1.069.114	192,4	9,62	
Zona 2	Barrios Unidos	C.c Gran estación	Av. Calle 26 # 62-47	9733,11	10571,52	233.781	42,1	2,10	8,10
	Teusaquillo					146.583	26,4	1,32	
	Santa fé					109.993	19,8	0,99	
	San Cristóbal					409.799	73,8	3,69	
Zona 3	Los Mártires	C.c Centro mayor	Av. NQS con 38A sur	9484,51	9951,53	97.926	17,6	0,88	10,79
	Antonio Nariño					108.307	19,5	0,97	
	La Candelaria					24.144	4,3	0,22	
	Tunjuelito					201.843	36,3	1,82	
	Usme					382.876	68,9	3,45	
	Sumapaz					6.258	1,1	0,06	
	Rafael Uribe Uribe					377.615	68,0	3,40	
Zona 4	Bosa	C.c Plaza de las américas	Transversal 71 D # 6 - 94 Sur	9360,21	10252,58	583.056	105,0	5,25	20,19
	Ciudad Bolívar					639.937	115,2	5,76	
	Kennedy					1.019.949	183,6	9,18	
Zona 5	Engativá	C.c Hayuelos	Calle 20 # 82 - 52	9414,74	10749,26	843.722	151,9	7,59	13,03
	Fontibón					345.909	62,3	3,11	
	Puente Aranda					258.441	46,5	2,33	

[126] *Cuota definida por los autores para el diseño del modelo de optimización.*

Zona	Localidad	Puntos de recolección	Dirección	Coordenadas		Población	Toneladas de raee generados por persona (Ton/año)	Cuota de procesamiento de RAEE (5 %) (ton/año) [126]	Total de RAEE por zona (Vi) (Ton/año)
				X	Y				
		Total Bogotá				**7.467.804**	**1344,2**	**67,21**	**67,21**

Fuente. Autores

Respeto a las actividades de capacitación en el mercado informal se busca persuadir al reciclaje informal de gestionar dichos residuos y sirvan como un canal de recolección, con el fin de lograr dos objetivos fundamentales, inclusión para este tipo de mercado logrando redes de cooperación con el reciclaje informal, a su vez lograr captar un mayor volumen de residuos obteniendo un nuevo canal de recolección.

Estimación de volúmenes de residuos que ingresan al sistema este es un elemento netamente cuantitativo, este también servirá como referente para el diseño de la infraestructura necesaria del agente receptor, ya que no todo el residuo generado será gestionado por él. La estimación se realiza a través de la siguiente expresión matemática propuesta por los autores.

Ecuación 1. Estimación volumen RAEE tipo 3 generados en Bogotá

$$Volumen\ de\ residuos\ generados\ en\ bogota\ Zona\ 1\ (Ton) = (X * Y)kg * \frac{1\ Ton}{1000kg}$$

Donde:

X = Número de habitantes en una zona

Y = Generación de residuos por habitante a nivel Colombia.

Es importante mencionar que la constante (Y) es igual a la suma de la generación de residuos pertenecientes a celulares y computadores por habitante cifras que corresponden a los valores de 0.03kg/habitante y 0.15kg/habitante respectivamente (Ott & Empa, 2008).

Para el transporte y Almacenamiento. Se definen actores para la recolección para este tipo de residuos como recicladores formales, informales, empresas privadas comercializadoras y organizaciones sociales, además se resalta la importancia de garantizar las condiciones técnicas y óptimas para evitar daños en los RAEE y desprendimiento de materiales nocivos. Por otra parte se diseña un modelo matemático para la estimación de residuos a transportar según las rutas elegidas, enfocándose en la reducción de los costos asociados, cuyas variables son:

Punto de origen tipo i y un punto destino tipo a, definido por $Arco = X_{ia}$

Oferta de un Punto de origen tipo i y un punto destino tipo a, definido por $Oferta = O_{ia}$

Capacidad de un agente receptor. Demanda del agente receptor = Dem_a

Costo por transportar una tonelada por kilómetro. Costo por trayecto y vehículo = Y_1

$$\boldsymbol{Minimizar\ z = \sum_{n=1}^{25} CT_n * X_{na}}$$

Donde: CT_n costos totales.

Una vez definido el modelo minimización se procede a diseñar la formulación de maximización de utilidades, el cual contiene la función objetivo, sujeta a ciertas restricciones, este modelo es basado en los costos previamente identificados en la primera fase cuantitativa del modelo.

Conjunto de índices.

I= Conjunto de agentes receptores, indexados por i

J= Conjunto de generadores de RAEE tipo tres, indexados por j

K= Conjunto de mercado destino de la M.P.R (materia prima recuperada), indexado en k.

Parámetros.

PRik: precio de venta de la M.P.R de los RAEE tipo tres, al mercado k que sale del agente receptor i ($/Ton).

VCi: costo variable para el procesamiento de RAEE tipo tres, en el agente receptor i.

FCi: Costo fijo del agente receptor para el tratamiento de RAEE tipo tres captado del generador j.

ORj: capacidad de oferta de RAEE tipo tres del agente generador j.

INij: ingresos obtenidos por el agente receptor i por el procesamiento de RAEE tipo tres captado del generador j.

UTi: utilidades generadas de los procesos de gestión para los RAEE en el agente receptor i.

REij: rentabilidad esperada del agente receptor i del procesamiento de RAEE captado del generador j.

TCOSji: costo de transporte desde el agente generador j, hasta el agente receptor i.

SGCi: costo de servicios generales para el funcionamiento del agente receptor i.

PCij: costo de producción en el procesamiento de RAEE en el agente receptor i captados del generador j.

ACij: costo de almacenamiento de RAEE tipo tres en el agente receptor i captados del generador j.

AGi: gastos de administración en el agente receptor i.

Costos variables:

$$VC_i = \sum TCOS_{ji} * X_i + \sum PC_{ij} * X_i + \sum AC_{ij} * X_i \left(\frac{\$}{año}\right)$$

Costos fijos:

$$FC_i = \sum AG_i + \sum SGC_i \left(\frac{\$}{año}\right)$$

Ingresos:

$$IN_{ij} = PR_{IK} * X_i \left(\frac{\$}{año}\right)$$

Variables.

Xi= Toneladas de RAEE tipo tres que se requiere que entren al agente receptor i captadas del generador j, $\left(\frac{Ton}{año}\right)$.

Función objetivo.

Maximización de utilidades:

$$UT_i = (PR_{ik} * X_i) - CV_i - FC_i \left(\frac{\$}{año}\right)$$

Restricciones.

Restricción de capacidad de generadores de RAEE tipo tres:

$$X_i \leq \ OR_j$$

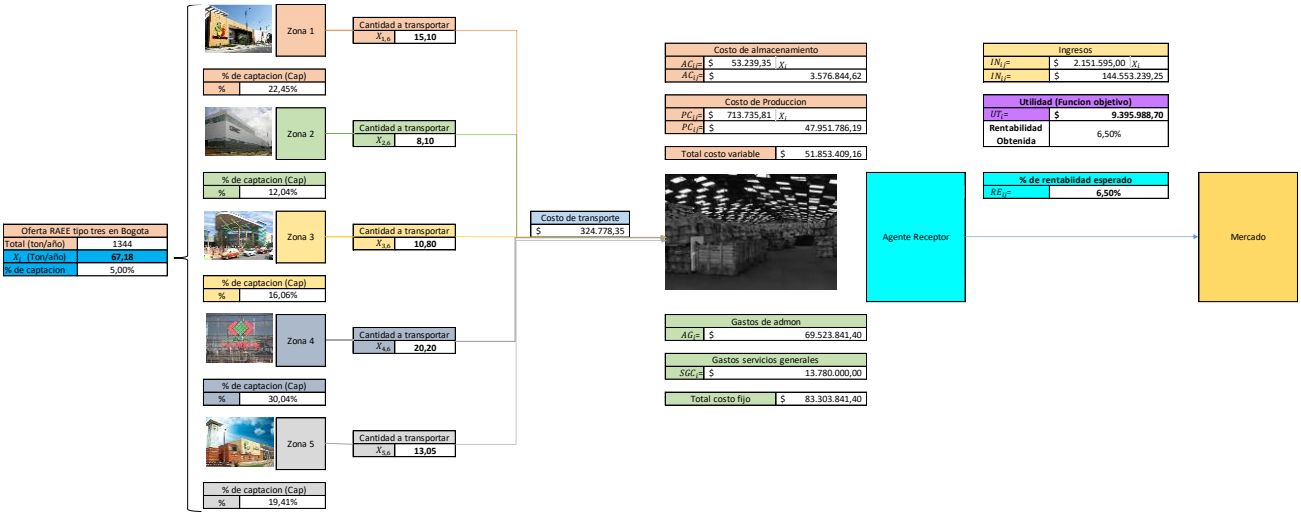
Restricción de rentabilidad esperada por el agente receptor:

$$\frac{(X_i * PR_{ik}) - (VC_i * X_i) - FC_i}{X_i * IN_{ij}} \leq RE_{ij}$$

Restricción de no negatividad:

$$X_i \geq 0$$

Los resultados de la simulación del modelo se presentan en la Figura 4.



5. Conclusiones

Actualmente en Colombia el tema de la logística inversa es aún poco desarrollado tanto por parte de los consumidores como por las empresas distribuidoras de los AEE tipo 3. Ignorando los beneficios que estos procesos pueden traer a las organizaciones y al medio ambiente.

Al realizar la exploración y validación de información a través de fuentes de información primaria, se observa que no todas las causas encontradas en el diagnostico por fuentes de información secundaria se afirman por los actores que están directamente relacionados con ellas; por lo que se prioriza la información suministrada por los encuestados ya que ellos son los que tienen conocimiento y se desenvuelven directamente en el campo.

Se observa que la una de las claves del éxito de los procesos de logística inversa son los consumidores de aparatos eléctricos y electrónicos, ya que estos son los encargados de hacer la correcta disposición de sus desechos y asegurar el ingreso de ellos a los sistemas de gestión adecuados. Por lo anterior, es muy importante la opinión y comportamiento de los consumidores al momento de diseñar las estrategias de

recolección de residuos; brindándoles la mayor comodidad y facilidad para realizar esta acción e informarlos acerca de estos procesos.

Con base a la identificación de costos y a la simulación de maximización de utilidades se observa que efectivamente el procesamiento de este tipo de residuos puede generar valor a las empresas u organizaciones que lo implementen, ya sea generando utilidades por la venta de la materia prima recuperada o disminuyendo los costos asociados a la materia prima en los procesos de producción de la misma cadena de suministro de aparatos eléctricos y electrónicos.

6. Recomendaciones

La cadena de suministro propuesta en el diseño del modelo se plantea de manera general, basada en una caracterización de la misma en el sector. Es por ello que ésta puede variar o modificarse según las necesidades de cada empresa para darle cumplimento a los procesos de logística tradicional y de logística inversa en la fase de definición de componentes dentro del modelo propuesto en la investigación.

7. Referencias

Cabeza, D. (2012). *Logística inversa en la gestión de la cadena de suministro.* Barcelona: Marge books.

Centro de Investigaciones de Mercados CIM. (2008). *Estudio de hábitos de uso de manejo de Aparatos y Equipos Electrónicos y sus partes.* Bogotá: CIM.

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2015). *Reporte de Industria del sector TIC.* Colombia: Comisión de Regulación de Comunicaciones.

EMPA. (2015). *Residuos Electrónicos*. Obtenido de Residuos Electrónicos: http://www.residuoselectronicos.net/archivos/documentos/080331_EMPA-CNPMLTA_Diagnstico%20e-waste%20Colombia.pdf

Fundación Ecotic. (2016). *Ecotic*. Obtenido de http://www.ecotic.es/es/246569/Productores.htm#a2959

Fundación Ecotic. (2016). *Gestión de RAEE.* Fundación Ecotic.

Gutiérrez Pulido, H., & Salazar, R. (2004). *Control estadístico de la calidad y seis sigma.* Guanajuato, México: Mc Graw Hill.

Industria Minera Mexicana. (febrero de 2016). *Contienen celulares más de 200 minerales*. Obtenido de Camimex Minería Responsable: http://www.industriamineramexicana.com/2013/02/contienen-celulares-mas-de-200-minerales/

Martínez, C. (2000). *Estadística y muestreo.* Bogotá, Colombia: Eco Ediciones.

Martínez, M. (Enero de 2009). Diagnóstico de comunicación organizacional del Pedro Goméz y CIA. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial; Centro Nacional de Producción más limpia . (julio de 2010). Lineamientos técnicos para el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. *Lineamientos técnicos para el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. Aparatos Eléctricos y Electrónicos*. Colombia: Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

Otálora García, A. G. (2014). *Opciones de recuperación en el pos consumo de los componentes plásticos presentes en los RAEE clasificación 3.* Bogotá: Fundación Universidad de América.

Ott, D., & Empa. (2008). *Gestion de Residuos Electrónicos en Colombia. Diagnóstico de Computadores y Teléfonos Celulares.* Medellín: EMPA.

PORTAFOLIO. (XX de XX de XX). La empresa colombiana que vende más computadores en el pais. *PORTAFOLIO*.

Semana. (7 de junio de 2015). ¿Quién domina el mercado de telefonía móvil en Colombia? *Semana 35 Ideas que lideran-Telecomunicaciones*.

Suárez Serrano, M. Y., Tarazona Silva, J. L., & Triviño Quintero, P. A. (2016). Causas de la poca recuperación de valor de los residuos de aparatos eléctrico y electrónicos en Bogotá. *Revista de Investigación*, 55-68.

Suárez, M., Quevedo, C., & Quivano, J. (2008). *Aplicación de la logística inversa en el sistema de distribución de las organizaciones productoras de envases plásticos en Bogotá Colombia.* Bogotá: Fundación Universidad de América.

MODELO CERCA DE MENTORING PARA LA INNOVACION EN INSUMMA BG S.A.

Nadeska Gallardo[127] Jaime Franco [128]

- **Resumen**

Estudiar la implementación de los procesos de innovación en las organizaciones resulta de provecho para el crecimiento, conocimiento y desarrollo de cualquier tipo de empresa, sin importar su sector. Por lo tanto, la presente investigación determina y conoce la aplicación de la herramienta de Mentoring Organizacional (Modelo CERCA de 5 fases de Valderrama, 2009) en la empresa Insumma BG S.A en Bucaramanga para la implementación de procesos de innovación. Fue un estudio de enfoque cualitativo, con diseño no experimental transeccional, de alcance descriptivo; (Hernández Sampieri y otro, 2007). Por tratarse de un estudio dentro de una empresa en particular, se utilizó como estrategia metodológica el estudio de caso y se trabajó con la herramienta estadística Excel para el procesamiento de datos. Entre los principales hallazgos de la investigación se tiene que el proceso de mentoring fue provechoso ya que la dinámica de trabajo con el modelo CERCA induce a la empresa a formular y desarrollar su estrategia innovadora, al tiempo que trabaja en el desarrollo e implementación de innovaciones que lleven en el corto plazo a las primeras ventas.

Palabras Claves: Innovación, Mentoring, Organizaciones.

- **Abstract**

[127] -Corporación Universitaria de Sabaneta- UNISABANETA- Sabaneta, Colombia. nadeska.gallardo.docente@unisabaneta.edu.co

[128] -Universidad Libre, Cúcuta, Colombia. jaimecfranco@gmail.com

Studying the implementation of the processes of innovation in the organizations is profitable for the growth, knowledge and development of any type of company, regardless of its sector. Therefore, the present research consists of determining and knowing the application of the organizational Mentoring tool (Model CERCA of 5 phases of Valderrama, 2009) in the company Insumma BG S.A in Bucaramanga for the implementation of innovation processes. It was a qualitative study, with non-experimental transectional design, of descriptive scope; (Hernández Sampieri and other, 2007). As a study within a particular company, the case study was used as a methodological strategy and worked with the Excel statistical tool for data processing. Among the main findings of the research is that the mentoring process was beneficial since the work dynamics with the CERCA model induces the company to formulate and develop its innovative strategy, while working on the development and implementation of innovations that Lead in the short term to the first sales.

Key Words: Innovation, Mentoring, Organizations.

- **Introducción**

La innovación es un proceso que puede surgir interna o externamente en el ámbito organizacional, en ese sentido se hará más fácil si se acompaña de un mentor, de un guía que facilite dicho proceso. Es así como los objetivos de la investigación apuntan a: Identificar los aspectos organizacionales de la empresa Insumma BG S.A; describir la dirección de la organización; diagnosticar la aplicación de la herramienta Gerencial Mentoring por el Modelo CERCA de Beatriz Valderrama y explicar el impacto del uso de la misma en procesos de innovación en la organización.

Esta investigación se justifica porque representa un aporte al campo gerencial, donde tratar temas de actualidad son pertinentes. Cada día que pasa, la innovación se hace parte del quehacer de las organizaciones, pero llevarlo a cabo necesita más que un conocimiento empírico. Es allí, donde el mentoring hace gala y enaltece las tendencias gerenciales.

- **Marco Teórico**

Mentoring

De las diferentes modalidades y estrategias gerenciales, la más elevada cognitivamente y quizás la más compleja sea la del mentoring. Su nombre deriva de la palabra “Mentor”, que el Diccionario de la Real Academia Española lo define como consejero o guía, del griego Μέντωρ, (Méntor, personaje de la *Odisea*, consejero de Telémaco). Con respecto a lo que significa mentoring en el ámbito organizacional, Harvard Business Essentials (2005), expresa lo siguiente:

La herramienta de mentoring se conoce como el ofrecimiento de consejos, información o guía que hace una persona que tiene experiencia y habilidades en beneficio del desarrollo personal y profesional de otra persona. (p. 84)

Dentro de cualquier estructura empresarial, el talento humano forma parte vital del crecimiento de la misma, tratar de hacer crecer a otra persona no es tarea sencilla. Incrementar las capacidades del ser humano es una tarea ardua que requiere experiencia y habilidades, que muchas veces van más allá de lo profesional, y se logra de esta manera una excelente conexión personal. Es así, como el mentoring es una relación estrecha entre el mentor y su protegido, como comúnmente se le conoce al seguidor, mentorando o beneficiario de tal aprendizaje. Valderrama (2009), dice que mentoring es el "proceso por el cual una persona experimentada ayuda en el desarrollo personal y profesional de otra, en una relación de confianza y compromiso". p.4.

Con relación al mentoring, la organización española Mentoring.es (2012) lo define como:

"Instrumento destinado a desarrollar el potencial de las personas, basada en la transferencia de conocimientos y en el aprendizaje a través de la experiencia, todo ello dentro de un proceso predominantemente intuitivo en el que se establece una relación personal y de confianza entre un MENTOR/A que guía, estimula, desafía y alienta a otra según sus necesidades para que de lo mejor de sí a nivel personal y profesional."

Cada vez más, se suman toda clase de organizaciones en la práctica de estos estilos de dirección de empresas modernas, adaptándose a los cambios elevados que exigen la globalización y competitividad actual.

Beatriz Valderrama (2009), expone que el Mentoring se puede analizar por medio de un modelo de cinco (5) etapas, que se concreta en las siglas CERCA "el mentor ha de estar CERCA del mentorando con el fin de ayudar a desarrollar al máximo su potencial". (p.76).

Este modelo, según define su autora busca implementar el Mentoring de la manera más natural posible en la organización. En síntesis, cada una de las fases trata de buscar lo siguiente:

- **C**rear una relación de confianza y compromiso; donde se establezca una sintonía emocional, se logre transmitir una actitud de apoyo y confianza del mentor al mentorando.
- **E**xplorar y escuchar con empatía; busca hacer preguntas poderosas, escuchar en profundidad al mentorando.
- **R**etar y ayudar a redefinir y resolver problemas; por medio de la definición de los objetivos de desarrollo.
- **C**onstruir, Compresión y Capacidad; ayudar al mentorando a entender las situaciones desde otros puntos de vista y a generar diferentes alternativas de comportamiento.
- **A**poyar la acción autónoma; Reconocer y valorar los resultados que el mentorando vaya alcanzando. Despertar emociones positivas: optimismo y autoconfianza.

Innovación

La innovación es un componente fundamental para la productividad y el crecimiento económico, que permite alcanzar un desarrollo más sostenible. En la actualidad se está reemplazando un antiguo

paradigma de la innovación cerrada por una nueva estrategia basada en un panorama diferente del conocimiento, con una lógica distinta acerca del origen y el uso de las ideas. La innovación abierta implica que las ideas valiosas pueden provenir tanto de dentro como de fuera de la compañía y pueden salir al mercado también desde dentro o fuera de la compañía (Chesbrough, 2011), (López J.I 2009), (Christensen, J. F., Olesen, M. H., & Kjaer, J. S. 2005), (Lettl, C., Herstatt, C., & Gemuenden, H. G. 2006). Es por ello que es trascendental la inclusión de estos conocimientos en las organizaciones de cualquier índole.

El papel que juega la ciencia, la tecnología y la innovación es cada vez más relevante para el fortalecimiento de la competitividad y el crecimiento económico de cualquier país. Los procesos de globalización generan mayor competencia entre los países y compañías motivando a los actores económicos a promover procesos productivos más innovadores para diferenciar sus bienes y servicios de la competencia (Perkmann, M., & Walsh, K. (2007). Los principales indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación señalan que Colombia todavía no se ha impulsado hacia una economía fundamentada en la innovación y en el conocimiento.

Al considerar el enfoque de las capacidades dinámicas en los procesos de innovación de una organización para darle continuidad al desarrollo dentro del país y la región, se apoyó con la Teoría de Teece y Pisano (citados por Cavazos y Sánchez, 2005) se fundamenta con la premisa de que la empresa es un depósito intangible de conocimiento, sosteniendo que dichas capacidades de la organización están sustentadas por el conocimiento intrínseco que puede y debe llegar a desarrollar. Por lo que el gran desafío a la cual se enfrenta las empresas en dicho entorno cambiante, es estar continuamente aprendiendo, reconstruyendo y ajustando sus capacidades ante un entorno cambiante para lograr innovar en sus procesos empresariales.

De la misma manera en que un proceso de innovación como lo pude ser la introducción de un nuevo producto o la de implantación de una mejora en el mismo, presenta riesgos, tanto para el producto como para el consumidor del mismo, las innovaciones disruptivas conllevan riesgos, que pueden llegar a ser mayores a los mismo riesgos de fabricación de nuevos productos, como ejemplo. Lo que impacta directamente en la capacidad de crear esquemas de aprendizaje que soporten esta minimización en los riesgos en la implementación de sistemas de innovación. La innovación no debe detenerse debido a los riesgos que conllevan, por el contrario, la innovación siempre estará y será parte del desarrollo, empresarial en este caso, pero también general en la transformación del ser humano. Gracias a la innovación en las diferentes áreas, ha generado desde revoluciones científicas, mejoras en el bienestar como prosperidad económica en las regiones del mundo.

La innovación en el campo de la gerencia es una fuente muy importante de generación de valor en el mundo empresarial (Hamel, 2006; Barsh, 2008: 25-35). Y lograr que la implementen las organizaciones no es una labor sencilla, pero que definitivamente usando herramientas gerenciales modernas se lograr valorar e implementar de manera idónea para las organizaciones. Una de estas herramientas es sin lugar a dudas el mentoring.

- **Metodología del Estudio**

La investigación realizada para determinar la aplicación de la herramienta de Mentoring organizacional en Insumma BG S.A para procesos de innovación, a través de la identificación de los aspectos organizacionales; la descripción de la dirección y del análisis de la herramienta Mentoring Modelo CERCA de Beatriz Valderrama (2009); fue un estudio de enfoque cualitativo, con diseño no experimental transeccional, de alcance descriptivo; (Hernández Sampieri y otro, 2007). Por tratarse de un estudio dentro de una empresa en particular, se utilizó como estrategia el estudio de caso y se trabajó con la herramienta estadística Excel.

Para recolectar la información de la investigación, se contó con diferentes medios, en este caso con la observación directa y entrevistas estructuradas. La entrevista es una conversación entre dos o más personas que tiene como finalidad la obtención de información sobre el tema a investigar. Arias (2012), dice que la entrevista estructurada "Es la que se realiza a partir de una guía prediseñada que contiene las preguntas que serán formuladas al entrevistado. En este caso puede servir como instrumento para registrar las respuestas". p.73. La observación hace parte de la manera en que se recoge la información, Sampieri y otros (2007), dicen que "la observación consiste en el registro sistemático de comportamientos, relaciones, ambientes o sucesos".p.211. Todo esto muy importante para evidenciar el proceso de mentoring en la empresa Insumma BG S.A.

A continuación, se especifican otros aspectos metodológicos inherentes al logro del objetivo general que orienta la presente investigación.

El diseño de la investigación, según la problemática y objetivos planteados, viene dado por los siguientes elementos: Amplitud del Foco, Perspectiva Temporal y Contexto de las Fuentes de Información (Hurtado, 2007), detallados a continuación:

Perspectiva Temporal: Desde este punto, el diseño se ubica dentro de la modalidad transseccional ya que los datos serán recogidos en un tiempo específico; sin efectuar comparaciones o variaciones en el tiempo.

Amplitud y Organización de los Datos: El diseño es de carácter multivariable ya que pretende información de diversas variables como los diferentes elementos del proceso de mentoring, las características de la empresa, elementos de innovación, entre otros.

Contexto de las Fuentes de Información: El diseño de investigación está dirigido a la recolección y análisis de información proveniente de fuentes vivas en ambientes naturales. Es un estudio de caso.

En el marco del enfoque de estos tres diseños, es que se estructuró el procedimiento metodológico a seguir en la investigación. Asimismo, se realizó la validación del Instrumento de

Recolección de Información por los Expertos. Según Hernández- Sampieri y Otros (2007) "la validez se refiere al grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir u obtiene los datos que pretende recolectar." p. 327. Las variables de la presente investigación se basan en las teorías de diversos autores especialistas en administración y dirección de empresas, siendo la primordial la variable Mentoring del modelo CERCA creado por Beatriz Valderrama (2009).

Se estableció la validez del instrumento de recolección de información, a través de un panel de dos personas, un experto en el área objeto de estudio y un especialista en metodología, quienes evaluaron la pertinencia, redacción, extensión, lenguaje utilizado, y secuencia de los ítems del cuestionario. Se les hizo entrega de la carta de solicitud de validación y se le anexaron los objetivos de la investigación, el planteamiento, la tabla de operacionalización de las variables, el instrumento y la matriz de validación.

- **Resultados**

Los resultados obtenidos son presentados según las variables de análisis, pero siempre conservando la visión holística e integrada del hecho en estudio y fundamentalmente la percepción que sobre el mismo trasmiten los sujetos de la investigación lo cual se logra con transcripción textual de opiniones y datos suministrados durante la investigación.

Algunas de las características más importantes en cuanto a los aspectos organizacionales de Insumma BG S.A, se muestran a continuación en la Tabla 1, a saber:

Tabla 1. Tabla de respuestas para aspectos organizacionales Insumma BG, S.A

Aspectos Organizacionales	Respuestas	¿Cuál?
Número de Trabajadores	Entre 51 y 100	
Edad de los empleados	26 a 32 años	
Género		
Femenino	20	
Masculino	80	
Grado de Instrucción	Técnico	
Objetivos enfocados al desarrollo del talento humano	Si	Asegurar y controlar el desarrollo de talento humano, Fortalecer y asegurar la cultura de innovación
Aspectos Organizacionales	Inducciones, reinducciones y definición de roles y responsabilidades	

Promueve capacitaciones dirigidas al fortalecimiento de habilidades y competencias que tienen los empleados para su desarrollo profesional	Si	Participación en programas de formación en innovación y gestión tecnológica y capacitaciones específicas como NIIF, reforma tributaria, análisis financiero, instalación de equipos, producción avícola

Fuente: Elaboración propia a través de Microsoft Excel 2016 (2017)

Insumma BG, S.A es una empresa que fabrica, importa y comercializa productos para el sector pecuario e industrial, cuyas especificaciones cumplen con estándares de calidad y normas legales vigentes, que generan confianza en sus clientes. El portafolio se distribuye en 5 unidades de negocio, siendo mencionadas de acuerdo a sus niveles de participación en los ingresos por operación; Nutrición Animal, Equipos, Metalmecánica, Salud Animal y Saneamiento Ambiental. Es una empresa mediana en Colombia, ya que tiene entre 51 y 100 empleados. De estos empleados, 20 son de género femenino y 80 masculino, notándose una mayoría de hombres, dado los resultados obtenidos. Estos colaboradores en su mayoría tienen edades comprendidas entre 26 y 32 años y en promedio su grado de instrucción es técnico.

La empresa cuenta con objetivos enfocados al desarrollo del personal como participación en programas de formación en innovación y gestión tecnológica y capacitaciones específicas como NIIF, reforma tributaria, análisis financiero, instalación de equipos, producción avícola, entre otras.

Para lograr la dirección eficiente y eficaz dentro de cualquier estructura empresarial, en especial las organizaciones que prestan servicios, donde el principal recurso es el capital humano, se debe trabajar en conjunto para lograr lo planificado, en la Tabla 2 se evidencian las características de la dirección de Insumma BG S.A.

Tabla 2. Tabla de respuestas para dirección de la organización

Dirección de la Organización	Respuestas
Encargado para lograr los objetivos que se traza la organización	Todos los empleados
¿Los empleados de la organización de cualquier nivel toman decisiones?	No
¿Cómo lo ven los empleados de su organización?	Jefe y líder
Tiempo que llevan los empleados trabajando en la empresa	Más de un año
Motivación hacia los empleados para lograr una mayor efectividad por parte de ellos	Inducciones con seguimientos periódicos, compartiendo resultados, orientación y desarrollo de liderazgo
Forma de dirigirse a sus subordinados	Oral y escrita

¿Existe algún miembro de la organización que hable por usted con los otros empleados?	No
¿Quién toma las decisiones sobre la gerencia de la organización?	Junta Directiva
¿Se hace algún estudio para tomar decisiones?	Si

Fuente: Elaboración propia a través de Microsoft Excel 2016 (2017)

En Insumma BG S.A, todos los empleados son importantes, por ello son todos los encargados de lograr los objetivos que se traza la organización, además los empleados ven al gerente como un líder y un jefe dependiendo de la situación. Los empleados de cualquier nivel no toman las decisiones de la organización así como tampoco existe algún miembro que hable por el gerente con el resto de los empleados. Así pues, hay una tendencia generalizada a pensar que es el gerente quien honra los objetivos a cumplir, es decir que en manos de él es más factible lograr lo que la empresa se propone, pero siempre de la mano de sus colaboradores, tanto así que los empleados llevan trabajando en la organización más de un año, lo que evidencia que estan contentos en su puesto de trabajo.

El gerente se dirige a los colaboradores de manera oral y escrita porque siente que está más cercano a ellos. Dentro de las motivaciones para los empleados el gerente resalta inducciones con seguimientos periódicos, compartiendo resultados, orientación y desarrollo de liderazgo.

Tabla 3. Tabla de respuestas para herramienta organizacional: Mentoring

Mentoring	Respuestas	¿Por Qué?
Conocimiento acerca de mentoring	Si	
Existencia de confianza y compromiso entre un empleado y otro	Si	Existe libertad para que el trabajador desarrolle su gestión, que es medida y controlada por el jefe directo
Explora y escucha con empatía las necesidades de los trabajadores	Si	Son el recurso clave para el cumplimiento de objetivos y metas
¿Algún superior lo reta y ayuda a redefenir y resolver sus problemas?	Si	Se requiere que cada trabajador desarrolle su potencial para alcanzar las metas programadas
¿Hay un ambiente de querer construir, comprender y capacitar a empleados?	Si	Forma parte de los objetivos estratégicos asociados a metas organizacionales que se miden y controlan periódicamente
El trabajador prosigue su proceso de desarrollo	Si	

Transmisión de conocimiento de un empleado a otro	Si

Fuente: Elaboración propia a través de Microsoft Excel 2016 (2017).

El gerente de Insumma afirma tener conocimiento acerca de Mentoring, y esto, es porque tuvo capacitación y acompañamiento con especialistas, que le permitió obtener los conocimientos y herramientas necesarias para la aplicación de mentoring con sus colaboradores. El gerente del Insumma Señor Erich Johannes Calderón Mejía, afirma que existe libertad para que el trabajador desarrolle su gestión, que es medida y controlada por el jefe directo. Explora y escucha con empatía las necesidades de los trabajadores porque reconoce que son el recurso clave para el cumplimiento de objetivos y metas en la organización.

Asevera que se requiere que cada trabajador desarrolle su potencial para alcanzar las metas programadas y que existe un ambiente de querer construir, comprender y capacitar a empleados porque forma parte de los objetivos estratégicos asociados a metas organizacionales que se miden y controlan periódicamente en Insumma BG S.A.

A continuación se presentan los resultados sobre los aspectos del proceso de mentoría para la implementación de procesos de innovación en la empresa, a saber:

Tabla 4. Tabla de respuestas para Mentorías de Innovación

Innovación	Respuestas
¿En qué grado se sintió satisfecho en cuanto a la mentoría recibida para los procesos de innovación en su empresa?	Mucho
¿Cree que es importante recibir mentoría para los procesos de innovación?	Si
¿Cuál fue el mayor aprendizaje que obtuvo durante esta experiencia?	La dinámica de trabajo que induce a la empresa a formular y desarrollar su estrategia innovadora, al tiempo que trabaja en el desarrollo e implementación de innovaciones que lleven en el corto plazo a las primeras ventas

Fuente: Elaboración propia a través de Microsoft Excel 2016. (2017).

El gerente de Insumma Señor Erich Johannes Calderón Mejía, consideró que el mayor aprendizaje que obtuvo durante las mentorías para el proceso de innovación fue la dinámica de trabajo que induce a

la empresa a formular y desarrollar su estrategia innovadora, al tiempo que trabaja en el desarrollo e implementación de innovaciones que lleven en el corto plazo a las primeras ventas.

La importancia de estar acompañados durante un proceso innovador marca la diferencia para el éxito del mismo. Qué una persona experta transmita conocimiento y guía para implementar las ideas nuevas hace que todo fluya más rápido y de la mejor manera posible.

En Insumma BG S.A. la implementación de procesos de innovación a través de la herramienta gerencial Mentoring, específicamente utilizando el Modelo CERCA, fue de provecho, superación y gran ayuda para el crecimiento y sostenibilidad en el tiempo de la misma.

- **Conclusiones**

Pensar en que la administración deje de ser obsoleta, es hablar de cambios progresivos y definitivos, en ese sentido, el mentoring y la innovación se unen para ofrecer a cualquier gerente de calidad, herramientas que le permiten un crecimiento exponencial y definitivo en sus organizaciones. Así pues, contar con estilos de gerencia que se preocupen y ocupen por la calidad, desempeño, productividad y mejoramiento de sus organizaciones no es una labor sencilla, pero se han dado cuenta las diferentes organizaciones que difundiendo las experiencias y sus conocimientos producen resultados mejores y eso hace que herramientas como la innovación y el mentoring llegaran para quedarse.

A través del uso del mentoring como herramienta gerencial, el gerente-líder moderno logra implantar exitosamente el proceso de innovación en cualquier nivel en su organización, dejando de ser una práctica imposible y convirtiéndose en un quehacer cotidiano que le permite crecimiento y expansión, tal como ocurrió en la empresa Insumma BG S.A de Bucaramanga, donde los procesos de innovación han sido acogidos de excelente manera, gracias al proceso de mentoring allí realizado, siendo exitoso y ventajoso para todos los que participaron en el sistema de innovación.

- **Recomendaciones y/o Agradecimientos**

Se agradece en primera instancia al gerente de la empresa Insumma BG S.A Señor Erich Johannes Calderón Mejía por su disposición en todo momento para la realización de esta investigación, asimismo a todas las personas que laboran en la organización y especialmente al equipo de innovación que día a día están dispuestos de aprender de su mentor para lograr innovar en la empresa y hacer de ésta, una organización en crecimiento.

- **Referencias**

- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica. (6ta. Ed.). Caracas: Episteme.

- Barsh, J. (2008). Innovative Management: A Conversation with Gary Hamel and Lowell Bryan. The McKinsey Quarterly, 2008 (1), 25-35
- Cavazos, G y Sánchez, J. (2005). Las capacidades dinámicas de las empresas. Recuperado de http://www.razonesdeser.com/vernota.asp?notaid=15054
- Chesbrough, H. (2009). Innovación abierta. Barcelona: Plataforma editorial.
- Chesbrough, H., & Brunswicker, S. (2013). Managing Open Innovation in Large Firms. Fraunhofer Verlag.
- Christensen, J. F., Olesen, M. H., & Kjaer, J. S. (2005). The industrial dynamics of Open Innovation—Evidence from the transformation of consumer electronics. Research policy , 34 (10), 1533-1549.
- Harvard Business Essentials. (2005). Coaching y Mentoring: cómo desarrollar el talento de alto nivel y conseguir mejores resultados. España: Deusto.
- Hamel, G. (2006). The Why, What, and How of Management Innovation. Harvard Business Review, Online Version. http://cb.hbsp.harvard.edu/cb/web/product_detail.seam?R=R0602C-PDF ENG&conversationId=431827 &E=72129
- Hurtado, J. (2007). El Proyecto de Investigación: Metodología de la Investigación Holística. (5ta ed). Venezuela: SYPAL y QUIRON.
- Koontz, H. y Weihrich. (2003). Administración. Una perspectiva global (12na. Ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Lettl, C., Herstatt, C., & Gemuenden, H. G. (2006). Users' contributions to radical innovation: evidence from four cases in the field of medical equipment technology. R&D Management , 36 (3), 251-272.
- López, J. I. (2009). Gestión de la innovación en la empresa vasca Contribución de las herramientas de gestión de la innovación. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Valencia, Organización de Empresas, Valencia, España.
- Mentoring.es (2012). [Página Web en línea]. Disponible en: http://www.mentoring.es/mentoring.html
- Mowll, y Otros (2012). Administración: México: Trillas
- Perkmann, M., & Walsh, K. (2007). University–industry relationships and open innovation: Towards a research agenda. International Journal of Management Reviews , 9 (4), 259-280.
- Robbins, S. y. (2005). Administración. (8va ed.). México: Pearson-Prentice Hall.
- Sampieri y otros. (2007). Fundamentos de metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Valderrama, B. (2009). Desarrollo de Competencias de Mentoring y Coaching. Madrid: Prentice-Hall.
- Whetten, D. y Cameron, K. (2005). Desarrollo de habilidades directivas. (6ta ed.). México: Pearson Prentice Hall.

EL PAPEL DE LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LA RELACIÓN CONSUMIDOR TENDERO EN LA CIUDAD FLORENCIA CAQUETÁ COLOMBIA

Orlando Celeita Murcia[129] Dora Lilia Garrido Hurtado[130]

Enna Alexandra Valderrama Cardona[131]

RESUMEN

La presente investigación muestra como influye la cultura en la relación del entre el tendero y consumidor de tienda Florenciana, la cual se desarrolló mediante el desarrollo de un estudio cualitativo. Para la recolección de información se utilizó la entrevista de profundidad semi-estructurada, la observación participante y no participante. Todo el material fue grabado y transcrito de forma literal como lo expresaron los entrevistados (consumidores). Los resultados se agruparon teniendo en cuenta los objetivos propuestos. Culturalmente estas relaciones han estado influidas por valores, creencias costumbres y tradiciones propias de los florencianos entre los valores culturales se destacan en orden de importancia: fidelidad, confianza, familiaridad, buen servicio, amistad, reconocimiento, respeto, comodidad y amabilidad.

Palabras Claves: Consumidor, Tienda, Cultura, Relación, valores

ABSTRACT

This research shows the influence of the culture in the relationship between the shopkeeper and consumer of Florentine shop, which was developed through the development of a qualitative study. For the

[129] Contador Público, Especialista en Derecho Público Financiero, Especialista en Pedagogía, Magister en Administración, docente investigador, Universidad de la Amazonia, grupo de investigación CIFRA, orcemu22@hotmail.com, Florencia.

[130] Administrador Financiero, Especialista en Pedagogía, Magister en Finanzas de la; docente investigador Universidad de la Amazonia, grupo de investigación CIFRA, dorilla74@gmail.com, Florencia

[131] Administradora de empresas, Especialista en Gerencia del Talento Humano, Magister en Administración; docente investigador, Universidad de la Amazonia, grupo de investigación CIFRA, vennaalexandra@yahoo.com, Florencia.

collection of information, we used the interview of depth semi-structured interviews, participant and non-participant observation. All the material was recorded and transcribed verbatim as expressed by the interviewees (consumers). The results were grouped taking into account the proposed objectives. Culturally these relations have been influenced by values, beliefs, customs and raditions of the florencianos between cultural values are highlighted in order of importance: loyalty, trust, familiarity, good service, friendship, recognition, respect, comfort and friendliness.

Keywords: Consumer, Shop, Culture, Relationship, values

INTRODUCCION

A nivel económico, son innegables los cambios que se han producido por cuenta de los diversos procesos de apertura vividos en Colombia desde 1990. En medio de esta confrontación de estrategias de mercadeo, ha ocupado un lugar muy especial la presencia de las empresas multinacionales de la venta al detal que decidida a satisfacer amplias capas de la población, no han dudado en hacer notables inversiones. Así, *han ingresado multinacionales como la holandesa Makro en 1994, las francesas Carrefour en 1998 y Casino a través de Almacenes Éxito en 1999 y, la chilena Sodimac a través de HomeCenter* (Rojas et al, 2004).

Todo este panorama de modernización de *los canales de distribución llegó a presagiar grandes cambios en el denominado comercio tradicional en el que se inscriben las llamadas tiendas de barrio, como su más clara expresión* (Londoño y Navas, 2005). Fue tal el pesimismo que, incluso en 1992, un experto internacional del comercio que visitó a Colombia, Henry Salem, se atrevió a "*vaticinar que a comienzos del siglo XXI no existirían las tiendas de barrio ni las centrales de abasto, debido a la consolidación del comercio*" (citado por Pinilla y González, 2004). Pronóstico que tuvo que ser modificado por muchos sobre todo por el mismo Salem cuando regresó años después a Colombia a explicar cómo negociar con el canal tradicional, teniendo que reconocer que había subestimado muchos factores que gravitan alrededor de los tenderos, enfatizando los aspectos culturales como uno de los determinantes para evitar su fin.

Para este estudio se adaptó el marco teórico, metodológico y la recopilación y análisis de datos, propuestos y desarrollados por el Profesor Páramo como continuación de su tesis doctoral defendida en la Universidad de Ginebra en Suiza en el 2009. Así, la búsqueda de conocer el carácter de espacio reforzador de la cultura que juega la tienda tradicional colombiana, se convierte en un aporte al estudio en otras ciudades de Colombia (Barranquilla, Medellín, Cali, Neiva, Manizales, Valledupar, Villavicencio, Popayán, Ibagué), concebido para profundizar en las relaciones establecidas a lo largo del tiempo entre consumidores y tenderos.

MARCO TEORICO

Hacia un concepto de cultura

Dada la importancia que recientemente ha adquirido la cultura muchos autores desde diferentes ópticas han tratado de conceptualizarla. Más de 200 definiciones han sido encontradas sin haber logrado un consenso, ni siquiera conceptual, entre las distintas perspectivas existentes. Entre ellos y tras haber desarrollado diversa evidencia empírica y teórica, McCracken (1990) propuso una perspectiva

antropológica para estudiar la relación entre cultura y comportamiento del consumidor, pilar fundamental de toda la aproximación ideológica y moral del marketing moderno. Soportados en los resultados de estos planteamientos estrechamente relacionados con el papel del marketing en las sociedades actuales, entender la cultura desde esta perspectiva y dimensionarla en sus verdaderos alcances, se convierte en un deber obligado tanto de los practicantes del marketing nacional e internacional, como de académicos e investigadores de la conducta humana y las ciencias políticas.

Las manifestaciones culturales, propias de cada nacionalidad, se encuentran ahí, abiertas o encubiertas, implícitas o explícitas, habladas o sentidas; pero siempre ahí, detrás de cada individuo, de cada grupo social, actuando como un resorte que incita a cada persona a responder, a pensar, a actuar, a moverse, a solucionar los problemas, a organizarse, a sonreír, a caminar. En fin, la cultura es ese conjunto de formas de hablar, de pensar, de hacer y de ser que enmarca el comportamiento, el pensamiento y la acción humana

La cultura es aprendida, no innata; compartida e interrelacionada. Es el resultado de la interacción humana permanente. No es heredada; es transmitida. Se deriva de nuestro entorno social, no de nuestros genes (Dussart, 1993) Citado por Paramo et. al. 2007). La cultura influencia, decide, establece un marco de comportamiento (Ward et al, 1987); actúa como un resorte que incita a cada persona a responder, a pensar, a moverse, a solucionar los problemas, a organizarse, a sonreír, a caminar. En fin, la cultura es ese conjunto de formas de hablar, de pensar, de hacer y de ser que enmarcan la conducta, el pensamiento y la acción humana (Páramo, 1994).

Consumo y consumidores

Apoyados en los recientes desarrollos del marketing dirigido hacia la consecución de un matiz mucho más social y humano desde la perspectiva de su activa participación en la construcción del bienestar de la sociedad en su conjunto.En este sentido, los consumidores como sujetos activos de su propio deambular histórico que ha caracterizado la postmodernidad en la que vivimos, no pueden ser ajenos al paquete de presiones que deben soportar desde el seno de la misma cultura de la que provienen y en la que han venido construyendo su actual accionar como sutil resultado de sus más delicados años de vida.

Bajo esta novedosa y a veces veleidosa forma de vida, el marketing ha desplegado denodados esfuerzos por colocarse en la mitad entre lo social y lo individual, a través del diseño de los productos que al comportar parte de los simbolismos imperantes, han servido como puente obligado para que las personas se reconozcan a sí mismas en su constante lucha por encontrar su propia identidad.

Es por ello por lo que los consumidores abocados a suplir sus carencias producidas e impuestas por la sociedad y sus reglamentaciones aceptadas y acatadas, están sometidos a la coacción de un conjunto de simbolismos concebidos –casi exclusivamente- para darle el reconocimiento social que por su naturaleza cultural y humana reclaman con angustia y por el que están dispuestos a entregar casi lo que sea necesario para obtenerlo. Y es aquí donde el marketing como expresión de una cultura dada hace digna su presencia por cuanto al conocer, estudiar e interpretar tales simbolismos altamente demandados y traducidos meticulosamente en productos, logra entregarle al consumidor lo que él con tanto ahínco está demandando aunque a veces sin percatarse.

La tienda tradicional

Entendida la tienda tradicional como la más clara expresión de la historia comercial de Colombia desde los albores coloniales en los que por el influjo español empezó a constituirse la cadena de distribución cuyos vestigios hoy aún subsisten, se ha convertido en el punto de venta al detal que se resiste a fenecer a pesar de los embates que la postmodernidad le ha impuesto.

No obstante no existir un claro consenso respecto a lo que significa las tiendas, éstas pueden ser descritas como "negocios micro empresariales que generalmente son desarrollados por un grupo familiar y de muy pequeña escala, en el cual se expenden artículos de primera necesidad, comestibles, bebidas, licores, miscelánea y productos de aseo" (Pinilla y González, 2004) Citado por Paramo et. al. 2007).

. Cumpliendo no solo el rol comercial de servir de enlace entre productores o mayoristas y el consumidor final con las consabidas funciones espaciales y temporales propias de los canales modernos, la tienda sigue siendo un lugar de encuentro entre pobladores, vecinos, amigos.

Es tal la relevancia de la tienda que además de seguirse viendo como un baluarte de las prácticas culturales populares, se ha convertido en el eslabón invisible de la globalización (Ramírez y Pachón, 2004) resistiéndose a desaparecer en ese indetenible proceso de hibridación (García Canclini, 2001) que viven las actuales economías latinoamericanas en las que se combinan las expresiones modernizantes de las culturas dominantes y las manifestaciones populares ancladas en la tradición.

METODOLOGIA DE ESTUDIO

Se llevó a cabo una investigación de tipo cualitativa, toda vez que con ella se buscó conocer y comprender una realidad social existente como es el caso de la relación del consumidor y el tendero en la ciudad de Florencia. Investigación propuesta desde la complementariedad etnográfica, cuya filosofía radica fundamentalmente en las realidades del paradigma cualitativo (desde las perspectivas ontológica, epistemológica, axiológica, retórica, metodológica) y en los principios sugeridos por las escuelas de pensamiento antropológico y sociológico mencionadas. En este sentido, *la investigación cualitativa busca conocimiento detallado de casos específicos, tratando de descubrir cómo ocurren (u ocurrieron) las cosas, la meta primaria es que los hechos sean comprensibles, con menor énfasis en la extracción de inferencias o de predicción* Ragin, Nagel y White (citado por López y Salas, 2009).

La naturaleza del estudio planteado induce a la utilización del paradigma relativista como base epistemológica. Este en su búsqueda de conocer e interpretar el comportamiento de los seres humanos desde una perspectiva más integral, en la cual la conducta humana es analizada de una manera contextualizada y en función de los anhelos y desasosiegos que de la experiencia vital se puedan extraer, busca explicaciones de los participantes de intercambio y beneficio mutuo implicado en la concepción e implementación del marketing.

Teniendo en cuenta el enfoque cultural de esta investigación *se recurrió a la etnografía para la recopilación de la información, a la etnología para analizar y comparar los hallazgos y a la antropología para su interpretación* (Páramo, 2009). Se hizo una preparación previa que permitió acercarse a la realidad. *Teniendo en cuenta que desde la etnografía el investigador es prácticamente el instrumento para recopilar información* (Guber, 2001).

Para tener una completa visión sobre la relación establecida entre consumidores, tenderos y tiendas, se utilizaron diferentes técnicas para la recolección de información, cómo:

- Entrevistas. Se realizaron siete (7) entrevistas individuales en profundidad, estructuradas.
- Observación no participante: Se realizó la visita de 20 tiendas, seleccionadas al azar, para captar la situación que en su interior se vive, no solo desde lo que hacen los consumidores, sino desde la distribución del mobiliario y los elementos propios de este tipo de negocios.
- Observación participante. Se hizo la observación a cada una de las tiendas en las que los entrevistados afirmaron hacer sus compras cotidianas, con el objetivo de comprobar lo hallado en el análisis de las entrevistas desarrolladas. Se hizo durante un promedio de 20 minutos por tienda, totalizando más de tres horas.
- Video-filmación. Todas las entrevistas fueron grabadas en audio, transcritas y analizadas una por una. Con ello fue posible conocer comunicación no verbal que no siempre los entrevistados dejan conocer.

Los participantes fueron escogidos con base en dos criterios: el primero, por su voluntad de colaboración; y el segundo, por estar directamente involucrados con el tema investigado. La muestra se determinó por conveniencia.Dada la naturaleza cualitativa de la investigación, las categorías fueron surgiendo en la medida en que el análisis y la interpretación se fueron realizando. Este proceso de extracción de las categorías se suspendió cuando se descubrió la saturación de ellas. Esto explica las razones por las cuales se hicieron siete entrevistas en profundidad y veinte observaciones en las tiendas. A partir de esta saturación es posible hacer generalizaciones categóricas, verificables como patrones de comportamiento de los consumidores estudiados.

RESULTADOS

Tabla 2

Papel de la cultura en la relación entre el consumidor florenciano y su tienda

ASPECTOS CULTURALES	RESPUESTA CONSUMIDOR
Valores	
Fidelidad	**6**
Confianza	**4**
Familiaridad	**4**
Buen servicio	**4**
Amistad	**4**
Reconocimiento	**3**
Respeto	**2**
Comodidad	**2**
Amabilidad	**1**
Creencias	

Considerar al tendero alguien familiar	**5**
El tendero conoce lo que pasa en el barrio	**4**
En la tienda los precios son más altos	**3**
En la tienda se encuentra de todo	**3**
El tendero es buena persona	**2**
Costumbre	
Comprar toda la vida en la tienda	**7**
Ir desde pequeña a la tienda	**4**
Pedir Fiao	**4**
Conversar con el tendero y los vecinos	**4**
Ir toda la familia a la tienda	**3**
Comprar a diario	**3**
Esperar que lo atiendan	**3**
Comprar galguería	**1**
Tradición	
Varias tiendas en el barrio	**6**

Al observar la tabla 2 se puede apreciar que en la relación que ha nacido entre consumidores y tenderos, juega un papel fundamental diversos aspectos culturales que influyen de forma directa en dicha relación. Entre estos se tienen: valores, creencias, actitudes y costumbres, los cuales han permitido que con el paso del tiempo no solo se establezca una relación permanente sino que está se dinamice y se prolongue en el tiempo.

Valores. Los valores detectados entre los diferentes informantes son 9; estos son fidelidad, familiaridad, amistad, respeto, reconocimiento, confianza, buen servicio comodidad, amabilidad.

Fidelidad. fue el valor más nombrado por los consumidores de tienda florenciana dicho valor esta visto desde el punto de vista de mantener la relación con la tienda de siempre de asistir a esta por todos los beneficios que percibe de ella no solo desde el punto de vista comercial, sino experiencial y social esto se puede apreciar mediante lo siguiente:

- *"Sí claro, eso hay hartísimas, casi en cada esquina hay una. No, muy poco. tiene que no haber ahí el articulo o hay veces él lo manda a conseguir a uno, pa que no estese uno por allá". (Entrevistado No 6 Mariana Chavarro)*
- *"Si claro hay más tiendas, pero me gusto ahí donde ese señor. no, las frecuento Voy a ir por lo que me queda más cerquito, en estos momentos estoy frecuentando puro esa la tienda de don miguel" (Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

La confianza. Se refiere a la opinión favorable en la que una persona o grupo es capaz de actuar de forma correcta en una determinada situación. En este caso se ve reflejada en la forma como el tendero otorga crédito a sus consumidores basado solo en que esté va a pagarle de forma cumplida en la fecha pactada el valor total de la deuda, sin exigirle papeles, referencias o fiadores

basado solo en la amistad, en la confianza y en la imagen que el consumidor es una persona correcta y responsable. Dicha confianza, a su vez, está relacionada con la fidelidad, pues el hecho de que el tendero confíe en el consumidor o le preste un servicio adicional como lo es el crédito hace que este sea fiel a tu tienda habitual y que solo sea en caso extremo cuando la cambie por otra. Esto se pude evidenciar en las siguientes afirmaciones:

> *"Claro que sí, pues yo soy fiel a esa tienda, primero porque el hombre tiene buena relación conmigo y lo segundo, porque ahí me fían, porque en otras partes no me fían tengo que tener la plata." (Entrevistado No. 7 Orlando Ramos)*
>
> *"Uno siempre está con la misma tienda por la atención del tendero, porque le da el crédito a uno"* (Entrevistado No. 3 Judith Ramírez)

La familiaridad. Es vista aquí como el trato cordial que nace de relación entre el consumidor y la tienda, debido al tiempo que llevan de conocerse los unos con los otros y a la identidad que se siente en el trato con las personas, expresándose esto con sentimientos de lealtad, reciprocidad y solidaridad. Esta relación se afianza cada vez más gracias a este valor, pues es ahí donde no se ve solo la relación del intercambio comercial, sino el favorecimiento con muchos otros beneficios desde el punto de vista personal y social, lo cual hace que esta perdure con el tiempo. Esta familiaridad puede verse reflejada en las siguientes respuestas.

> *"Si lo conocen a uno desde niño entonces ya el trato es más familiar." (Entrevistado No. 2 William Artunduaga)*
>
> *"Casi siempre, hace más de 10 años están ellas [las dueñas de la tienda], ellas le compraron a una señora… soy muy amigo"* (Entrevistado No.1 Humberto Ríos)

Con lo anterior se puede apreciar cómo el tendero ya no es solo quien vende los productos si no que es ese amigo indispensable en el barrio que conoce a niños y adultos.

En esta investigación **el respeto** esta visto como esa herramienta fundamental para lograr una armoniosa interacción social, y bajo la premisa que para ser respetado debo respetar, ser tolerante y reconocer que los demás individuos también hacen parte del entorno en el que se convive a diario.

El respeto ha sido un valor cultural defendido y sembrado por generaciones enteras se refleja en afirmaciones como las siguientes:

> *"Espero que me atiendan porque muchas veces la señora ésta ocupada y entonces uno debe esperar el turno" (Entrevistado No. 5 María Mercedes Muñoz)*
>
> *"Pues si la señora está ocupada, espero que me atienda o a veces me atiende otra señora de la tienda".* (Entrevistado No. 4 María Helena Useche)

Con las anteriores frases, se afirma como el respeto también va de la mano con la paciencia que pese a que se llegue con afán, se debe saber esperar y de esta forma se logra una mejor convivencia y el fin último que todos esperan de la tienda, que es obtener un servicio rápido y oportuno, se debe tener en cuenta que todo esto se da también gracias al gran sentido de familiaridad y amistad que existe entre los vecinos que hacen parte de comunidad de una tienda.

El buen servicio. Está dado por el gran conocimiento que tiene el tendero de cada uno de sus clientes y es ahí donde él le conoce sus gustos, preferencias, necesidades y puede ofrecerle valores agregados que generen una mayor afinidad en la relación y de esta forma el consumidor se sienta a gusto

con el servicio que se le está prestando. Además de que se sienta en confianza cuando es saludado por su nombre, y conocen a cada uno de los miembros de su familia.

La búsqueda del trato personalizado o buen servicio se refleja de forma clara en las siguientes afirmaciones:

> *"Tiene que no haber ahí el articulo o hay veces él lo manda a conseguir a uno, pa que no esté uno por allá." (Entrevistado No. 6 Mariana Chavarro)*
>
> *"Manejamos buena relación, el saludo y todas esas cosas. No se invitan pero si se saludan, se pregunta cómo están los niños, llega uno allá con el nieto, lo saludan, hay cierta camaradería" (Entrevistado No.1 Humberto Ríos)*

Lo anterior corrobora que el consumidor percibe un buen servicio cuando es tratado con amabilidad, se le ofrece un trato personalizado, lo atiende con rapidez, le ofrecen un ambiente agradable, y lo hacen sentir cómodo y seguros.

La presencia de estos valores ratifica aún más la tradicional importancia que han tenido las tiendas entre los habitantes del municipio de Florencia, la mayoría de ellos han sido adquiridos en el seno familiar, donde se aprende a visitar la tienda obedeciendo las decisiones de los padres o adultos quienes incentivan que los menores, hijos o sobrinos, vayan a la tienda a hacer las compras que se requieren. Se va construyendo la confianza entre unos y otros, se ven los aspectos económicos de la relación, se reproducen esquemas de trato personalizado, se replica el respeto aprehendido, y, finalmente, se aprende a ser fiel.

Como se puede apreciar en la tabla 2 se pudieron detectar también otros cinco valores culturales amistad, reconocimiento, respeto, comodidad y amabilidad.

La amistad se refleja en:

- *"Si claro, y amigos de la vecina también."(Entrevistado No 3 Judith Ramírez)*
- *" La tienda la tenía un hermano y entonces ya el hermano se terminó la tiendita y entonces la cogió el sí señor, claro amistad" (Entrevistado No6 Mariana Chavarro)*
- *"Somos amigos y la voy bien con el hombre y él la va bien conmigo" (Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

El reconocimiento es percibido por el consumidor de tienda Florencia así:

> *"como esta uno en el mismo barrio, entonces ya uno se distingue con la gente, conversa con otros, así sucesivamente entra en relación con otras personas" (Entrevistado No 1 Humberto Ríos*

Respeto. Es un valor que durante años se ha transmitido de generación en generación y a su vez ha permitido que las diferentes relaciones fluyan y sean duraderas en el tiempo:

- *Espero que me atiendan porque muchas veces la señora ésta ocupada y entonces uno debe esperar el turno para que lo atiendan o para pagarle. (Entrevistado No 5 María Mercedes Muñoz)*

Comodidad. Esté valor va de la mano con la cercanía y el buen manejo del tiempo que la tienda de barrio le permite al consumidor:

- *"Voy a ir por lo que me queda más cerquito" (Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

Amabilidad. Se pude apreciar por medio de la siguiente expresión:

- "Pues vecinos que al menos uno sabe quién es, vecino pa ca vecino pa allá, muchas gracias" (Entrevistado No 5 María Mercedes Muñoz)

La práctica de estos valores a lo largo de la existencia de las tiendas seguramente es lo que ha permitido que estas perduren en la historia y de la misma forma aseguren su futuro y presencia en las generaciones venideras, como un negocio prospero admirado y respetado por todos.

Creencias. Algunas de las creencias están relacionadas de forma directa con el papel del tendero ("considerar al tendero como alguien familiar", "el tendero sabe todo lo que pasa en el barrio", "el tendero es una buena persona") y otras, específicamente con la tienda en sí misma ("en la tienda los precios son más altos", "en la tienda encuentra todo".

Las creencias respecto al tendero son de diversa naturaleza: Unas se asocian con su condición personal y otras con el conocimiento que tiene de todo lo que sucede en el entorno del barrio. De una u otra forma, el tendero, según los consumidores, está en la vida de la comunidad y como tal, es un vecino, un amigo que está dispuesto a colaborar en los asuntos colectivos que se puedan presentar.

Desde este aspecto las tiendas son vistas como ese lugar donde se encuentra todo lo que se necesita en un momento dado aunque casi siempre los productos son más costosos.

Dentro de las creencias hay un factor diferente respecto a los hallazgos descubiertos, por el profesor Paramo en las ciudades de Barranquilla, Valledupar y Manizales, donde se ha evidenciado que los productos en la tienda son más baratos. Los consumidores de la tienda florenciana creen que los productos ofrecidos por está son más costosos, pero pese a esto siguen asistiendo a la tienda, teniendo en cuenta que allí, se sienten bien atendidos, hay una relación de amistad, cierta familiaridad y sobre todo, encuentran un gran respaldo al obtener crédito sin, mayores exigencias:

"Si no hubiera crédito uno iba a otra parte donde fuera más barato" (Entrevistado No. 2 Willian Artunduaga)

"Porque en las tiendas es siempre un poco más caro." (Entrevistado No. 3 Judith ramírez)

La Figura 3 agrupa las creencias desde tres puntos de vista, la tienda, el tendero y el barrio, estas están explicadas desde el punto de vista expresado por cada uno de los entrevistados, quienes a su vez manifiestan que estas han sido recibidas de generación en generación, teniendo en cuenta que la tienda es un sitio que existe desde muchos años atrás.

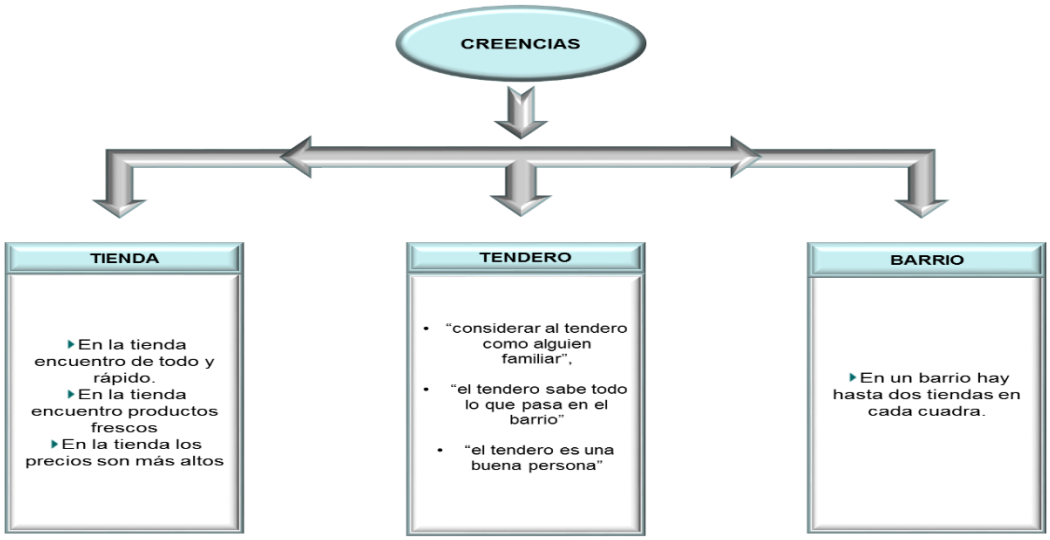


Figura 3. Las Creencias Tomada de Paramo 2009 y modifica por los autores.

Creencias basadas en la tienda

En la tienda encuentro de todo y rápido:

"Una tienda tiene de todo un poquito" (Entrevistado No 4)

Creencias basadas en el tendero

Considerar al tendero como alguien familiar:

"Si, Lo conocen a uno desde niño, entonces ya el trato es más familiar." (Entrevistado No 2 William Artunduaga)

El tendero sabe todo lo que pasa en el barrio, es decir este por la afinidad y la estrecha relación, con las personas que frecuentan la tienda vive informado de lo que pasa en su alrededor:

- *"Eso si se pone a guarichar uno ahí, que el que está bueno, que la vecina que mire que esa vieja como anda, siempre el tendero es el que más guarichea de todo Sabe dónde vive fulanita" (Entrevistado No3 Judith Ramírez)*

El tendero es una buena persona:

"Claro que sí, pues yo soy fiel a esa tienda, primero porque el hombre tiene buena relación conmigo" (Entrevistado No7 Orlando Ramos)

Creencias basadas en el barrio

En un barrio hay hasta dos tiendas en cada cuadra:

- "Sí claro, eso hay hartísimas, casi en cada esquina hay una." (Entrevistado No 6 Mariana Chavarro)

Costumbres. Son el conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una sociedad o persona, son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que hacen parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia.

Aquí se puede analizar que las afirmaciones de los entrevistados permiten ver las costumbres desde dos perspectivas: una es desde el punto de vista del aprovisionamiento (donde se asiste a la tienda porque desde pequeño se le estímulo que en la tienda encuentra lo que se necesita) y, la otra es la relacional, la cual tiene que ver con ese hábito de compartir con otras personas o vecinos. Por lo anterior la tienda ya no es ajena a ninguno de los miembros de la familia y hace parte de ellos y es vista no solo como el lugar donde se puede comprar las cosas del diario vivir, la papelería, las galguerías, sino también como n lugar donde se puede compartir e interactuar con los vecinos, amigos y conocidos. Figura 4.

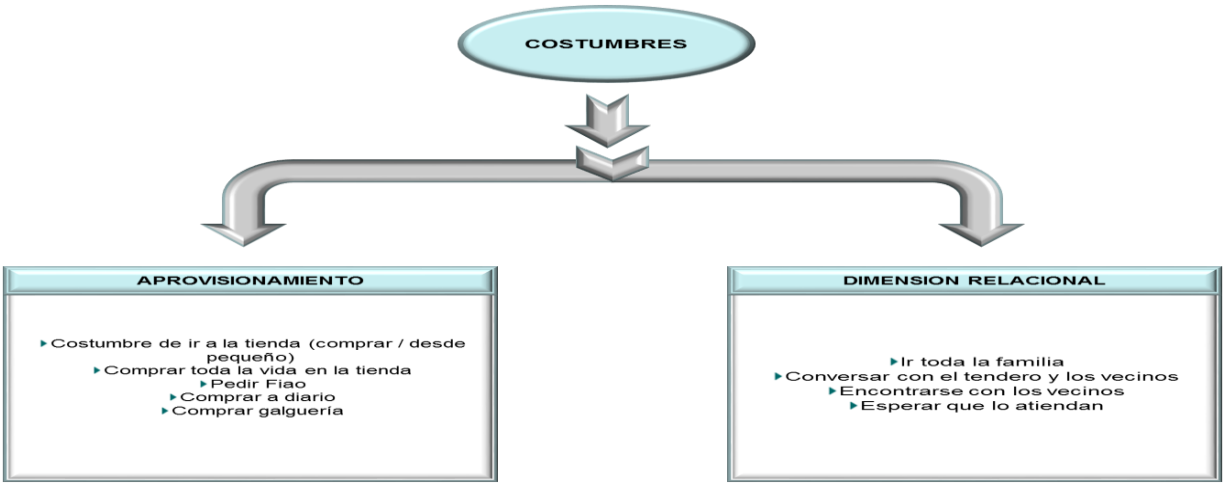


Figura 4 Perspectivas de las Costumbres tomada de Paramo 2009 y modifica por los autores.

Costumbre de ir a la tienda desde pequeño. Esta dada por la obediencia que se tiene por los padres quienes desde pequeños envían a sus hijos a realizar diversos mandados a la tienda del barrio.

- *"Si cuando yo era pequeño mi mamá me mandaba a las tiendas"(Entrevistado No 7 Orlando Ramos)*

Expresiones como visitar la tienda por "galguerías" es una manifestación de estos niveles de construcción de significados que la comunidad ha aceptado, promovido y defendido:

"Que galguerías que se antojó de un bocadillo, de eso, si se frecuenta"

Tradición. Esta es vista como un legado que se ha dejado de generación en generación, es ahí donde se puede apreciar como el concepto de tienda aparece desde muchos años atrás y se ha venido consolidando como un negocio sostenible que además contribuye a la tradición de cada sociedad y que son el epicentro de las compras de las familias sin importar las distinciones sociales, por lo tanto no es extraño ver cómo estas, están presentes en todos los barrio y se pueden encontrar dos o tres a muy pocos pasos la una de la otra.

CONCLUSIONES

Culturalmente estas relaciones han estado influidas por valores, creencias costumbres y tradiciones propias de los florencianos entre los valores culturales se destacan en orden de importancia: fidelidad, confianza, familiaridad, buen servicio, amistad, reconocimiento, respeto, comodidad y amabilidad. Las creencias encontradas fueron clasificadas alrededor de la tienda el tendero y del barrio; de igual manera como se ha hallado en los trabajos de (Paramo 2009). Las creencias respecto al tendero fueron: "considerar al tendero como alguien familiar", "el tendero sabe todo lo que pasa en el barrio", "el tendero es un buena persona". En cuanto a la tienda las creencias fueron: "en la tienda encuentro de todo y rápido", "en la tienda encuentro productos frescos", "en la tienda los precios son más altos". Respecto al barrio la única creencia encontrada fue: "en un barrio hay hasta dos tiendas en cada cuadra.

La tienda tradicional florenciana es un espacio de reforzamiento cultural del consumidor, quienes deciden visitarla ya sea para aprovisionarse de los productos que allí se expenden o para fortalecer los vínculos personales y sociales entre consumidores y tenderos; es una práctica cultural que buena parte

de los miembros de un barrio repiten sin razonamiento lógico alguno, solo por la tradición, que se ha adquirido desde niño en el hogar, de visitar la tienda todos los días así sea para adquirir artículos básicos como las arepas, los huevos o simplemente para tomar una gaseosa.

Es de resaltar que la relación consumidor y tienda, ha tomado una nueva perspectiva, dejando a un lado solo el carácter económico, es decir el negocio que se abre con el ánimo de obtener una ganancia, el cual se ha sostenido por años y ha pasado a estructurarse en una relación de familiaridad y amistad haciendo que la confianza se afiance cada día más y se refleje en una colaboración mutua, mostrando con esto las dos funciones que se le han asignado: una en términos comerciales y otra en los aspectos sociales, los cuales se vuelven factores indispensables de éxito para este tipo de negocio pues si se quiere sostener desde el punto de vista comercial debe fortalecer y estrechar la relación con sus consumidores de tal forma que este si sienta como un amigo más al cual se le debe fidelidad.

REFERENCIAS.

Alwitt, L., Donley, Th. (1997). Retail stores in poor urban neighborhoods. The Journal of Consumer Affaires. Vol. 31. 1.

Chubg, Ch., Myers, S. (1999) Do te poor pay more for food? An analysis of grocery store availability and food price disparities. The Journal of Consumer Affairs. Vol. 33. 2.

Globokar, T. (1990) "L'entreprise polonaise face à l'entreprise française. Etude comparative de gestion". Travaux sociologiques du LSCI. CNRS-IRESCO. Vol.19,

Guber, Rosana (2001). "La etnografía. Método, campo y reflexividad. Editorial Norma. Colombia.

López, H. y Salas, H. (2009). Investigación cualitativa en administración. Recuperado el 20 de 03 de 2017, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2009000200004.

Páramo, Dagoberto (2005). Ethnomarketing, the cultural dimension of marketing. Revista Pensamiento & Gestión No. 18. División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte. Barranquilla.

Páramo, Dagoberto; Acevedo, Christian. (2005). "Valores culturales, creencias y orientación temporal de los consumidores de la tienda barranquillera". Ponencia. Encuentro Nacional de Investigadores en Administración. ASCOLFA. Noviembre. Cali.

Páramo, Dagoberto (2009). Le commerce traditionnel colombien: un espace de renforcement culturel pour le consommateur. These de doctorate. HEC. Université de Genève.

Pinilla, Olga; González, Gisella (2004). "Estudio comparativo de las características del merchandising aplicado la tienda tradicional de Barranquilla en estratos 2 y 5". Trabajo de Grado Especialización en Gerencia de empresas comerciales. División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte.

Ramírez, Ofelia; Pachón, Ana (2004). “Una forma para entender la ciudad. Relaciones sociales y prácticas culturales en tres escenarios de mercado”. Editorial Universidad Surcolombiana.

Rojas, Diana; Rivas, Porfirio; Rojas, Zabrina (2004). “Diagnóstico del sector comercio en Colombia y la situación de los trabajadores”. Uniaméricas. Bogotá.

IDENTIDAD, ROL Y POSICIÓN DE COLOMBIA EN EL ESCENARIO LATINOAMERICANO: FORTALEZA Y DEBILIDADES DE LA POLÍTICA EXTERIOR PARA UNA PROYECCIÓN REGIONAL

Paula Sofía Pedraza Rozo[132]

INTRODUCCIÓN

La configuración del orden regional latinoamericano ha sido uno de los principales focos de atención en la última década, no solo por las distintas características que poseen los estados mismos, sino por el surgimiento de actores que han empezada a modificar la región. Se podría decir que países como Brasil y México han tenido gran protagonismo en América Latina, no solamente por ser países con amplios territorios y gran proyección internacional, sino por las dinámicas y relaciones que mantienen con la región. Es así que se ve a México como aliado clave en Centroamérica y a Brasil en Suramérica. Sin embargo, la distinción entre ambos países surge por la proyección en cuanto a política exterior de ambos gobiernos; casos como la desconfianza constante que tienen los países suramericanos frente a Brasil y su inserción en el atlántico (Pastrana y Vera, 2013), diferenciándose de México el cual ha buscado ser actor clave en las relaciones centroamericanas y caribeñas a partir de su economía, población y liderazgo secundario en relación con Estados Unidos y el TLCAN (Torres del Sel, 2013).

Autores como Varas (2008) resaltan el vacío y falta de participación por parte de Estados Unidos en la región latinoamericana debido a el surgimiento de nuevas agendas y situaciones internacionales que han mantenido al país del norte alejado de sus vecinos del sur. Por tal motivo, países como Brasil surgen en el contexto regional para ocupar ese lugar vacío y establecerse como país hegemón en América Latina. Además de detener influencias norteamericanas creando acciones multilaterales de contención que permitan el surgimiento de la región latinoamericana sin la necesidad de una intervención estadounidense, hablándose de la oportunidad de una gobernanza autónoma (Legler, 2011).

[132] Estudiante de Relaciones Internacionales y semillerista de la Universidad de San Buenaventura, Bogotá. Correo electrónico: sofip_0594@hotmail.com

Como resultado de estas nuevas dinámicas en la región, países como Brasil y Colombia han empezado a reintegrarse y surgir en el orden regional para mantenerlo equilibrado y constante, enfocándose en la proyección internacional en búsqueda de una participación enfocada en otras regiones (Ardila, 2012). En el caso de Colombia, la participación en la arena internacional se ha caracterizado por ser poco constante, invisible y casi nula, excluyéndose de integrarse en este contexto debido a su conflicto interno el cual se ha venido manejando hace más de media década, además de las constantes transformaciones sociales y económicas que han caracterizado a la historia del país. Se debe tener en cuenta la influencia de factores internos como el narcotráfico, la época de la violencia y los constantes cambios en el liderazgo y manejo de la Política Exterior que ha tenido Colombia en el transcurso de los años para ver su distanciamiento en la región.

Para la primera década del siglo XXI, Colombia enfrentó una posición de aislamiento del escenario regional que se acentuó dado que se percibía a Colombia "con una enorme desconfianza no sólo en la "nueva izquierda" sino en el mismo establecimiento de Estados Unidos" (Ardila, 2011, p. 102). Colombia se caracteriza por sus múltiples pertenencias debido a su ubicación estratégica en América Latina, andino, atlántico, caribe, amazónico, ecuatorial, de la cuenca del Pacífico, occidental, del sur del planeta, de la Orinoquia, americano, latinoamericano, suramericano, iberoamericano y mesoamericano (Carvajal, 2012). Caracterizada por ser una potencia regional secundaria que lo hace uno de los actores fundamentales en la composición del orden regional, Colombia ha buscado desarrollar una política multilateral participando en distintos escenarios y organizaciones como la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), la Alianza del Pacifico y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y del Caribe (CELAC), entre otros.

Así, dada la transición en la política exterior colombiana y su categorización en cuanto a potencia regional segundaria, la presente investigación toma como referencia conceptos teóricos del constructivismo (autoimagen, identidad, rol y posición) para percibir el papel de la política exterior colombiana en el orden regional latinoamericano. Las diferentes percepciones que tienen los países de sí mismo y de los demás es lo que abarca la actual arena internacional, además de configurar el sistema dependiendo de la imagen y estructura social de cada uno de los Estados. Se plantea como pregunta de investigación **¿cuáles son las características estructurales tanto fortalezas como debilidades de la política exterior colombiana a partir de su imagen, identidad, rol y posición en la región latinoamericana?**

La investigación tiene enfoque cualitativo debido a que busca describir las características que posee la región a partir de las distinciones que surgen entre heterogeneidad y fragmentación que distinguen a la región y han demarcado el contexto que vive cada uno de los países de la zona. Además de diferenciar los conceptos de rol, posición e identidad que se le atribuyen a los Estados, estos conceptos son apoyados en la teoría constructivista para llegar a la explicación de la posición de Colombia en su entorno regional.

El método es inductivo ya que a partir de la observación de variables como política exterior e integración regional y se busca llegar a una hipótesis y/o conclusión donde se logre identificar la

participación de Colombia en la configuración de la región de América latina y cuales han sido sus posiciones y el rol que ha ejercido durante la segunda década del siglo XXI.

El diseño metodológico es descriptivo-explicativo dado que se Se tomará como variable independiente la política exterior colombiana durante los años 2010 a 2016 a través de tres categorías de análisis (identidad, rol y posición) para identificar las fortalezas y debilidades de esta política exterior en la región latinoamericana. Como variable dependiente se aborda el impacto y rol de Colombia en la configuración del orden regional

Los instrumentos de recolección de información para esta investigación son fuentes primarias y secundarias como lecturas, fichas bibliográficas y de contenido, proyectos con temas específicos sobre la Política Exterior de Colombia y escenarios regionales además artículos académicos que sirvan como soporte para esta investigación.

POLÍTICA EXTERIOR COLOMBIANA A PARTIR DE SU IDENTIDAD, ROL Y POSICIÓN

Los constantes cambios en el sistema internacional permiten determinar la conducta de los países y así mismo de los nuevos actores emergentes. Casos como las crisis en Oriente Medio debido al surgimiento de grupos terroristas que buscan alterar la paz y el orden de todos los estados; conflictos históricos entre países asiáticos por la disputa de fronteras y mar territorial que han afectado la estabilidad regional, además de las distintas crisis económicas que han atacado Europa, han ido demostrando que cada uno de los países actúa conforme a sus intereses tratando de garantizar su propia seguridad.

Para autores como Ortiz (2017) las decisiones de los mandatarios se encuentran determinadas por los significados que se les asignan a las situaciones e imágenes propias que tienen de ellos mismos. Por lo tanto y para el caso colombiano, su imagen ha estado determinada por factores internos como la lucha contra el narcotráfico, la búsqueda de la paz, además de las doctrinas de política exterior que han caracterizado sus relaciones internacionales y que en ocasiones ha desconocido su posición de país estratégico en América latina, limitándose a ser aliado fundamental de los Estados Unidos en la región.

Sin embargo, la situación actual se ha visto determinada por ser uno de los países prometedores en el siglo XXI adquiriéndose el título de potencia regional secundaria. Autores como Ardila (2012) resaltan el papel de las potencias secundarias en el sistema internacional, debido a que son naciones caracterizadas por el uso del poder blando *soft power* buscando crear nuevas alianzas a través de sus valores propios, manteniendo su papel de mediadores además de crear un equilibrio de poder entre potencias regionales y la región; es así, explica la autora, que Colombia se ha convertido no solo en potencia regional secundaria sino en país estabilizador del poder regional crenado alianzas con países iguales como Chile y Perú en contraposición con Brasil.

La imagen de los Estados es definida según Kiselev y Smirnova (2004) como el conocimiento sobre sí mismos y sobre su situación en el Sistema Internacional; es decir, todas aquellas características que reconozca el Estado que son parte inherente de él. Según Kiseley y Smirnova (2004), la imagen se complementa con el papel de la autoimagen, es decir todas aquellas imágenes propias que los estados

tienen de sí mismos y que ellos mismos construyen al transcurrir los años. Gran parte de esta autoimagen es construida por medio de la percepción que se tiene de que los países son actores sociales que interactúan entre ellos con un objetivo y un fin. Muchas veces esta autoimagen es creada por las esferas de influencia que rodean a los estados.

Para Colombia la búsqueda de participación en la configuración del orden regional ha estado determinada por factores internos y externos, así como por las debilidades estructurales en materia de política exterior. Según Drekonja (2011) la participación de Colombia a través de su política exterior en el ordenamiento regional ha sido limitado, debido a que todo el siglo XIX e inicios del XX se caracterizó por ser un país orientada hacia el norte *respice polum*, dado que su política exterior e intereses nacionales beneficiaban a su socio preciado, Estados Unidos, el cual a través de Colombia buscaba expandir su zona de influencia no solo en el Caribe con la independencia de Panamá, sino en Suramérica con la ayuda de Colombia. Para inicios del XXI, la política exterior colombiana caracterizada por su orientación hacia el norte, había empezado a verse modificada, no solo por diversificación de intereses entre ambos países, sino por el interés de Colombia de establecerse como potencia regional tanto en el Caribe como al sur del continente. Este cambio de política exterior se vio reflejado en la entrada de Colombia a los Países No Alineados y la creación del grupo de Contadora con México y Venezuela, a partir de la búsqueda de la paz en Centroamérica estableciendo la doctrina *Respice Similia*.

Casos como las doctrinas antes mencionadas que han caracterizado a Colombia durante los siglos XIX y XXI han determinado su autoimagen, identidad, rol y posición en el escenario latinoamericano. Por lo que se podría determinar que la imagen y la autoimagen de los Estados influyen en su política exterior haciendo referencia en las relaciones y vínculos que se crean a partir del orden regional. Además, según Holsti (1962) la imagen nacional de cada estado está compuesta por el sistema de creencias y las percepciones de otras naciones, lo que va determinado la posición, identidad y rol que puede llegar a tener el país en un presente y futuro cercano.

IDENTIDAD

El concepto se identidad hace referencia a la continuidad entre el liderazgo político y las esferas de influencia según Kiselev y Smirnova (2004). Esta continuidad entre liderazgo e influencia permite crear la identidad propia del país, sus características distintivas en el marco de política exterior como de política interna y las diferencias con otros estados. Para Colombia la influencia de cada uno de los presidentes y líderes políticos ha generado diferentes concepciones de lo que es la identidad del país, es el caso y se resalta que la política exterior colombiana, es de gobierno y no de estado. Autores como Drekonja (2011) resaltan a Colombia a inicios del siglo XIX, como un país rezagado de Sur América ya sea por hechos históricos, como su guerra civil y la perdida de Panamá, además de buscar ser un país aislado por sus vecinos dada la desconfianza que en ciertos periodos generaba su cercanía a los Estados Unidos y su modelo de política exterior de acoplamiento (Tokatlian, 2012).

Dada su posición de asilamiento del escenario regional sufrida durante varias etapas históricas, Colombia ha buscado posicionarse como potencia regional, empezando a restablecer sus vínculos y

relaciones con sus vecinos cercanos ya fuese Venezuela, Perú o México, debido a que los veía como países transversales en su política exterior enmarcados en el artículo 9 de su constitución política.

> Las relaciones exteriores del Estado se fundamentan en la soberanía nacional, en el respeto a la autodeterminación de los pueblos y en el reconocimiento de los principios del derecho internacional aceptados por Colombia. De igual manera, la política exterior de Colombia se orientará hacia la integración latinoamericana y del Caribe (Constitución Política de Colombia, 1991, pp. 2)

Según Pastrana y Vera (2013) la política exterior colombiana en sus rasgos estructurales ha venido transformándose desde el año 2010 con el cambio de gobierno, en donde la transición del gobierno de Álvaro Uribe a Juan Manuel Santos se mantuvo constante en algunos aspectos. Haciendo referencia a los tres pilares de política exterior creados en el gobierno de Uribe y sucedidos por el gobierno de Santos, 1. la internacionalización de la economía, 2. la diversificación en las exportaciones y 3. el incremento de la inversión, siendo los únicos rasgos estructurales continuos en ambos gobiernos. Sin embargo y como resalta Holsti (1977) las percepciones de las elites son las que constituyen la política exterior del país, por lo tanto y a pesar de que se mantuvieron los 3 pilares, su composición y percepción son diferentes.

En el caso de Uribe, la gran mayoría de sus elites y sector empresarial buscaban mantener las alianzas con Estados Unidos dado que era un vínculo seguro para las exportaciones y la lucha contra el conflicto armado, además de impulsar un aislamiento regional dada la cercanía al vecino del norte por medio de las políticas antiterroristas que señalaban ambos mandatarios (Uribe y Bush). Para Pastrana y Vera (2013) este bilateralismo se complementaba con la mirada hacia adentro por parte del gobierno, en donde su política exterior estaba fuertemente influenciada por sus políticas nacionales, ambos autores lo denominan "parroquialismo" haciendo referencia a un gobierno preocupado en busca de solucionar el narcotráfico, la inseguridad y el conflicto por medio de políticas de seguridad como la Política Integral de Seguridad y Defensa para la Prosperidad (PISDP) y un amplio apoyo financiero de países como Estados Unidos que buscan mantener su rol de potencia en el mundo a través de un enemigo y un fin en común el terrorismo y la seguridad para todos, encontrando a Colombia como principal aliado.

Sin embargo y para el cambio de gobierno, la proyección y lineamientos de política exterior están impulsados por la diversidad geográfica, en donde, el Presidente Santos busca crear que Colombia tenga un rol internacional. Los lineamientos de política exterior para ambos periodos (2010 – 2014, 2014 - 2018) siguen teniendo como base los tres pilares planteados por Uribe mencionados anteriormente, por el contrario, el presidente Santos decidió ampliar su margen de acción a través de nueve lineamientos que le permiten tener un actuar más amplio en lo que se refiere a Colombia en la agenda internacional: 1. energía, 2. educación, 3. telecomunicaciones y tecnologías de la información, 4. innovación, 5. ciencia y tecnología, 6. biodiversidad y cambio climático, 7. desarrollo agrícola, 8. infraestructura y 9. comercio e inversión (Pastrana y Vera, 2013).

Se deben entender las doctrinas de política exterior aplicadas por los presidentes colombianos desde los años 1900, debido a que la participación de Colombia en la configuración del orden regional

por medio de su política exterior ha sido limitada, ya que a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX se caracterizó por ser un país con miras hacia el norte, más conocido como *respice polum*. Esto quiere decir que su política exterior e intereses nacionales beneficiaban a un solo país, Estados Unidos, el cual por medio de Colombia buscaba recrear su zona de influencia, con miras no solo en el Caribe con la independencia de Panamá, sino en Suramérica con la ayuda de Colombia. A mediados del siglo XX e inicios del XXI, la política exterior colombiana impulsada por la estrella del norte, había empezado a modificarse, no solo por los intereses cambiantes entre ambos países, sino por el interés de Colombia de tener un rol e influencia tanto en el Caribe como al sur del continente. Esta transición en la política exterior se vio reflejado en la creación y entrada de Colombia al grupo de Contadora con México y Venezuela, a partir de la búsqueda de la paz en Centroamérica estableciendo la doctrina *Respice Similia* (Drekonja, 2011).

En consecuencia, la identidad de Colombia en cuanto a su política exterior refleja una política de gobierno y no de estado, debido a que no ha existido una consecución en cuanto a la proyección del país en la región y en donde cada gobierno al llegar al poder determinar el accionar de sus políticas en favor de sus intereses y la variabilidad de las esferas de influencia que posea la persona que llegue al poder, determinando las distintas identidades que ha tenido Colombia en el trascurso de los años. Así mismo, la identidad de un estado afecta la construcción de sus intereses tanto nacionales como en política exterior, lo que permite que el país cree interacciones con otros estados en la búsqueda de una identidad estatal, haciendo referencia a la variabilidad en identidades que poseen las naciones gracias a la variabilidad en sus mandatarios (Hopf, 2002)

ROL

Segun Kiselev y Smirnova (2004) el rol es el papel o imagen situacional que tienen los estados, los cuales buscan crear o tener un liderazgo político en un espacio y tiempo particulares relacionándose con la concepción de que los estados son actores sociales. Es decir, cada nación tiene un objetivo y un fin propio frente a su política exterior y por lo tanto las acciones generadas por los estados son los medios para crear su rol o papel internacional. Para el caso colombiano este rol se ha visto modificado al mismo tiempo que se ha cambiado de gobierno y por lo mismo de política exterior.

Iniciando el siglo XXI, Colombia y su conflicto interno han sido reconocidos por las distintas masacres, violaciones de Derechos Humanos (DD. HH), crímenes de lesa humanidad, maltrato infantil entre otros. Además de ser un país en vías de desarrollo donde su principal producto es el café y el banano. Sin embargo y al suceder el 11 de septiembre, el papel de Colombia a nivel regional y a nivel internacional empezó a cambiar; aspectos como la subida al poder de Álvaro Uribe, el cual enfoco su política exterior y como se ha mencionado anteriormente en una extensión de la política nacional hacia el exterior.

Según Dallanegra (2012) el conflicto armado interno catapulto a Colombia como país influenciado por las políticas norteamericanas de George Bush de lucha contra el terrorismo. Se podría decir que el rol creado por Colombia de los años 2002 – 2010 a nivel regional como a nivel internacional fue el de la promoción de la seguridad democrática en todo el territorio nacional, en donde se creó un

fuerte aislamiento político por parte del país latinoamericano. Se resaltan los roces fronterizos con países como Venezuela y Ecuador por la violación de soberanía en territorio ecuatoriano por tropas colombianas y la alineación del presidente Hugo Chaves con la guerrilla de las FARC.

Sin embargo, el papel de Colombia en la región se fue deteriorando, no solo por la desconfianza regional sino por la denominada securitización, la cual influencio a la reubicación de tropas y bases norteamericanas en Colombia. Para Cardona (2011) la perspectiva teórica del mundo influye en la política exterior de los países y para esta investigación en el rol de los mimos; es así que para el gobierno del presidente Uribe, el mundo tenía un enfoque neorrealista, en el cual las amenazas a la seguridad eran inevitables y cada país debía sobrevivir en pro de sus propios intereses en un sistema de anarquía internacional. Determinando así y según el autor, los conflictos serian algo impredecible y que la seguridad nacional eran el único objetivo y fin para los estados.

Es por esto que el rol de Colombia a nivel regional al finalizar el gobierno de Uribe para el año 2010 se encontraba aislado de Latinoamérica, en donde su política de seguridad democracita y desconfianza mundial mantenían prevenido a los países vecinos, ya que se podría ocasionar un conflicto regional. Por el contrario, con la llegada de Juan Manuel Santos al gobierno colombiano, el papel del país empezó a transformase, ya que se buscó impulsar el multilateralismo en pro de crear un rol de Colombia en la región además de ampliar los vínculos políticos y comerciales que incrementaran la economía y mejoraran la imagen del país a nivel internacional.

Para Dallanegra (2012) la política exterior de Santos ha sido impulsada por las diferencias ideológicas de cada uno de los países, ya que, a partir de estas distinciones entre las naciones puede existir una cooperación recíproca y un respeto mutuo. Además de ampliar el campo de visión de Colombia, es decir, no limitarse a un margen de acción Colombia – Estados Unidos sino Colombia – países del mundo. Esta visión es recalcada por el autor en cuanto al aumento en los acuerdos de cooperación e integración firmados por Colombia, 16 en total, los cuales tienen temáticas de infraestructura, mejora en carreteras y oleoductos, comercio, creación de empresas, turismo, lucha antinarcóticos y desarrollo fronterizo garantizándole a Colombia un rol activo en la región.

En relación a la perspectiva teórica planteada por Cardona (2011), el neoliberalismo ha sido el enfoque a nivel mundial, en donde la cooperación con otras naciones es el pilar de las políticas exteriores actuales. Primando el comercio, el libre mercado y la lucha por los intereses en común sobre los intereses propios, se debe tener en cuenta el ideal multilateralista expresado por el gobierno Santos en pro de crearle a Colombia un rol a nivel regional por medio de alianzas con países con intereses y políticas exteriores semejantes. Casos como la creación de la Alianza del Pacífico con Perú, México y Chile o los tratados con la Unión Europea y Corea del Sur, que han permitido el acercamiento de Colombia a mercados lejanos impulsando grandes vínculos a nivel regional e internacional.

Se debe resaltar que en un "vecindario fragmentado" como lo es la región latinoamericana existen múltiples escenarios de integración que han permitido proyectar a Colombia como potencia regional secundaria; sin embargo, esta distinción se vino a dar con Juan Manuel Santos en el poder, ya que al llegar a la Casa de Nariño busco nuevas alternativas de integración a través de asociaciones con países

semejantes en el marco de la cooperación sur-sur. Es así que en el sistema internacional los estados en especial las potencias regionales pueden definir y perseguir intereses distintos, sin embargo, para mantener el orden en las regiones surgen las potencias secundarias que limitan el poder de la potencia permitiendo crear un equilibrio y según Pastrana y Vera (2013) creando un freno a las políticas exteriores de las potencias en cada región. Es así como Colombia ha ido creando su rol de actor activo a nivel regional por medio de su crecimiento económico, sus impulsos en la mejora de infraestructura y en el campo del desarrollo humano y sostenible, que han permitido crear un rol de potencia regional secundaria brindándole mayor seguridad a la región y a los nuevos socios del país.

POSICIÓN

Como tercer factor la posición de un país, es aquella valoración que los demás países hacen frente a los otros teniendo en cuenta la concepción propia, esta posición se complementa con el papel o imagen situacional que Kiseley y Smirnova (2004) denominan el rol de un Estado frente a las conductas internacionales explicado anteriormente. En el caso colombiano, el país cuenta con una multiplicidad geográfica empezando por los Andes, Centro América y el Caribe, la Amazonía, el Atlántico y el Pacifico, Suramérica y Latinoamérica entre otros (Carvajal, 2012).

A causa de esta multiplicidad geográfica se ha convertido a Colombia en un corredor y vinculo estratégico entre el norte y el sur, determinando su posición en los escenarios multilaterales. Países a través de la historia han visto a Colombia como actor fundamental para la entrada en América del Sur, casos como Estados Unidos y su ayuda en el Plan Colombia, el cual, en vez de acercar a país del norte con Suramérica, aisló su inserción en la región y limito el poder de acción de Colombia. Al mismo tiempo, autores como Ortiz (2017) recalcan que el acercamiento con Estados Unidos y la posición geográfica de Colombia han limitado su inserción a nivel regional, ya que ha generado una posición geopolítica dual, en donde se ha restringido crear una visión en conjunto de lo que es América Latina.

Teniendo en cuenta su rol como potencia regional secundaria, se debe enfocar la posición de Colombia y de su política exterior a nivel regional, ya que su margen de acción y como su título le otorga es su posición fundamental, sin embargo, puede actuar a través de alianzas con otras potencias regionales en busca de un ideal en común (Ardila, 2012). Se podría decir que a nivel regional Colombia está dando sus primeros pasos para recuperar y crear una posición como actor fundamental. Esto se debe a la fuerte transición en el cambio de gobierno, de pasar de ser un país aislado, enfocado en el norte; a un país con política exterior multilateral, impulsador de la cooperación y las nuevas alianzas multitematicas que brindan mayores beneficios para cada una de las naciones.

Cabe señalar que Colombia a partir del gobierno Santos ha mejorado las relaciones con sus vecinos, sin embargo, el enfoque multilateral con fines hacia Europa y el Pacífico ha limitado su accionar en la región. Organizaciones como la Unión de Naciones del Sur (Unasur) o la misma Comunidad de Naciones (CAN) se encuentran obsoletas y se ven como mecanismos de integración fallida (Dallanegra, 2012). Según Ardila (2012) la posición de Colombia en organismos de integración como Unasur ha tenido dos momentos, el primero fue en el gobierno del Presidente Uribe, en el cual el organismo freno muchas de las iniciativas bilaterales propuestas por el mandatario en pro de la inserción de Estados

Unidos a la región, lo que limito la posición de Colombia en el escenario multilateral y a nivel regional. Sin embargo y como segundo momento, la llegada del presidente Santos normalizo las relaciones con la organización y transformo la posición de Colombia en un actor influyente en el escenario, impulsado diversificar las relaciones con otros regionalismos, crear y fortalecer las alianzas regionales, además de impulsar las mejoras en las relaciones bilaterales con Venezuela.

Se resalta que, desde el cambio de gobierno en el año 2010, Colombia ha incrementado su participación a nivel regional gracias a sus iniciativas en favor de la economía latinoamericana, debido a las crisis financieras vividas entre 2008 y 2012, que afectarían la revaluación de las monedas en la región. Casos como el Consejo Suramericano de Economía y Finanzas el cual se encuentra constituido por los ministros de hacienda y los presidentes de los bancos centrales, dio como resultado la creación de medidas de cooperación en pro del uso de las monedas y las reservas internacionales (Ardila, 2012).

Es necesario recalcar que la concepción propia de Colombia ha sido punto fundamental en la valoración que tienen los países de la región, ya que, la búsqueda de la paz y el fortalecimiento de la seguridad, han promocionado a Colombia como un país líder en el ámbito de seguridad. Ya que, a partir del conflicto interno, las fuerzas armadas han ganado experiencia en la lucha contra el narcotráfico, el crimen organizado y la seguridad de los ciudadanos, es por esto que países de la región han buscado la cooperación en temas de seguridad regional para capacitar a sus fuerzas armadas en pro de una lucha regional (Cardona, 2011). Es decir, que un aspecto fundamental como la búsqueda de la paz por parte de gobierno a través de los lineamientos de política exterior han permitido crear una posición en temas de seguridad por parte de Colombia a nivel regional. Además del desarrollo en el campo de integración energética por medio de los biocombustibles y la propuesta de crear un gaseoducto que conecte Venezuela, Colombia y Panamá permitiendo una futura reducción de costos en el transporte del gas y la gasolina (Ardila, 2012).

Se podría decir que la búsqueda en la mejora del posicionamiento de Colombia a nivel regional se ha caracterizado por lineamiento y políticas internas que han ejercido un fuerte impulso en la valoración de los vecinos frente a Colombia. Casos como el reconocimiento como potencia regional secundaria, el catalogar a Colombia como país CIVETS, agrupándolo con economías emergentes de diferentes regiones que proyectan un desarrollo con miras a convertirse en una economía fuerte y estable, además de manejar un poder blando influenciado por la democracia, la legitimidad y la confianza, permitiendo que Colombia y su participación en el orden regional sea equilibrada tratando de no alterar la estructura regional.

De manera que la posición de Colombia en la región latinoamericana ha ido mejorando en los últimos seis años gracias a los pequeños acercamientos favorables con sus vecinos, no solo en aspectos comerciales y económicos, sino en el marco ambiental, de seguridad, infraestructura, mejoras sociales entre otros. Sin embargo, la falta de proyección en la región ha venido limitando la valoración de los países vecinos. Generando una baja estructura en el orden regional debido a que no se ha enfocado en políticas comunitarias y multilaterales que favorezcan a la región por medio de actores como Colombia y Chile que han venido ganando un reconocimiento a nivel internacional tanto por su estabilidad como por la búsqueda de la paz.

Se analizaron las dos grandes doctrinas de política exterior que ha tenido Colombia en el transcurso de su historia, el *réspice polum* y el *réspice similia*, las cuales han permitido configurar la imagen y la identidad de Colombia en la región latinoamericana. Sin embargo y como resalta Dallanegra (2012) la aplicación de las doctrinas es una debilidad en política exterior ya que su formulación y aplicación no depende de ciertos partidos políticos, sino del mandatario y el gobierno de turno, es decir que, al cambio de presidente, cambio de doctrina.

Por consiguiente, la mayoría de los países de la región latinoamericana especialmente Colombia han buscado mantener relaciones con las potencias hegemónicas, Estados Unidos, México o Brasil para garantizar un aliado y socio estratégico seguro. Sin embargo, los estados latinoamericanos no han optado por impulsar su propio papel en la región, ya sea en la mejora de su inserción internacional como lo ha venido haciendo Chile o resolviendo los problemas de desarrollo interno que viene haciendo Colombia.

Pero es así como se vislumbra una fortaleza en la política exterior colombiana, donde se tiene como objetivo mantener los vínculos con el país del norte, sin embargo, y una de las ventajas resultantes del cambio de gobierno Uribe - Santos fue ampliar los vínculos relacionales con sus países vecinos a partir de la diversidad en la agenda y la proyección de Colombia como actor en la configuración del orden regional. Determinando el uso de ambas doctrinas para la proyección regional, ya que sus vínculos con Estados Unidos se mantienen, pero la política exterior colombiana se expande a través del multilateralismo y el mirar a países con características similares.

Complementando la diversificación de las relaciones colombianas, la proyección de Colombia como actor fundamental en la región ha sido una de las más grandes fortalezas en el periodo 2010 – 2016. Esta proyección fue planteada por Juan Manuel Santos en su discurso de posesión el 8 de julio de 2010, resaltando ampliar la presencia de Colombia en organismos multilaterales y mejorar las relaciones bilaterales, para así recuperar el liderazgo en la región (Semana, 2010), creando una política exterior colombiana apoyada en el rol, la posición y la identidad.

Reflexiones finales

La proyección de la política exterior y el papel de Colombia a nivel regional se ha ido complementando con sus múltiples pertenencias geográficas y las relaciones con sus vecinos, resaltando que el país suramericano ha dado gran importancia a sus relaciones frente Asia y más como punto fundamental para el crecimiento del país. Colombia es un país adaptativo a cada uno de los escenarios dependiendo de los intereses nacionales sin tener en cuenta una política con proyección enfocándose en el orden regional latinoamericano siendo reconocido como actor regional activo y dinámico en la integración regional.

A partir de los conceptos de identidad, rol y posición se ha podido demostrar cual ha sido la participación de Colombia en el escenario latinoamericano por medio de sus características estructurales en cuanto a su política exterior, sus intereses nacionales y la proyección del país a nivel regional e internacional. Se debe tener en cuenta el cambio de gobierno y la transición en política exterior que esto

implico, ya que en el gobierno de Uribe la securitización era el tema en boca todos los días. Resaltando la relación inquebrantable entre intereses nacionales y política exterior, creando una posición de Colombia como país aislado en la región. Sin embargo y como se observa en la actualidad, con Juan Manuel Santos el papel de Colombia a nivel regional ha ido transformándose, pasando se der un país conflictivo y en pro de la lucha contra el terrorismo, a ser un país enfocado en la cooperación multilateral y en busca de un interés común, crear una región latinoamericana estable y equilibrada que le permita proyectarse a nivel internacional.

Es así, que la proyección regional es uno de los puntos clave en la política exterior colombiana partiendo desde su identidad, rol y posición como potencia regional secundaria, aplicando el multilateralismo y creando alianzas con países similares. Para Colombia este nuevo escenario de estabilidad impulsará en un futuro su carrera internacional dada su capacidad de negociación y proyección internacional, favoreciendo no solamente a sus habitantes sino a la región como un todo, ya que influirá en la imagen que tienen todos los estados de América Latina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ardila, M. (2011). Prioridades e instrumentos de la inserción internacional de Colombia. En Cardona, D. Colombia: una política exterior en transición. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung en Colombia (Fescol)

Ardila, M. (2012). Potencia regional secundaria en definición: Colombia entre Sur y Centroamérica. *Papel Político*, *17*(1), 293-319.

Briceño, J. (2013). Ejes y modelos en la etapa actual de la integración económica regional en América Latina. Revista de Estudios Internacionales ,175, pp. 9-39. Instituto de Estudios Internacionales, Universidad de Chile.

Cardona, D. (2011). ¿Puede tener Colombia una estrategia de política exterior? En Colombia: Una política exterior en transición, 1, pp. XV. Fundación Friedrich Ebert en Colombia (Fescol): Bogotá

Cardona, D. (2011). Seguridad y política exterior en la gran región andina: reflexiones y escenarios. En Colombia: Una política exterior en transición, 1, pp. 3 - 32. Fundación Friedrich Ebert en Colombia (Fescol): Bogotá

Carvajal, L. (2012). Colombia: País Puente en Política Exterior: retos y desafíos. CENTRO DE pensamiento Estrategico, pp.1-17. Bogotá: Ministerio de Relaciones Exteriores

Constitución Política de Colombia. (1991). Constitución Política de Colombia, pp.18. Bogotá: Colombia

Dallanegra, L. (2012). Claves De La política exterior de Colombia. Revista Latinoamerica, 1, pp. 37-73.

Drekonja, D. (2011). Formulando la política exterior de Colombia. En Borda, S. y Ticker, A. (Compiladoras), Relaciones internacionales y política exterior de Colombia (pp. 49-78). Bogotá, Colombia: Ediciones Uniandes

Holsti, O. R. (1962). The belief system and national images: a case study. The Journal of Conflict Resolution, VI (3), 244-252.

Holsti, O. R. (1977). The «operational Code» as an Approach to the Analysis of Belief Systems. Durham: Duke University.

Hopf, T. (2002). Social construction of international politics: identities & foreign policies. Cornell University Press.

Kiselev, I., Smirnova, A. (2004). La dinámica de la autoimagen de los Estados Unidos a través de los discursos públicos. *Psicología Política*, 28, pp. 55-68. Universidad Estatal de Yaroslavl, Rusia.

Legler, T. (2011). De la afirmación de la autonomía a la gobernanza autónoma: el reto de América Latina y el Caribe. *Recuperado de:* https://www.academia.edu/5289170/De_la_afirmaci%C3%B3n_de_la_autonom%C3%ADa_a_la_gobernanza_aut%C3%B3noma_-_el_reto_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe

Ortiz, C. (2017). La Alianza del Pacífico como actor regional: factores de éxito para la cohesión regional hacia la proyección internacional. Desafíos, 29(1), pp.49-77. Doi: http://10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.4885

Pastrana, E. y Vera, D. (2013). *Las relaciones entre Colombia y Brasil en un contexto de regionalización diversificada en Suramérica y de un mundo multipolar emergente.* Revista Papel Político, 18(2), pp. 613-650. Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá

Semana. (julio de 2010). Discurso completo de posesión de Juan Manuel Santos. *Recuperado de :* http://www.semana.com/politica/articulo/discurso-completo-posesion-juan-manuel-santos/120293-3

Tokatlian, J. (2012). *La política exterior de América Latina: ¿Un reordenamiento?* Centro de Pensamiento Estratégico, pp. 3-19. Recuperado de: https://www.yumpu.com/es/document/view/14238201/politica-exterior-un-reordenamiento-de-america-latina

Torres, M. (2013). *Las Políticas regionales de México, Brasil y Venezuela con respecto a la integración de América Latina*. Invenio: Revista de investigación académica, 30, pp. 29-46. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4233848

Torres del Sel, M. (2013). Las políticas regionales de México, Brasil y Venezuela con respecto a la integración de américa latina. Revista Invenio, 16 (30), pp. 29-46

Varas, A. (2008). *Brasil en Sudamérica: de la indiferencia a la hegemonía. Comentario. España, Madrid: Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior* (FRIDE). En línea: http://www.fride.org. Recuperado: 4 de abril de 2011

MECANISMOS DE INSERCIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL CACAO PROVENIENTES DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER A CADENAS GLOBALES DE VALOR

Rafael Jesùs Calles Moreno[133]

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de la internacionalización económica y los continuos procesos de globalización, la dinámica mundial del comercio se encuentra expuesta a cambios trascendentales que perjudican de manera directa a una gran cantidad de actores económicos. La alta competitividad y estructura de países industriales junto a las continuas barreras que se imponen al comercio por parte de estos, producen consecuencias negativas en el resto de agentes económicos; el principal perjudicado es sin lugar a dudas el sector empresarial de los países en vías de desarrollo. En el caso de Colombia, estas tendencias de mayores exigencias globales para mantener la participación industrial a flote no son nada halagadoras. Continúan siendo evidentes las dificultades para generar verdaderos clusters que superen los celos entre las firmas. Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2012). La preocupación dominante en las empresas exportadoras del país radica en la dificultad que supone posicionar sus productos en mercados externos, teniendo en cuenta que no poseen las cualidades idóneas para llevar a cabo procesos de transformación productiva y generación de valor agregado en sus bienes.

Colombia, fundamenta gran cantidad de sus ingresos en la exportación de materias primas, las cuales son abundantes a lo largo y ancho del país. Lopez y Pineda (2013) explican que Colombia posee excelentes condiciones geoestratégicas que le permiten ser una plataforma logística natural para el comercio mundial; buenas condiciones climáticas, amplios recursos naturales y materias primas que permitirían el crecimiento industrial y de servicios para aquellas compañías y gobiernos que deseen invertir. Una de las materias primas con mayor relevancia en el ámbito nacional es el cacao, donde además el departamento de Santander se ubica como el primer productor a nivel nacional con 19.085 toneladas para el año 2014 según las cifras oficiales de Fedecacao (2015). Esto lleva a pensar que el país y el departamento necesitan una herramienta en la cual pueda sacarse el máximo provecho del cacao, ya que el ingreso a procesos productivos de carácter internacional traería como consecuencia mayores exportaciones e ingresos.

Estos sucesos económicos se encuentran definidos bajo el concepto de cadenas globales de valor, explicados según Gereffi, Humphrey y Kaplinski (2001) como “el conjunto de actividades que se

[133] Estudiante de Administración de Negocios Internacionales 3ro Semestre UPB, Investigadora del Grupo de Investigación en Contexto de Administración de Negocios Internacionales –GRICANI-.

requieren para la transformación de un producto, desde la concepción hasta la las diferentes fases de producción, la entrega a los consumidores finales y la disposición final después del uso. Las CGV se desarrollan en múltiples escalas espaciales, por lo que operan en dos o más países". El departamento de Santander cuenta con la materia prima suficiente para posicionarse como el proveedor ideal del cacao, siendo esta la etapa inicial de la cadena global de valor. Los potenciales beneficios de participar en este modelo interdependiente son múltiples. Las cadenas globales de valor, por medio de los eslabonamientos hacia adelante y hacia atrás de la cadena de suministro, amplían la demanda y apoyan al país anfitrión en distintos ámbitos, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2014). De esta manera los productores del departamento podrán recibir la asesoría directa de las multinacionales presentes en la cadena global de valor, con la finalidad de reducir costos y mejorar el proceso productivo. Este hecho reportaría de manera inmediata un aumento superlativo de las exportaciones de cacao hacia empresas multinacionales que, en la mayoría de los casos, necesitan más de un millón de toneladas anuales para satisfacer su demanda.

A pesar de las innumerables ventajas que ofrece pertenecer a una cadena global de valor, el salto de los países de América Latina hacia estos encadenamientos productivos no ha sido el esperado. La región no se ha constituido como un importante proveedor de materias primas, aun cuando las mismas son abundantes en la mayoría de los países del continente. En otras palabras, nos encontramos totalmente aislados de las cadenas globales de valor. Duran y Zaclicever (2013). Si bien es cierto que solo a finales del siglo XX se iniciaron los procesos de apertura económica en Colombia, los continuos cambios generados por la globalización tomaron por sorpresa a un aparato productivo que por el momento no cuenta con las competencias necesarias para generar procesos de carácter internacional. Esta es una de las grandes preocupaciones observadas por los organismos económicos interestatales, los cuales en diversas ocasiones han manifestado la preocupación en cuanto a la indiferencia que presentan ciertos países por integrarse a redes globales de producción. Por lo general, los países latinoamericanos no presentan un gran avance en la participación en cadenas mundiales. Los beneficios de esta limitada participación han sido modestos para el cambio estructural, dado el poco escalamiento, la baja presencia de pymes y el escaso acceso al financiamiento. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2014).

El principal problema radica en el desconocimiento existente por parte de los productores de materias primas, quienes acostumbrados a producir para vender en un mercado local, desconocen las oportunidades que mejorarían de manera inmediata su condición económica. La conformación de una cadena global de valor depende fundamentalmente del modo de organización de la producción mundial, descrita mediante los conceptos de fragmentación productiva. La mayoría de empresas multinacionales ven como una ventaja externalizar actividades de servicio y de manufactura de segundo orden. Stezano (2013). Si bien es cierto que las grandes empresas líderes de las CGV separan los eslabones en diferentes países para reducir costos, por otra parte la necesidad de adquirir ciertos productos esenciales los lleva a este modelo. En el caso específico del cacao las grandes firmas comercializadoras de chocolate siendo este el derivado con mayor volumen de venta, se encuentran ubicadas en Europa o Norteamérica; su lejanía a la línea del ecuador hace imposible la siembra del cacao. De esta manera se encuentran en la necesidad de recurrir a países en su mayoría subdesarrollados, para obtener las materias primas necesarias para su objeto productivo.

Las CGV en los países en desarrollo pueden desempeñar un papel importante en su crecimiento y desarrollo económico. El valor agregado doméstico creado por los países que participan en el comercio internacional puede ser muy significativo en relación al tamaño de sus economías locales. Ferrando (2013). Si bien es cierto que Colombia y específicamente el departamento de Santander no cuenta con una estructura eficaz para la transformación del cacao, pertenecer a un encadenamiento productivo global aseguraría una mejora inmediata en los niveles económicos de sus productores. Además, el apoyo tecnológico y el intercambio de conocimientos por parte de las firmas multinacionales serian el punto de partida para escalar hacia el siguiente eslabón de transformación; al observar que en un país como Colombia la mano de obra es mucho más económica que en los países de primer mundo. Para los países en vías de desarrollo, la fragmentación internacional de la producción ofrece oportunidades de participar en actividades que en el pasado estaban fuera de su alcance. De no existir las redes internacionales de producción, las economías emergentes tendrían que desarrollar procesos completos de producción para convertirse en competidores eficientes en los mercados mundiales. Blyde, Volpe y Molina (2014).

1. FUNDAMENTO TEÓRICO

La presente investigación en curso se cimienta a partir de la teoría de la cadena de valor propuesta por Porter (1985) en la cual señala que "una cadena de valor es una colección de actividades que se realizan para producir, diseñar, comercializar entregar y apoyar un producto". Mediante este modelo teórico puede explicarse de manera detallada los principios que aplican ciertas empresas para ganar competitividad en el mercado, dividiéndose en dos ejes principales las actividades necesarias para añadir valor a un determinado producto. Sin embargo, la globalización se convirtió con el pasar de los años en un fenómeno abrumador que conllevo a redefinir los modelos teóricos, al observar el alto grado de interdependencia existente entre ciertos países. El concepto actualmente utilizado como cadenas globales de valor tiene su origen en la obra de Hopkins y Wallerstein (1977), quienes elaboran la noción de cadenas de mercancías. Dichos autores sostienen que la economía del capital está conformada por una división internacional del trabajo unificada, que puede descomponerse en diferentes cadenas mercantiles que, desde la articulación de diversos procesos productivos, pueden traspasar las fronteras estatales.

Por otra parte, el cambio del termino mercancía a valor fue implementado con la finalidad de diferenciar las mercancías de los productos primarios, donde puedan incorporarse otro tipo de bienes como el caso del sector servicios. Gibbon y Ponte (2005). A raíz de esto nace el concepto de las cadenas globales de valor, donde la internacionalización de los productos está dado por el poder que ejercen determinadas empresas sobre cada eslabón de la cadena, al punto de generar procesos de un mismo producto en diferentes países para obtener mayores beneficios. Gereffi y cols (2001). A partir de este momento el enfoque de los encadenamientos productivos toma un nuevo rumbo, al observar que podían intervenir diferentes países, empresas y regiones en la generación de valor de ciertos productos. Esta división de tareas que busca obtener el mayor aprovechamiento con la menor cantidad de recursos data del siglo XIX, cuando Ricardo (1817) planteó la teoría de la ventaja comparativa, siendo esta una fuente primaria que trasciende en el mundo económico 200 años después. En aquel momento explicó que cada país debía dedicarse a la producción de aquellos bienes o productos en los cuales se reportaran menores costos y mayor eficiencia, sentando así las bases de una integración comercial en donde cada país alcanzara el mayor beneficio posible.

Las cadenas globales de valor tomaron esta teoría como punto de partida para analizar que, a partir de los procesos de internacionalización, se genera la deslocalización de las actividades productivas, con base en las premisas de aprovechamiento de recursos naturales, costos de la mano de obra y la división internacional del trabajo. Posteriormente, Kosacoff, Lopez y Pedrazzoli (2007) plantearon ciertos estándares necesarios para el ingreso de un país a las cadenas globales de valor. Argumentan que para ingresar a procesos productivos integrados desde el ámbito internacional, especialmente aquellos que son gobernados por multinacionales, las regiones deben mantener ventajas para la ubicación de las actividades específicas con las que contribuyen a la cadena; bajos costos laborales, especialización de mano de obra, acceso a recursos y en otros casos las preferencias arancelarias. Al no mantenerse estas potencialidades existe la amenaza de que las actividades sean relocalizadas en otros países que si las ofrezcan, por lo que esta es una de las principales amenazas para los países y las empresas de América Latina.

En esa línea, Pietrobelli y Staritz (2013) sostienen que el enfoque de cadenas de valor debe hacer hincapié en la importancia de la aparición de los actores de empresariales, como estados y organizaciones internacionales, ONG'S, organismos de investigación e instituciones reguladoras. Con el creciente paso e interacción de esos actores desligados de la centralización, el concepto de las cadenas globales de valor parece haber luchado frente al desprestigio de ciertos organismos que sirvieron como soporte en su comienzo. Por lo que ahora se muestra como una nueva herramienta interpretación-acción dentro de la agenda económica internacional. Fernández (2015). En su versión más extrema, la nueva cosmovisión propuesta desde estos centros de pensamiento global considera que la economía mundial ha entrado en una nueva fase dominada por las cadenas globales de valor, teniendo en cuenta la influencia económica que supone traspasar fronteras y generar procesos productivos de alto valor agregado. Esta etapa se caracterizaría por la creciente interconexión entre países, el aumento de la participación de los insumos intermedios en las importaciones mundiales y la especialización, tanto de los países como de las empresas, en determinadas tareas y funciones más que en industrias completamente integradas a nivel doméstico. Dalle, Fossati y Lavopa (2013).

Para que una unidad productiva o empresa actúe bajo el enfoque de cadena de valor, debe considerarse parte activa de una red de empresas y actores que buscan optimizar un bien o servicio, como una estructura que mantiene dinámica permanente por medio de relaciones empresariales, a fin de dar respuesta de manera colectiva y solidaria a una demanda final en un espacio económico de relaciones productivas de bienes y servicios. Esta red generalmente está liderada por una o varias empresas que son las emisoras de las órdenes, que a su vez provienen de las tendencias del mercado y/o los consumidores. Skidmore, Smith y Green (1992). La producción de un bien o servicio requiere de la integración de múltiples actividades que van desde la concepción y diseño hasta la distribución y comercialización final. De manera genérica se pueden mencionar las etapas de diseño, ensamblaje, investigación y desarrollo distribución y comercialización; que se van ampliando y adecuando según las características del producto final o de la industria específica. Estas etapas deben estar articuladas y secuencialmente integradas y es lo que da lugar a las cadenas de valor.

Estos eslabones de la cadena de valor pueden ser desarrollados por una sola firma de una manera integrada; o puede darse por varias firmas independientes que aportan a la cadena un conjunto de actividades y recursos enfocados al bien y es el caso de una industria desverticalizada. Cardona y López (2009). A partir de los procesos de internacionalización, se va generando la deslocalización de las

actividades productivas, con base en las premisas de aprovechamiento de recursos naturales, costos de la mano de obra y la división internacional del trabajo. Dentro del nuevo escenario de la globalización lo común es que las actividades productivas de una cadena sean desarrolladas por unidades productivas geográficamente dispersas ubicadas en diferentes partes del mundo. Esto también exige esquemas complejos de integración. Kosacoff y cols (2007).

2. METODOLOGÍA

La metodología de la presente investigación en curso es de enfoque cualitativo, ya que busca comprender y profundizar los fenómenos, investigándolos desde la perspectiva de los actores participantes en un ambiente natural y en relación directa con el contexto. Hernández y cols (2010). A través de este planteamiento se pretende estudiar el suceso de la internacionalización del cacao evaluando las condiciones reales del sector, sus potencialidades y limitaciones como elemento fundamental de la apuesta productiva del departamento. Esta investigación se desarrolla desde el diseño documental, explicado por Bernal (2010) como una técnica que consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. Para ello, es de suma importancia incorporar a la investigación antecedentes locales, nacionales e internacionales, que jueguen el papel fundamental del estado del arte abordando temas de carácter teórico y empírico. Así pues, se complementan las ideas propuestas en esta investigación y al mismo tiempo es posible contrastarlas con hechos económicos similares que hayan ocurrido con anterioridad.

2.1 OBJETIVOS

Objetivo General: Analizar los mecanismos de inserción de los productos del cacao provenientes del departamento de Santander a cadenas globales de valor.

Objetivos Específicos:

Identificar las características de los aportes y vínculos existentes entre los eslabones que conforman la cadena productiva del sector cacao en el departamento de Santander.

Identificar cadenas globales de valor para productos del sector cacao, mercados y nichos potenciales externos para la internacionalización de productos de la cadena de valor de cacao de Santander.

Analizar las barreras de entrada existentes en los diferentes eslabones de la cadena de valor global dentro del mercado internacional para productos del sector cacao.

Evaluar las condiciones de acceso de productos de la cadena del sector cacao de Santander a las cadenas globales de valor.

Como parte de un macroproyecto integrado por la Universidad Industrial de Santander (UIS), Universidad Santo Tomas (USTA) y la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) se delegaron los objetivos de la investigación hacia cada una de estas instituciones. De esta manera, desarrollaremos el segundo objetivo específico; identificar cadenas globales de valor para productos del sector cacao,

mercados y nichos potenciales externos para la internacionalización de productos de la cadena de valor de cacao de Santander. Para el cumplimiento de dicho objetivo se tendrá como instrumento de recolección de datos la matriz de análisis de contenidos, explicada por Hurtado (1998) como el mecanismo diseñado para extraer información, por lo regular no tan evidente, de distintos documentos o situaciones reales. Dicha matriz proporciona ciertos criterios para reagrupar y sintetizar los indicios de un hecho que permitan descubrir características no observadas en un primer momento.

Hurtado (1998) reafirma que "la matriz de análisis proporciona criterios para reagrupar los indicios de un evento en nuevas sinergias que permiten descubrir en ese evento aspectos inexplorados. Los indicios son detectados directamente por el investigador a partir de la observación de las unidades de estudio". Para ello es indispensable definir ciertas etapas en las cuales se realizará el proceso de observación de la información, alcanzando un orden proporcional a la importancia de la información encontrada. En primer lugar, establecemos que el tema específico a observar son las cadenas globales de valor del cacao; sus integrantes, líderes y partes fundamentales. Partiendo de esto asociamos dicho fenómeno al proceso de inserción del cacao santandereano a las CGV, realizando una sinergia que permita explicar de manera concisa el postulado de esta investigación. En tercer lugar es necesario definir las categorías sobre las cuales se realizará el estudio de esta temática, entendiéndose como los ámbitos sobre los cuales se dictará una posición concreta al término de la investigación. Las categorías estudiadas a conveniencia de la investigación serán: el volumen de producción y venta de las empresas multinacionales, relación comercial con América Latina, inversiones en países en vías de desarrollo y el apoyo a iniciativas de inclusión y sostenibilidad social. De esta manera, se seleccionaran las firmas que luego de la revisión de dichos estándares se adecuen a la realidad del departamento; desde el punto de vista productivo, económico, social e industrial.

2.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación en curso se justifica bajo los principios de pertinencia, relevancia e impacto social, siendo los tres ejes fundamentales en el desarrollo de la investigación según Arias (1999). La pertinencia de la investigación gira en torno al excelente momento que vive el país en cuanto a la producción de cacao, alcanzando el record histórico de 56.785 toneladas en el año 2016. Federación Nacional de Cacaoteros (2017). Esta situación permitiría ingresar a la palestra internacional en el mejor momento del sector cacaotero, con cifras que a pesar de los continuos fenómenos climáticos presentan un ascenso considerable en los últimos años. La relevancia de esta indagación científica se encuentra enmarcada en la inmensa oportunidad que posee el departamento de ingresar a procesos productivos de carácter global, donde no solo aumentarían las exportaciones, sino que la participación dentro de estos encadenamientos ha sido asociada con otros beneficios. Entre ellos el aprendizaje, las transferencias de tecnología, los efectos indirectos del intercambio de conocimientos y los procesos de organización y gestión, a través de los vínculos comerciales creados a nivel internacional. Blyde y cols (2014).

El impacto social se vería reflejado en la mejoría en cuanto a la calidad de vida de las personas que dependen directamente de la producción del cacao, fundamentalmente en áreas rurales de escasos recursos. Pequeños y medianos productores que no cuentan con la estructura empresarial para exportar por si solas, podrían beneficiarse de la gran cantidad de cacao necesaria para las empresas que integran la cadena global de valor. Las cadenas globales de valor brindan a los países oportunidades para

industrializarse a un ritmo más rápido que en el pasado. Muchos de los países hoy industrializados se desarrollaron construyendo cadenas de producción completas dentro de sus propios territorios, con todos los desafíos, costos y tiempo que ello entraña. Baldwin, Cave y Lodge (2012). Por otra parte es importante destacar la gran cantidad de empleos que podrían generarse a raíz de la necesidad imperante de una mayor producción, teniendo en cuenta que podría expandirse este fenómeno hacia otros departamentos y complementarse con actividades industriales a largo plazo.

3. RESULTADOS

Luego de una revisión minuciosa a través de la recolección de datos y su posterior análisis en la matriz explicada anteriormente, se encontraron 4 cadenas globales de valor dominadas por empresas multinacionales, en las que el cacao de Santander podría ingresar de manera inmediata. Para ello se definieron distintas categorías como el volumen de producción y compra, relación comercial con América Latina, inversiones en países en vías de desarrollo, apoyo a iniciativas de inclusión y sostenibilidad social como también las características del grano de cacao exigidos por estas empresas. Barry Callebaut es el principal fabricante mundial de productos de cacao y chocolate a nivel mundial; con un volumen de ventas superior a 1.8 millones de toneladas en 2016 tienen presencia en el 25% de los productos de cacao y chocolate consumidos en todo el mundo. A pesar de que esta empresa Suiza domina cada uno de los eslabones de la cadena global de valor, no cuenta con plantaciones de cacao propias, por ello debe adquirir la materia prima a países como Costa de Marfil y Brasil. Su compromiso con los mercados emergentes en cuanto a la sustentabilidad permitiría la entrada del cacao Santandereano, que además cumple con los estándares de calidad exigidos al ser premiado con el Great Test Award en 2008 y 2011.

La multinacional francesa Valrhona es otro de los focos de gran interés para el cacao del departamento. Dicha empresa importó 12 toneladas de cacao en el año 2014 provenientes del proyecto Montebravo, una organización productiva ubicada en el departamento del Chocó dedicada a la sustitución de cultivos ilícitos. Mediante el apoyo de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) se realizó esta alianza comercial que, sin lugar a dudas, demuestra el compromiso social de la empresa europea con pequeños productores que cultivan un cacao de excelente calidad. Por otra parte, Ferrero Group apostó por Colombia en el año 2009 como el centro operativo de la región andina, a través de su filial Ferrero LADM. La estructura fue concebida para desarrollar procesos de marketing, ventas, Supply Chain y finanzas, sin embargo, la buena respuesta de los consumidores del país hacia sus principales productos facilitaría la exportación del cacao, en una relación comercial que ha prosperado de manera positiva en los últimos años. Por último y no menos importante se encuentra la multinacional estadounidense Mars Inc, reconocida mundialmente por sus famosos chocolates Milky Way, Snickers y M&M's. Esta firma posee una de las cadenas globales de valor más sólidas en el sector, con operaciones en 21 países que reportan más de 10.000 empleos directos. El interés por el cacao del país neogranadino es tan alto que a través de su filial Masterfoods Colombia Ltda hacen presencia en dos departamentos de Colombia, como punto de partida hacia una posible alianza comercial que sea beneficiosa para ambos actores.

A continuación, se presenta la matriz de análisis de contenidos explicada por Hurtado (1998) donde se sintetiza de manera organizada las categorías establecidas en esta investigación y la sinergia existente con respecto a la información encontrada.

Grafica numero 1: matriz de análisis de contenidos. Cifras y datos obtenidos de los reportes fiscales de

	Volumen de producción y venta	Relación comercial con América Latina	Inversiones en países en vías de desarrollo	Apoyo a iniciativas de inclusión y sostenibilidad social
Barry Callebaut	1.8 millones de toneladas para 2016. 7.640 millones de dólares en ventas.	Brasil, Ecuador y Perú.	Nigeria, Tanzania	Erradicación para el año 2025 del trabajo de menores de edad en la cadena de valor del cacao.
Ferrero Group	10.195 millones de dolares en ventas para 2016.	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Puerto Rico	Camerún, Sri Lanka	Proyecto empresarial Michelle Ferrero, en Camerún e India.
Mars Inc	17.640 millones de dólares en 2013.	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Venezuela	Egipto, India Indonesia, Kenia	17 centros en Costa de Marfil, para el desarrollo y el conocimiento del Cacao en pro de los más desfavorecidos.
Valrhona	3.500 toneladas para el año 2011.	Colombia	Madagascar	Caso: Asociación productiva Montebravo. Chocó-Colombia

Barry Callebaut (2016) Ferrero Group (2016) Mars Inc (2013) y Valrhona (2011).

4. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Mediante esta investigación en curso y el análisis minucioso del segundo objetivo, se puede concluir que existe una inmensa posibilidad para el acceso del cacao Santandereano a las cadenas globales de valor. La presencia de ciertas multinacionales en el país es un excelente indicio de que, en cualquier momento, Santander puede convertirse en el actor fundamental del primer eslabón de la cadena global de valor; gracias a sus altos niveles de producción se ubicaría como uno de los proveedores de cacao para las firmas más importantes del mundo. Por los continuos inconvenientes presentados en África sobre la explotación de menores de edad en labores de producción del cacao, las grandes multinacionales se han visto en la necesidad de generar políticas de responsabilidad social que reivindiquen su buen nombre. Esta situación potencializa las oportunidades del cacao propio del departamento, puesto que es una de las materias primas comprendidas por el Gobierno Nacional dentro del programa de sustitución de cultivos ilícitos. El antecedente de exportación hacia la multinacional Valhrona reafirma la calidad del cacao Colombiano, siendo esta una de las empresas líderes en el chocolate Premium a nivel mundial; referente de gran importancia para la posterior entrada en juego de las multinacionales restantes. Blyde y cols (2014) argumentan que para las empresas en los países en vías de desarrollo, la fragmentación internacional de la producción ofrece oportunidades de participar en actividades que en el pasado estaban prácticamente por fuera de su alcance. Así pues, los productores del cacao Santandereano llegarán a una dimensión empresarial que nunca imaginaron, llevar el cacao de sus pequeñas plantaciones a los lugares más recónditos del planeta.

BIBLIOGRAFÍA

Anlló, G., Bisang, R., & Salvatierra, G. (2010). I. Del mercado a la integración vertical pasando por los encadenamientos productivos, los cluster, las redes y las cadenas globales de valor. Cambios estructurales en las actividades agropecuarias: de lo primario a las cadenas globales de valor. Santiago de Chile: Naciones Unidas, 9-52.

Arias, F. G. (1999). El proyecto de investigación. Fidias G. Arias Odón.

Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (2012). Understanding regulation: theory, strategy, and practice. Oxford University Press on Demand.

Baptista, P., Fernández, C., & Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. DF, México: Editorial The McGraw-Hill.

Bernal Torrez, C. A. (2010). Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales.

Bisang, R., Salvatierra, G., & Anlló, G. (2010). Cambios estructurales en las actividades agropecuarias: de lo primario a las cadenas globales de valor.

Blyde, J. S., Volpe Martincus, C., & Molina, D. (2014). Fábricas sincronizadas: América Latina y el Caribe en la era de las cadenas globales de valor. Inter-American Development Bank.

C. Ménard y P. G. Klein, 2004, Organizational issues in the agrifood sector: Toward a comparative approach, American Journal of Agricultural Economics, 86(3):750-755.

Clavijo, S., Vera, A., & Fandiño, A. (2012). La desindustrialización en Colombia. Bogotá: Anif.

Cardona, M., & López, M. V. (2012). La capacidad organizativa de las redes y las cadenas en la dinámica económica social. Revista Universidad EAFIT, 37(122), 9-21.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe, 2014 (LC/G.2625-P), Santiago de Chile, 2014.

Dalle, D., Fossati, V., & Lavopa, F. (2013). Política industrial:¿ el eslabón perdido en el debate de las Cadenas Globales de Valor?. Revista Argentina de Economía Internacional, 2, 3-16.

Fernández, V. R., & Trevignani, M. F. (2015). Cadenas Globales de Valor y Desarrollo: Perspectivas Críticas desde el Sur Global. Dados-Revista de Ciências Sociais, 58(2), 499-536.

Ferrando, A. P. (2013). Las Cadenas Globales de Valor y la medición del comercio internacional en valor agregado.

Fundación Mundial del Cacao, 2012, Cocoa market update, marzo, publicado en http://worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-3.20.2012.pdf.

Gereffi, G., Humphrey, J., & Kaplinsky, R. (2001). Introduction: Globalisation, value chains and development. IDS bulletin, 32(3), 1-8.

Hardman & Co, Giant on a Pinhead: A Profile of the Cocoa Sector, 2014, Londres.

Hurtado de Barrera, J. (1998). Metodología de la investigación holística. Fundacite–SYPAL. Caracas.

International Labour Rights Forum, 2014, The Fairness Gap (Washington D.C.)

Kosacoff, B., López, A., & Pedrazzoli, M. (2007). Comercio, inversión y fragmentación del mercado global:¿ está quedando atrás América Latina?. CEPAL.

LAWRENCE, R. Z., DOHERTY, S., & HANOUZ, M. D. (2012). Reducing Supply Chain Barriers: The Enabling Trade Index 2012. The Global Enabling Trade Report 2012.

López Guerrero, N., & Pineda Rodríguez, K. A. (2013). La exportación de commodities¡ una estrategia para el desarrollo económico colombiano!

López, A. N. D. R. É. S., Niembro, A., & Ramos, D. (2011). Cadenas globales de valor en el sector servicios: estrategias empresarias e inserción de los países de América Latina. Integración y Comercio, 15(32), 57-68.

Pietrobelli, C., & Staritz, C. (2013). Challenges for global value chain interventions in Latin America. Inter-American Development Bank.

Ponte, S., & Gibbon, P. (2005). Quality standards, conventions and the governance of global value chains. Economy and society, 34(1), 1-31.

Porter, M. The Value Chain and Competitive Advantage: Creating and sustainning superior performance. New York: Free Press, 1985.

Ricardo, D. (1817). 2001. On Principles of Political Economy and Taxation.

Skidmore, T. E., Smith, P. H., & Green, J. N. (1992). Modern Latin America (3rd ed., p. 59). New York: Oxford University Press.

Stezano, F. (2013). Políticas para la inserción de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en cadenas globales de valor en América Latina.

UNCTAD, 2008, Cocoa Study: Industry Structures and Competition (Ginebra, publicación de las Naciones Unidas).

UNCTAD "Las cadenas de valor de los productos básicos agrícolas: los efectos de la concentración del mercado para los agricultores y los países productores – El caso del cacao". (2016).

OPORTUNIDADES Y RIESGOS DE LAS PLATAFORMAS DE FINANCIACIÓN EN INTERNET

Carlos Serrano-Cinca[134], Begoña Gutiérrez-Nieto

Resumen

Las FinTech, empresas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación para ofrecer productos y servicios financieros disruptivos tradicionalmente reservados a las entidades financieras clásicas, surgen en el marco de la economía colaborativa. Un inversor particular puede prestar dinero a otro particular o a una empresa, en cualquier lugar del mundo, en cuestión de minutos y sin que participe un banco. Muchas empresas jóvenes e innovadoras, las *start-ups*, financian su crecimiento e internacionalización mediante inversores particulares utilizando estas plataformas colaborativas de préstamos en Internet. Pero no todo son ventajas, porque en estos préstamos son los inversores particulares los que asumen el riesgo de crédito y muchos carecen de formación en gestión de riesgos financieros. Los inversores particulares sufren un severo problema de información asimétrica porque tienen una desventaja informativa frente a los deudores, situados a miles de kilómetros. Por ello, las plataformas electrónicas tratan de ofrecer a los inversores potenciales información sobre los solicitantes de préstamos y califican el préstamo con un grado, en función del riesgo de crédito. Pero no solo es importante determinar la probabilidad de quiebra y sus factores explicativos, sino ser capaces de predecir la rentabilidad de cada préstamo, ya que, los prestatarios más rentables no siempre son los más solventes sino a veces aquellos que pagan intereses elevados, abonan descubiertos y pagan elevadas comisiones. Este trabajo estudia los préstamos de este tipo de plataformas y los factores que explican su rentabilidad. El estudio empírico utiliza datos de Lending Club, la plataforma líder en Estados Unidos. El trabajo compara la capacidad predictiva de ocho técnicas estadísticas de minería de datos. La técnica con mejor capacidad predictiva es s*upport vector regression* seguida de un modelo de red neuronal. Se recomienda el uso de sistemas decisionales para seleccionar los mejores préstamos.

Palabras clave: Financiación internacional, préstamos colaborativos, riesgo de crédito.

Abstract

[134] Departamento de Contabilidad y Finanzas, Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España

E-mail: serrano@unizar.es

FinTech, companies that use information and communication technologies to offer disruptive financial products and services traditionally reserved for classical financial institutions, arise within the framework of the collaborative economy. A private investor can lend money to another individual or to a company, anywhere in the world, in a matter of minutes and without a bank. Many young and innovative start-ups fund their growth and internationalization through private investors using these collaborative Internet lending platforms. But not all are advantages, because in these loans the private investors assume the credit risk, and many of them lack training in financial risk management. Private investors suffer a severe problem of asymmetric information because they have an informational disadvantage against the debtors, who are thousands of kilometers away. Therefore, electronic platforms try to offer potential investors with information on loan applicants and they also rate the loan, depending on credit risk. But it is not only important to determine the probability of bankruptcy and its explanatory factors, but to be able to predict the profitability of each loan, since the most profitable borrowers are not always the most solvent, but sometimes those who pay high interest, pay overdrafts and pay high commissions. This paper studies the loans of this type of platforms and the factors that explain their profitability. The empirical study uses data from Lending Club, the leading platform in the United States. The paper compares the predictive capacity of eight statistical techniques of data mining. The technique with better predictive capacity is support vector regression followed by a neural network model. The use of decision-making systems to select the best loans is recommended.

Keywords: International finance, collaborative loans, credit risk.

1. Introducción

Los préstamos colaborativos son realizados por individuos que prestan dinero a otros individuos o empresas sin que intermedie una entidad financiera. Un inversor particular puede prestar dinero a otro particular o a una empresa, en cualquier lugar del mundo, en cuestión de minutos y sin que participe un banco. Muchas empresas jóvenes e innovadoras, las *start-ups*, financian su crecimiento e internacionalización mediante inversores particulares utilizando estas plataformas colaborativas de préstamos en Internet. Estos préstamos pueden analizarse desde diversa ópticas. Pueden verse como un fenómeno de desintermediación financiera (Lee and Lee, 2012); como otra disrupción tecnológica originada por Internet (Stalnaker, 2008); como un ejemplo de funcionamiento de economía colaborativa (Belk, 2014) o incluso como una plataforma para prestar dinero a personas excluidas de la financiación bancaria tradicional (Yum et al, 2012). Aunque no existen bancos, sí existe una empresa que mediante una plataforma electrónica pone en contacto los prestamistas y los prestatarios y cobra una comisión por este servicio. Empresas como las estadounidenses Prosper o Lending Club, la alemana Lendico, la española Circulantis, la argentina BancaClub, la británica Zopa o la china Lufax canalizan este tipo de préstamos, y muchas de ellas no solo se limitan a sus países de origen sino que han internacionalizado sus préstamos. Otras plataformas como Kiva se centran en financiar a personas en situación de exclusión financiera en todo el mundo, mediante donaciones o préstamos sin intereses. Su crecimiento está siendo espectacular.

Estos préstamos colaborativos, llamados P2B si se trata de financiar a una empresa o P2P si se financia a un particular, son una actividad arriesgada para los inversores particulares, porque los préstamos no los concede la plataforma sino los inversores, quienes asumen el riesgo de crédito, es decir el riesgo de que el prestatario no devuelva el préstamo. En general, los préstamos no tienen colateral ni están garantizados por algún fondo de garantía, como sucede en los depósitos bancarios, aunque algunas plataformas ofrecen garantías de recompra. Cada vez es más frecuente que una pequeña empresa de un país cualquiera, solicite un préstamo en una de estas plataformas y obtenga financiación de inversores de otro país. Además en muchas de estas plataformas es posible revender el préstamo, es decir, disponen de un verdadero mercado secundario en los que se comercializan los préstamos, lo que aumenta la liquidez e incluso atrae a especuladores que detectan los mejores préstamos no para invertir sino para volver a venderlos a un mayor precio. La creciente popularización de estas plataformas hace que muchos inversores particulares estén destinando parte de sus ahorros a realizar préstamos, algunos de ellos sin conocimiento suficiente sobre gestión de riesgos financieros. De hecho, en muchos países estas plataformas de préstamos tienen muchas limitaciones legales o incluso no pueden operar. Pero en otros países no existen restricciones, incluidas plataformas que operan desde paraísos fiscales o desde países con mercados financieros muy abiertos, sin apenas supervisión gubernamental. Por ello es importante conocer los factores que explican la probabilidad de quiebra y la rentabilidad de estos préstamos, y desarrollar sistemas decisionales capaces de seleccionar los mejores préstamos, que es el objetivo de este trabajo.

El problema del riesgo de crédito se acentúa con la información asimétrica. La información asimétrica consiste en que los prestamistas tienen menos información que los prestatarios y es uno de los problemas graves de los mercados de crédito (Stiglitz y Weiss, 1981). Pero en el caso de los préstamos colaborativos el problema se acentúa porque al menos el banco tiene acceso a información histórica de

los clientes e incluso a veces los conoce en persona, mientras que un inversor particular escrutando préstamos en su ordenador apenas tiene acceso a una ficha con unos pocos datos del cliente, que puede estar a mucha distancia. La información asimétrica conduce a la selección adversa (Akerlof, 1970), situación que surge porque los inversores no pueden diferenciar entre prestatarios buenos, que devuelven el préstamo, de los malos, con alta probabilidad de no devolverlo. La selección adversa se mitiga con información de calidad. Por eso las plataformas electrónicas de préstamos colaborativos hacen esfuerzos por dotar de transparencia al proceso de prestar; no solo está disponible la información de cada prestatario sino que cualquiera puede descargar información histórica con todos los préstamos concedidos, sus características y su estado como solvente o quebrado. Esto contrasta con la práctica habitual utilizada en la banca, cuyas bases de datos de clientes permanecen ocultas.

El riesgo de crédito, la asimetría de la información y la selección adversa son problemas a los que deben hacer frente las plataformas P2P/P2B, pero estos préstamos también ofrecen soluciones a otros problemas habituales de los mercados de crédito, lo que explica su crecimiento. Los préstamos colaborativos pueden minimizar el racionamiento del crédito (Lin at al, 2013) que consiste en que no todas las personas o empresas que precisan un préstamo lo obtienen, aunque estuvieran dispuestas a pagar intereses elevados, lo que no sucedería si el mercado del crédito fuera perfecto (Stiglitz y Weiss, 1981). Pero los bancos tratan de buscar los mejores clientes, aquellos que manejan muchas inversiones o préstamos y existe una larga cola de créditos de pequeño tamaño que quedan sin financiación bancaria, aunque este nicho se viene cubriendo con instituciones de microfinanzas o con mercados de crédito informales, como los usureros. Allí los prestatarios pagan tasas de interés muy elevadas, pero al menos tienen crédito. Este nicho puede ser ocupado también por plataformas de préstamos colaborativos. También existen plataformas como Kiva.org donde los particulares encuentran crédito que deben devolver pero sin intereses, pues en ella participan inversores socialmente responsables o donantes.

2. Marco teórico

Numerosos estudios investigan los préstamos colaborativos desde distintas ópticas. Especialmente se han estudiado los factores que explican que unos créditos logren captar financiación y otros no. Lin at al (2013) estudian los préstamos que funcionan en modo subasta encontrado que el factor que más se fijan los inversores es la calificación o *rating* que proporciona la plataforma electrónica y también la fotografía (González y Loureiro, 2014). Lee and Lee (2012) analizan el comportamiento de los inversores encontrando comportamiento gregario. Se han desarrollado sistemas de *credit scoring* que tratan de estimar la probabilidad de devolución del préstamo (Serrano Cinca et al, 2015), pero los clientes más rentables para una entidad financiera no siempre son los más solventes sino aquellos que contratan muchos productos, hacen uso frecuente de las tarjetas, pagan descubiertos y elevadas comisiones, aunque sean clientes de alto riesgo (Stewart 2011). Además, los préstamos más arriesgados pagan tipos de interés elevados. Incluso si el prestatario deja de pagar a veces se puede recuperar parte de lo prestado, litigando. Por este motivo se desarrollan los sistemas llamados de *profit scoring*, que no solo tratan de predecir la probabilidad de quiebra sino van más allá y tratan de predecir la rentabilidad de la inversión, para lo que emplean diversas técnicas de minería de datos (Thomas 2000).

Hay numerosos trabajos sobre *credit scoring* orientados a predecir la probabilidad de que el deudor devuelva o no el préstamo: Abdou and Pointon (2011) y Lessmann et al (2015) revisan la literatura

reciente. En contraste, hay muy pocos trabajos que desarrollan sistemas de *profit scoring*, orientados a predecir la rentabilidad del préstamo, siendo la causa la dificultad para obtener datos (Lessmann et al 2015, Serrano-Cinca y Gutiérrez-Nieto, 2016). El *credit scoring* es matemáticamente un problema de clasificación cuya variable dependiente es 0-1, "devuelve el préstamo" o "no devuelve el préstamo", dato que es sencillo de obtener. Pero el *profit scoring* es un problema de regresión cuya variable dependiente es continua, la rentabilidad del cliente, dato más difícil de obtener, que exige disponer de un sistema de información adecuado (Ngai et al 2009). En nuestro estudio empírico utilizamos como variable dependiente la tasa interna de retorno (TIR) de cada préstamo. Que sepamos es el primer trabajo de *profit scoring* aplicado al caso de los préstamos colaborativos, que compara los resultados de varias técnicas de minería de datos. Concretamente se comparan ocho técnicas: regresión multivariante (MLR), *support vector regression* (SVR), *partial least squares regression* (PLS), el modelo de red neuronal *multilayer perceptron* (MLP), árboles de decisión CHAID, *radial basis function* (RBF), *regression tree* (RT) y el algoritmo del vecino más cercano o *K-Nearest Neighbors* (KNN). Hemos encontrado que los resultados del *profit scoring* mejoran a los obtenidos mediante *credit scoring*. Las ocho técnicas mejoran el rendimiento promedio de este tipo de préstamos, pero s*upport vector regression* SVR destaca claramente por encima de todas.

3. Metodología del estudio.

El estudio empírico se ha realizado con datos de la plataforma Lending Club. Lending Club permite descargar de su web http://www.lendingclub.com los datos de todos los préstamos realizados. En total analizamos en nuestro trabajo 40,901 préstamos. La muestra de entrenamiento incluye 26,971 préstamos y el test incluye 13,930 préstamos. La Tabla 1 muestra las variables utilizadas. Como variables independientes se han utilizado todas las disponibles, que coinciden con las empleadas en el estudio de *credit scoring* de Emekter et al (2015) y Serrano-Cinca et al (2015). Son 19 variables que miden características del préstamo como el destino del mismo, características del prestatario como sus ingresos anuales, el historial crediticio, como el número de incidencias que ha tenido en los dos últimos años y el endeudamiento medido por el ratio de deudas dividido entre ingresos. Una variable muy importante es el subgrado que otorga Lending Club, que dispone de un algoritmo que categoriza los préstamos en función del riesgo y asigna un rating con 35 categorías, siendo la mejor A1 y la peor G5. A partir de ahí Lending Club fija el tipo de interés que paga el prestatario. En la actualidad el tipo de interés oscila entre el 5.32% de la A1 a 28.99% de G5.

La variable dependiente es la tasa interna de retorno (TIR). La TIR es una medida de la rentabilidad de una inversión, ampliamente utiliza en Finanzas. En el contexto de préstamos, la TIR es el tipo de interés efectivo que recibe el inversor. Por ejemplo, un inversor presta $1,000 y dentro de un año recibe $1,100. La TIR es del 10%. En otro préstamo de $1,000 recibe $400 un mes más tarde, $350 al mes siguiente, después el prestatario se declara moroso, a los 15 días decidimos contratar a un abogado, que tras pagarle $100 consigue recuperar $375 tres meses más tarde. La TIR de la operación es 11.14%, como puede comprobarse utilizando una simple hoja de cálculo.

Un aspecto importante en este tipo de estudios es elegir la medida para valorar el acierto de las técnicas. Ferri et al (2009) identifican 18 medidas, siendo las más utilizadas aquellas que miden el error de la predicción, como el error cuadrático medio (RMSE). Sin embargo, algunos autores cuestionan para

qué utilizar un *proxy* cuando se puede medir directamente el beneficio obtenido (Leitch y Tanner 1991). Nosotros hemos actuado como lo haría un inversor. Primero, el inversor aplica una de las técnicas de minería de datos a los préstamos usando como muestra de entrenamiento y obtiene unos valores de rentabilidad esperada (TIR) para cada préstamo del test. Segundo, el inversor ordena los préstamos del test de mayor a menor rentabilidad esperada. Tercero, el inversor elige los n-mejores préstamos del test, de acuerdo con esa técnica. Cuarto, se repite el proceso con todas las técnicas, comparando la rentabilidad que hubiera obtenido el inversor con cada una de ellas.

4. Resultados.

La tabla 2 muestra el resultado de comparar las ocho técnicas de minería de datos, tanto a la muestra de entrenamiento como a la del test. SVR presenta el error menor en MAPE y MAE y la regresión PLS presenta el menor RMSE. Pero el mejor criterio es la utilidad para la toma de decisiones (Armstrong and Collopy, 1992). En el caso analizado lo que le importa al inversor es ganar dinero. La tabla muestra la TIR promedio de cada técnica si el número de préstamos n es 100 (columna "TIR-mejor-100") y si n es 1,000 (columna "TIR-mejor-1,000"). También es importante conocer la capacidad de cada técnica para identificar los prestamos menos rentables; el procedimiento se ha repetido para seleccionar los 100 préstamos menos rentables ("columna TIR-peor-100") y los 1,000 menos rentables (columna "TIR-peor-1,000").

La TIR promedio en el test es 3.92%. Los 100 préstamos más rentables del test obtienen en promedio el 24.15% por tanto eso es lo máximo que podría ganar un inversor habilidoso que seleccionara solo dichos préstamos. Si se tomaran los 1,000 préstamos más rentables el promedio de TIR es 20.49%. La tabla 2 muestra que todas las técnicas permiten superar el 3.92% de TIR promedio. Un analista que hubiera utilizado s*upport vector regression* SVR para seleccionar 100 préstamos en los que invertir obtendría un 19.35% de TIR, no tan alejado del 24.15% de máximo al que puede aspirar. La siguiente técnica en performance es la red neuronal MLP con un 13.01%, seguido de la regresión multivariante MLR, con un 11.92%. Las ocho técnicas también sirven para identificar los, a priori, peores préstamos.

Realizamos otra prueba. A partir de las variables de la tabla 1 se ha modelado un sistema de *credit scoring*, usando una regresión logística (LR). El objetivo es estimar la probabilidad de quiebra, pero para ganar dinero. La regresión logística precisa como variable dependiente una variable dicotómica, que asigna un 1 a los préstamos devueltos y un 0 a los morosos. El porcentaje de aciertos en la muestra de entrenamiento fue del 89.21% y en el test de un 86.43%. Pero el dato que nos interesa no es la capacidad para discriminar a los préstamos morosos sino que queremos predecir la TIR y la regresión logística también proporciona una puntuación o *score* para cada préstamo. La última fila de la tabla 2 muestra los resultados. Al elegir los 100 préstamos con mayor puntuación, el inversor hubiera obtenido una TIR del 5.98%. Cuando n es igual a 1,000 la TIR es 5.71%. En resumen, el empleo de un *credit scoring* basado en regresión logística mejora el 3.92% de TIR promedio, pero no alcanza la rentabilidad de cualquiera de los modelos de *profit scoring*. La conclusión es clara y no es sorprendente: si lo que quieres es ganar dinero, es mejor usar un sistema diseñado para predecir la rentabilidad de una inversión y no uno orientado a predecir la probabilidad de quiebra.

5. Conclusiones.

Las plataformas de préstamos colaborativos pueden soportar menos costes de transferencia que las entidades financieras tradicionales porque su modelo de negocio es más sencillo: no captan depósitos, no padecen las regulaciones de las entidades financieras, no tienen que mantener capitales ociosos, solo ponen en contacto prestatarios con inversores. Además se utiliza una plataforma electrónica online en la que la mayor parte de los procesos están automatizados. Ello puede repercutir favorablemente en una mayor eficiencia, lo que es muy importante en un mercado que compra y vende dinero, un producto estándar sin diferenciación, en lo que lo importante es el precio, que es el tipo de interés. Los préstamos colaborativos pueden aliviar el racionamiento del crédito, financiando a prestatarios excluidos del sistema financiero tradicional y a las empresas jóvenes e innovadoras que precisan internacionalizarse y ven en estas plataformas una buena oportunidad para captar recursos de inversores internacionales dispuestos a asumir los riesgos. Estas ventajas explican su crecimiento pero los préstamos colaborativos no están exentos de problemas. En primer lugar se transfiere el riesgo de crédito de una entidad financiera, que tiene en plantilla analistas expertos en análisis de riesgos, a particulares que arriesgan su dinero. El problema que supone la información asimétrica es muy importante. Por eso es fundamental que la plataforma electrónica de préstamos ofrezca información de calidad sobre el préstamo.

El trabajo presenta varios modelos de *profit scoring*. El estudio empírico se ha realizado utilizando datos de la plataforma de préstamos Lending Club. Como variable dependiente se ha tomado la tasa interna de retorno (TIR), que es el tipo de interés real que recibe el inversor o rentabilidad de la inversión. Se han comparado ocho técnicas de minería de datos. El uso de estas técnicas permite obtener rendimientos por encima del promedio, que es un 3.92%. En el caso concreto, las técnicas que se han revelado con mejor capacidad predictiva son Support Vector Regression (SVR) y una red neuronal (MLP). Un inversor que hubiera seleccionado los 100 préstamos con mayores expectativas de rentabilidad de acuerdo con SVR, hubiera obtenido una rentabilidad del 19.35%.

6. Recomendaciones y agradecimientos.

Los préstamos colaborativos pueden ser una alternativa a la banca tradicional, tanto para los particulares que invierten como para los prestatarios, que pueden ser individuos, emprendedores o empresas. Para las empresas suponen una oportunidad para financiarse, especialmente en las fases de crecimiento y expansión internacional. Al acceder a estas plataformas las empresas pueden recibir financiación internacional, en forma de capital o en forma de préstamos, de particulares situados en cualquier lugar que tenga conexión a Internet. Para los particulares pueden suponer una forma de diversificar su cartera de inversiones. Pero es necesario conocer bien los riesgos de invertir en estas plataformas, adquirir conocimiento en gestión de riesgos, especialmente de riesgo de crédito y utilizar la abundante información que ponen a disposición las plataformas electrónicas y que permite crear modelos decisionales.

El trabajo ha sido financiado por el proyecto ECO2013-45568-R del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España y por el Gobierno de Aragón, mediante el proyecto Ref. S-14/2, que tiene financiación de los fondos FEDER de la Unión Europea.

Referencias bibliográficas

Abdou, H. A., & Pointon, J. (2011). Credit scoring, statistical techniques and evaluation criteria: A review of the literature. Intelligent Systems in Accounting, Finance & Management, 18(2-3), 59-88.

Akerlof GA (1970) "The Market for 'Lemons': Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism," Quarterly Journal of Economics, 89 (August), 488–500.

Armstrong, J. S., & Collopy, F. (1992). Error measures for generalizing about forecasting methods: Empirical comparisons. International journal of forecasting, 8(1), 69-80.

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. Journal of Business Research, 67(8), 1595-1600.

Berger, S. C., & Gleisner, F. (2009). Emergence of financial intermediaries in electronic markets: The case of online P2P lending. BuR-Business Res., 2(1), 39-65.

Emekter, R., Tu, Y., Jirasakuldech, B., & Lu, M. (2015). Evaluating credit risk and loan performance in online Peer-to-Peer (P2P) lending. Appl. Economics, 47(1), 54-70.

Ferri, C., Hernández-Orallo, J., & Modroiu, R. (2009). An experimental comparison of performance measures for classification. Pattern Recognition Letters, 30(1), 27-38.

González, L., & Loureiro, Y. K. (2014). When can a photo increase credit? The impact of lender and borrower profiles on online peer-to-peer loans. Journal of Behavioral and Experimental Finance, 2, 44-58.

Lee, E., & Lee, B. (2012). Herding behavior in online P2P lending: An empirical investigation. Electronic Commerce Research and Applications, 11(5), 495-503.

Leitch, G., & Tanner, J. E. (1991). Economic forecast evaluation: profits versus the conventional error measures. The American Economic Review, 580-590.

Lessmann, S., Baesens, B., Seow, H. V., & Thomas, L. C. (2015). Benchmarking state-of-the-art classification algorithms for credit scoring: An update of research. European Journal of Operational Research.

Lin, M., Prabhala, N. R., & Viswanathan, S. (2013). Judging borrowers by the company they keep: friendship networks and information asymmetry in online peer-to-peer lending. Management Science, 59(1), 17-35.

Ngai, E. W., Xiu, L., & Chau, D. C. (2009). Application of data mining techniques in customer relationship management: A literature review and classification. Expert systems with applications, 36(2), 2592-2602.

Serrano-Cinca, C., Gutiérrez-Nieto, B., and López-Palacios, L. (2015). Determinants of Default in P2P Lending. PloS one, 10(10), e0139427.

Serrano-Cinca, C., and Gutiérrez-Nieto, B. (2016). The use of profit scoring as an alternative to credit scoring systems in peer-to-peer (P2P) lending. Decision Support Systems, 89, 113-122.

Stalnaker, S. (2008). Here comes the P2P Economy. Harvard Business Review, 86(2), 17-45.

Stewart, R. T. (2011). A profit-based scoring system in consumer credit: making acquisition decisions for credit cards. J. of the Operational Res. Society, 62(9), 1719-1725.

Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. The American economic review, 393-410.

Thomas, L. C. (2000). A survey of credit and behavioural scoring: forecasting financial risk of lending to consumers. International journal of forecasting, 16(2), 149-172.

Yum, H., Lee, B., & Chae, M. (2012). From the wisdom of crowds to my own judgment in microfinance through online peer-to-peer lending platforms. Electronic Commerce Research and Applications, 11(5), 469-483.

Rentabilidad de la inversión (TIR)
La TIR es la variable dependiente y se define como el tasa interna de retorno que obtiene el inversor por ese préstamo.
Calificación del prestatario
El grado asignado por Lending Club, que categoriza a los prestatarios en siete categorías, de la A a la G, siendo el grado A el más solvente
El grado asignado por Lending Club; hay 35 categorías de préstamos desde A1 a G5, siendo A1 el más solvente
FICO®, es una medida de riesgo crediticio desarrollada por la empresa Fair Isaac Corporation (NYSE: FICO)
El tipo de interés pagado por el prestatario
Características del préstamo
Los 14 destinos del préstamo: boda, tarjeta de crédito, compra de un automóvil, compra, mejora de la vivienda, consolidación de deudas, vacación, gastos médicos, mudanza, energías renovables, préstamo educativo, pequeño negocio y otros.
La cantidad solicitada por el prestatario
Características del prestatario
Los ingresos anuales
La situación del prestatario con respecto a la vivienda, que puede ser propia, alquilada o con una hipoteca
Número de años que el prestatario lleva trabajando en el empleo actual
Historial crediticio
Número de días de historial crediticio disponible
Número de incidencias crediticias, en mora de más de 30 días, en los últimos dos años
Número de veces que los prestamistas han consultado los ficheros del historial crediticio en los últimos 6 meses
Número de registros públicos derogatorios
Tasa de utilización de la línea de restitución, o la cantidad de crédito que el prestatario está utilizando en relación con todo el crédito disponible.
El número de líneas de crédito abiertas en el historial crediticio del prestatario
El número de meses transcurridos desde la última morosidad del prestatario
Endeudamiento del prestatario
La cantidad solicitada por el prestatario dividido por los ingresos anuales del prestatario
La suma de las doce mensualidades que hay que devolver por los intereses y la amortización del préstamo, dividido por los ingresos anuales del prestatario
La deuda total del prestatario en proporción a los ingresos anuales

Tabla 1. Variables empleadas en el estudio.

	Muestra de entrenamiento (N=26,971)			Muestra de test (N=13,930)						
	MAPE	*MAE*	*RMSE*	*MAPE*	*MAE*	*RMSE*	*TIR-mejor-100*	*TIR-mejor-1000*	*TIR-peor-100*	*TIR-peor-1,000*
Regresión Lineal Multivariante (MLR)	70.32	0.130	0.245	69.30	0.146	0.271	11.92%	8.62%	-11.73%	-5.27%
Support Vector Regression (SVR)	45.59	0.092	0.250	46.56	0.110	0.279	19.35%	10.62%	-40.23%	-1.72%
Multilayer Perceptron (MLP)	81.39	0.141	0.248	80.94	0.158	0.271	13.01%	6.56%	-5.01%	0.06%
PLS regression (PLS)	73.01	0.133	0.245	73.76	0.152	0.268	10.19%	8.84%	-12.71%	-6.34%
Radial Basis Function (RBF)	71.85	0.132	0.246	71.18	0.150	0.270	8.96%	6.94%	-1.42%	0.21%
Decision Tree (CHAID)	68.74	0.128	0.242	70.81	0.148	0.271	8.57%	6.52%	0.09%	-2.98%
Regression-Tree (RT)	52.21	0.080	0.178	86.00	0.157	0.327	7.86%	5.90%	-3.12%	0.68%
k-Nearest Neighbors (KNN)	376.06	0.393	0.528	370.30	0.433	0.563	7.39%	1.75%	13.66%	5.61%
Ganancias máximas posibles							24.15%	20.49%	-23.62%	-4.37%
Regresión Logística (LR)	860.15	0.850	0.886	765.83	0.848	0.891	5.98%	5.71%	-11.16%	-3.64%

Tabla 2. Resultados obtenidos por cada una de las ocho técnicas utilizadas en el *profit scoring*, mostrando el porcentaje de error promedio absoluto (MAPE), el error promedio absoluto (MAE) y el error cuadrático medio (RMSE). La TIR-mejor-n muestra la rentabilidad promedio de los n préstamos más rentables para cada una de las técnicas. La TIR promedio

en la muestra de test es el 3.92%. La última fila muestra los resultados de un *credit scoring* tradicional, utilizando como técnica una regresión logística.

CUSTOMER PERCEPTION OF DRY YACON AS POTENTIAL FUNTIONAL FOOD FOR INTERNATIONAL COMMERCIALIZATION

Silvia María Castellanos R[135], Sandra Patricia Cuervo-Andrade[136], Alimar Benitez[137]

Abstract. This paper examines the consumer perception of quality of a special functional processed food. Yacon is a tuber grows throughout the Andes in different regions of Colombia. During the last year have been increasing the interest for this product and researchers have collected information that indicates the great potential of yacon, whose cultivation has been promoted over the past few years, slightly increasing the number of producers interested in this crop. It contains FOS (fructooligosacarides) of low molecular weight and due to the small amount of calories; it is attractive and seems to be good for overweight and diabetic people. Raw yacon shelf life is about 15-20 days in environmental conditions which requires a special procedure in order to preserve it for more time. Due to the importance of its health properties, a study should been carried out to analyze the effect of the drying parameters on the quality characteristics of yacon in order to commercialize it as a healthy option. For this, an experiment was performed considering two factors of the drying process: thickness of the layer (2cm, 4cm and 6cm) and temperature (60ºC, 70ºC and 80ºC), with measurements of the physicochemical properties in fresh, before drying and after the drying process, with 6 replicates for each combination of levels. This samples where use to surveyed a total of 30 national and international consumers in the cities of Bucaramanga

[135] silvia.castellanosr@upb.edu.co
[136] sandra.cuervo@upb.edu.co
[137] alimar.benitez@upb.edu.co

and San Gil. The results showed that consumers with a lower level of education tend to be less concerned about certain food nutritional facts compared to those with a higher level of education. The respondents with higher level of income were also more concerned about nutritional perception than those who spent less money on food. Women, families with children or elderly people were also more concerned. Consumers in the used sample preferred to sweet and crunchy sample; paid more attention to the presentation package than the food color and the price maintain an irrelevant in the perception of the product.

Key words: Costumer perception, yacon, commercialization, drying process

Resumen: Este artículo examina la percepción del consumidor de la calidad de un alimento procesado funcional especial. Yacón es un tubérculo que crece a lo largo de los Andes en diferentes regiones de Colombia. Durante el último año se ha incrementado el interés por este producto y los investigadores han recopilado información que indica el gran potencial del yacón, cuyo cultivo se ha promovido en los últimos años, aumentando ligeramente el número de productores interesados en este cultivo. Contiene FOS (fructooligosacáridos) de bajo peso molecular y debido a la pequeña cantidad de calorías; Es atractivo y parece ser bueno para el sobrepeso y las personas diabéticas. La vida útil del yacon crudo es de unos 15-20 días en condiciones ambientales que requieren un procedimiento especial para preservarlo por más tiempo. Debido a la importancia de sus propiedades para la salud, se debe realizar un estudio para analizar el efecto de los parámetros de secado sobre las características de calidad de yacón con el fin de comercializarla como una opción saludable. Para ello, se realizó un experimento considerando dos factores del proceso de secado: espesor de la capa (2cm, 4cm y 6cm) y temperatura (60ºC, 70ºC y 80ºC), con medidas de las propiedades fisicoquímicas en fresco, antes del secado y después Secado, con 6 repeticiones para cada combinación de niveles. En estas muestras se utilizó para encuestar a un total de 30 consumidores nacionales e internacionales en las ciudades de Bucaramanga y San Gil. Los resultados mostraron que los consumidores con un menor nivel de educación tienden a estar menos preocupados por ciertos datos nutricionales alimentarios en comparación con aquellos con un nivel más alto de educación. Los encuestados con mayor nivel de ingresos también estaban más preocupados por la percepción nutricional que aquellos que gastaron menos dinero en alimentos. Las mujeres, las familias con niños o las personas mayores

también estaban más preocupados. Los consumidores en la muestra utilizada preferían la muestra dulce y crujiente; Prestó más atención al paquete de presentación que el color de los alimentos y el precio mantener una irrelevante en la percepción del producto.

Palabras clave: Percepción del cliente, yacón, comercialización, proceso de secado

Introduction

During the last decade the food market have being changing; there has been a notable change in the world food trade. The classical food products has been replaces by the processed food trade. A notorious growth in the demand for processed food is a result of several factors in which you can appreciate diet upgrades, internationalization of food habits, rising incomes, growth of the health consciousness and urbanization (Jongwanich, 2009). The significant growth of the purchasing power in some countries have create a position of higher consumption and frequency of high protein, high sugar, dairy products, meat, eggs, fruits and processed food among others. This increase in income also gives this population a position of choosing high quality and safer food products. In countries like China Consumers, present more concerns about food hygiene, food price and nutrition imbalance. (Liu & Niyongira, 2017).

As part of this international food demands, many sectors in agribusiness these days compete not only on efficiency and quality control, but also on adding value. (Jago, D., 2009). Adding value is a customer oriented concept, is only possible to add value to food products by understanding that those consumers at whom the final product is target actually perceive these products as having more quality (Grunert, 2005). The market place for process food is now a impose tendency not only because of the prominence of the concepts of quality and safety but also a solution of the constant trade between countries and all the logistics is implied in the international physical distribution and conservation of the products. The increasing importance of processed food exports has also resulted in a structural shift in world agriculture trade.(Athukorala & Sen, 1998).

Theoretical framework

Functional food are consider today part of the innovation and customer target process, they are found virtually in all food categories, however products are not homogeneously scattered over all segments of the growing market. (Bogue, Collins, & Troy, 2017). The development and commerce of these products is rather complex, expensive and risky, as special requirements should be answered. (Tollin, Erz, & Vej, 2016). Besides potential technological obstacles, legislative aspects, as well as consumer demands need to be taken into consideration when developing functional food. In particular, consumer acceptance has been recognized as a key factor to successfully negotiate market opportunities.(Siró, Ká Polna, Ta, Polna, & Lugasi, n.d.)

Yacon (Smallanthus sonchifolius), the pre-Hispanic Andean tuber is a plant of 1.5 to 3 m high. It reaches maturity in 6-7 month when the altitude is medium or even one year when at high altitudes. (Choque Delgado, da Silva Cunha Tamashiro, Maróstica Junior, & Pastore, 2013). The tuber grows throughout the Andes from Ecuador to Northwest Argentina (Salta and Jujuy). In this last province it is a product of great potential, whose cultivation has been promoted over the past few years, slightly increasing the number of producers interested in this crop. It contains FOS (fructooligosacarides) of low molecular weight and due to the small amount of calories it is attractive and seems to be good for overweight people. Row yacon shelf life is about 15-20 days in environmental conditions.(Leone et al., 2017).

Perception of quality in costumers, there is an abundance of ways in which the term quality, both in food and otherwise, has been defined. There is general agreement that quality has an objective and a subjective dimension. Objective quality refers to the physical characteristics built into the product and is typically dealt with by engineers and food technologists. Subjective quality is the quality as perceived by consumers.(Grunert, 2005).

Methodology

Yacon roots (Smallanthus sonchifolius) were purchased in local markets of the city of Bucaramanga (Colombia), and were selected taking into account similarity in color and firmness. The study was carried out in the laboratories of the Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga. The yacons were washed and peeled, immediately rinsed with cold water to remove the remains. For characterization of the yacon, we proceeded to

determine moisture, initial color and sugars using a HANNA refractometer. They were then sliced into 2mm, 4mm and 6mm slices, immediately immersed in a solution of citric acid at 1.25% for 2 minutes, and then placed in rest for one minute on paper towels, then placed in the trays and carried Baked until they reached the equilibrium point of moisture. The selected temperatures were 60 ° C, 70 ° C and 80 ° C, and the implementation of the same was randomly assigned. During the process the color change and size of yacon slices and weight loss were recorded. The moisture content was determined using the oven method, that is, to carry a sample of 100 grams of yacon at 100 ° C +2 to constant weight and then using equation (1)

H [%] = (w_i-w_f) / w_i * 100 = (grams of water) / (grams of dry matter + water) Where Wi is the weight of the solid + water (total kg of water plus dry solid) before the drying process, wf is the weight of the sample after the drying process. (Cuervo Andrade, 2011). To measure the acceptance of the final product, a survey was carried out, which was structured in three parts; 1) personal data of the interviewee, 2) characteristics of product quality and 3) marketing and price of the same. The interview was guided by the researchers, which contemplated the tasting of the product at different temperatures, and at different thicknesses. Fifty interviews were conducted with people from different countries who were in the cities of Bucaramanga and San Gil between April and May 2017. The quality characteristics measured in the survey were texture, flavor, color and presentation of the product, with to determine the level of acceptance of this functional product and its presentation.

The drying process of the yacon slices was considered as an experimental design, of a correlational type, in which the initial characteristics of the yacon (sugar and moisture), the temperature and thickness of the slices were compared, with the acceptance of the product. Descriptive statistics (mean, median, maximum maximum, standard deviation and coefficients of variation) were used for the data processing, Shapiro-Wilk normality tests ($n \leq 50$), Spearman linear correlation index, internal consistency alpha Of Cronbach, and non-parametric ANOVA by the Kruskal Wallis method for comparison of independent populations. The analysis of the results was performed using the statistical software IBM SPSS Statistics 24.0.

RESULTS

The tubers were purchased in the different local markets, with prices ranging between $1620 and $ 9000 Colombian pesos per kilo, in the last six months of study. Showing up next

Figure 1. Presentation of the tuber Yacon

Note: 1 = tuber available in local markets. 2 = Color and internal appearance of the Yacon. 3 = Peeled Yacon ready for consumption or processing. 4 = Yacon cuts for the drying process.
Source: self made.

The length of the yacon varied between 6cm and 31cm in the studied sample, with external shades of light brown, dark brown and purple. Internally the tubers presented diverse colors, as shown in figure 2.

Figure 2. Shades of Yacon in fresco.

Source: self made.

The yacon showed very homogeneous initial moisture values, with an average humidity of 84.01%, and a dispersion percentage of only 6.4% with respect to their mean. The minimum value of moisture found was 73.94% and the highest humidity was 93%. The values of glucose, inverted sugar, fructose and Brix sugar presented an average of 11.6, 12.16, 12.55 and 13.09 respectively, with coefficients of variation higher than 20%, indicating a high dispersion of these measurements among the different analyzed tubers. Despite the dispersion of the sugar measurements, the behavior of the variables is normal, according to the Shapiro-Wilk test (See Table 1).

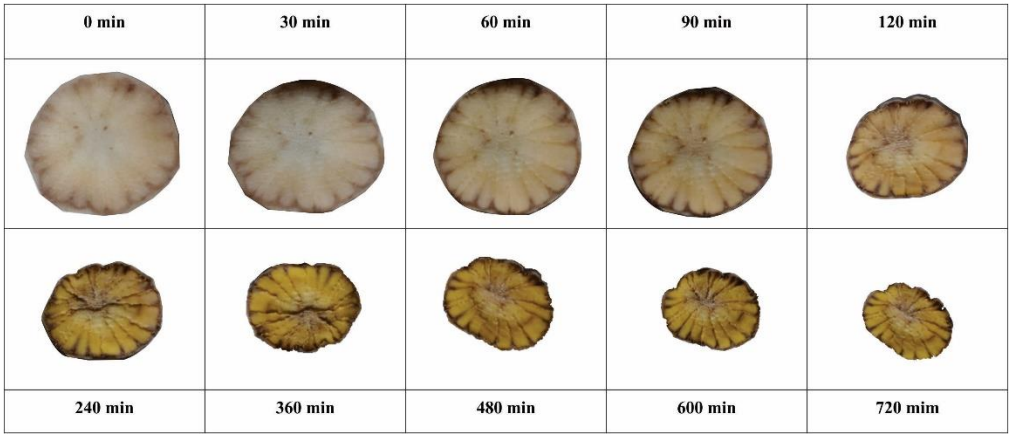
Table 1. Description of the initial characteristics of the Yacon.

	Media*	Mediana	Mínimo	Máximo	DE	CV%	Chapiro-Wilk	p
Glucosa	11,60	11,37	3,60	18,17	3,51	30,2%	,975	,544
Azúcar Inv.	12,16	12,87	4,40	18,73	3,45	28,4%	,973	,494
Fructosa	12,55	13,23	4,30	19,00	3,52	28,1%	,969	,375
Brix	13,09	13,63	5,40	19,60	3,41	26,0%	,976	,595
Humedad	84,01%	84,37%	73,94%	93,00%	5,40%	6,4%		

Note: * = the sample considered was 19 yachts. DE = standard deviation. CV% = coefficient of variation. P = level of significance.

As a conservation strategy for yacon, this tubercle was dried in slices with thicknesses of 2mm, 4mm and 6mm at three different temperatures: 60 ° C, 70 ° C and 80 ° C, finding different results in relation to the texture of the yacon wheels, which vary according to temperature and yacon thickness. The changes observed in the 2mm, 4mm and 6mm yacón wheels, dried at 60 ° C, 70 ° C and 80 ° C respectively (see figures 2, 3 and 4) are shown below.

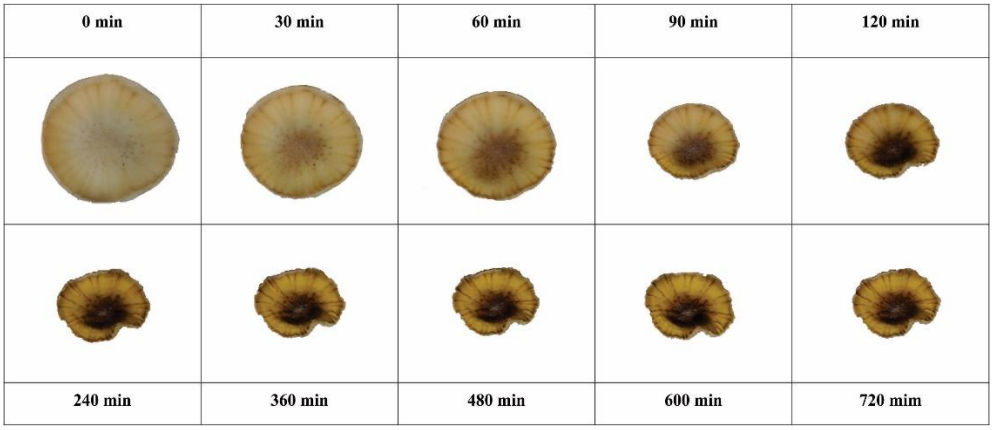
Figure 3. Changes in the yacón wheels of 2mm, in the process of drying the yacon at 60 ° C



Source: self made.

At 60 ° C the drying time varied between 13 and 14.8 hours until the yacon wheels reached the equilibrium point of the humidity. Under this temperature the final moisture content was 1.68% on average (± SD = 0.9%).

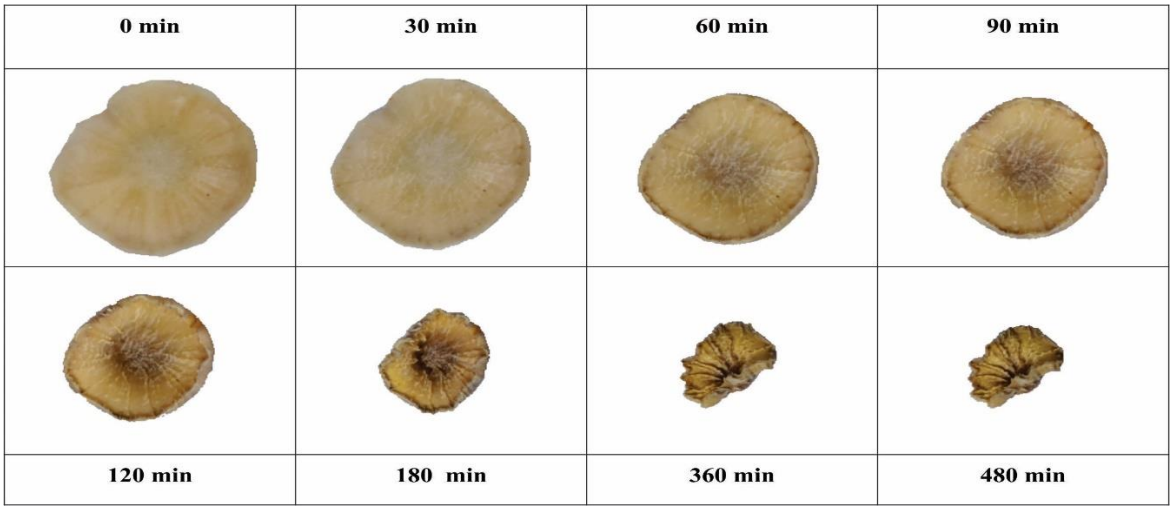
Figure 4. Changes in the yacón wheels of 4mm, in the process of drying the yacon at 70 ° C



Source: self made.

At 70 ° C the drying time varied between 12 and 13.5 hours until reaching the break-even point of the humidity. Under this temperature the final humidity was 1.45% on average (± SD = 1.2%).

Figure 5. Changes in yacon wheels of 6mm, in the drying process of yacon at 80 ° C

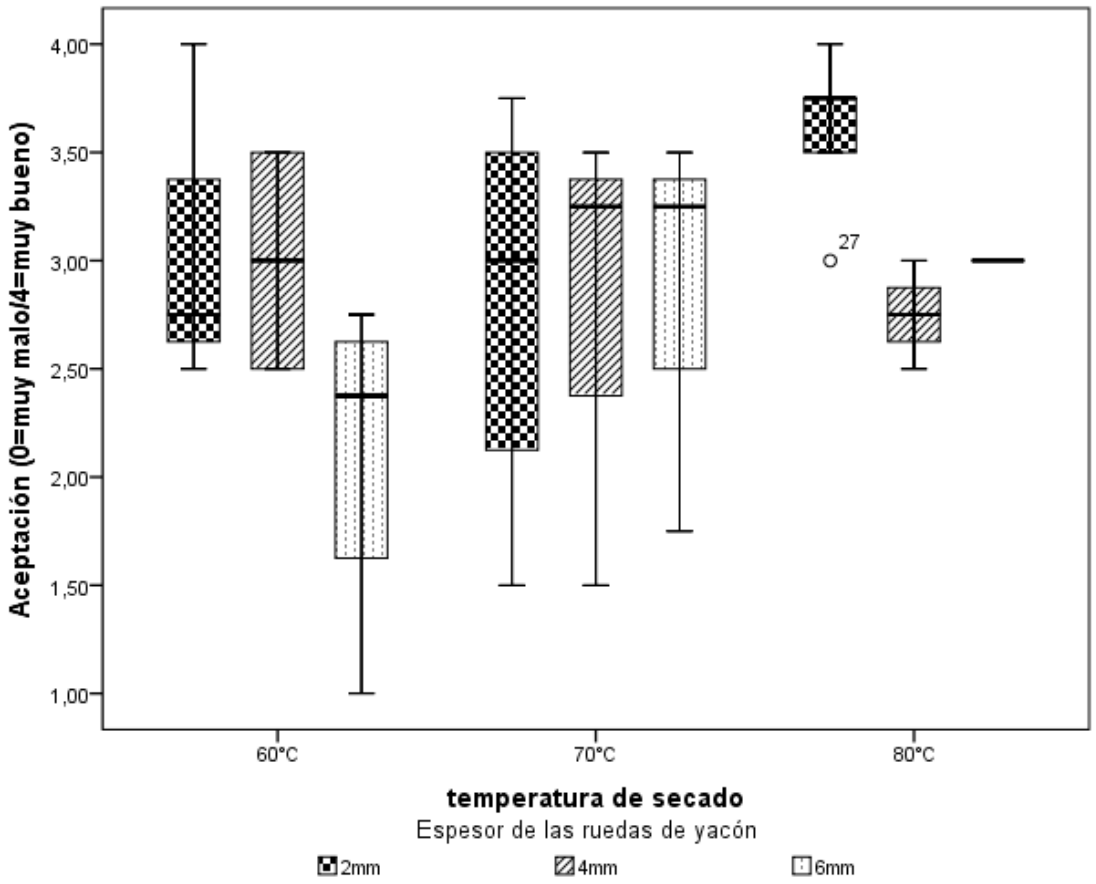


Source: self made.

At 80 ° C the drying time varied between 8 and 9.5 hours until reaching the equilibrium point of the humidity. Under this temperature the final moisture content was 1.01% on average (± SD = 1.68%).

The scale designed to measure acceptance of dried yacon was designed to measure 5 characteristics of the product: flavor, color, shape or presentation of yacon, packaging, perception of nutritional characteristics and consistency. When checking the internal consistency of this scale, it was observed that the packaging and nutritional characteristics were not related to the acceptance, so they were excluded from the final scale, which showed an internal consistency of 0.759 (good reliability).

Figure 6. Acceptance of dry yacon under the combination of drying parameters.



Source: self made.

Figure 6 shows that the combination of drying parameters that showed the best acceptance score was 80 ° C with a thickness of 2mm, on the contrary, the product processed at 60 ° C and thickness of 6mm was the one with the lowest acceptance . When comparing these results by non-parametric tests, it is observed that for the interviewees, the thickness of 6mm is below in preference, relative to the thicknesses 2mm and 4mm (χ _ ((2)) ^ 2 = 5.714; p = 0.057), Similarly there are differences in color, preferring the thickness 2 mm on the 6mm (χ _ ((2)) ^ 2 = 7.434; p = 0.024), finally the acceptance of the product is better for 2mm of thickness on the 6mm (χ) ((2)) =2 = 4.641, p = 0.098).

When considering drying temperatures, the consistency is best significantly in the samples dried at 80 ° C, relative to what is observed under the temperatures of 60 ° C and 70 ° C (χ ((2)) ² = 6.564; P = 0.038), on the other hand, the color is less accepted in samples dried at 60 ° C (χ _ ((2)) ^ 2 = 5.44; p = 0.066), finally, at 80 ° C the general acceptance of Product is better than that observed at 70 ° C and in turn, the two temperatures above that recorded at 60 ° C (this last statement is not statistically significant, due to the presence of an atypical value in the sample at 60 ° C) . It is recommended for these results to be more conclusive, increase the sample size used.

Conclusions

The results showed that consumers with a lower level of education tend to be less concerned about certain food nutritional facts compared to those with a higher level of education. The respondents with higher level of income were also more concerned about nutritional perception than those who spent less money on food. Women, families with children or elderly people were also more concerned. Consumers in the used sample preferred to sweet and crunchy sample; paid more attention to the presentation package than the food color and the price maintain an irrelevant in the perception of the product. Drying parameters that showed the best acceptance score was 80 ° C with a thickness of 2mm, on the contrary, the product processed at 60 ° C and thickness of 6mm was the one with the lowest acceptance.

References

Athukorala, P. C., & Sen, K. (1998). Processed food exports from developing countries: patterns and determinants. *Food Policy*, *23*(1), 41–54. http://doi.org/10.1016/S0306-9192(98)00019-0

Bogue, J., Collins, O., & Troy, A. J. (2017). *Chapter 2 – Market analysis and concept development of functional foods*. *Developing New Functional Food and Nutraceutical Products* (Vol. 2). Elsevier Inc. http://doi.org/10.1016/B978-0-12-802780-6.00002-X

Choque Delgado, G. T., da Silva Cunha Tamashiro, W. M., Maróstica Junior, M. R., & Pastore, G. M. (2013). Yacon (Smallanthus sonchifolius): A Functional Food. *Plant Foods for Human Nutrition*. http://doi.org/10.1007/s11130-013-0362-0

Grunert, K. G. (2005). Food quality and safety: Consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*, *32*(3), 369–391. http://doi.org/10.1093/eurrag/jbi011

Jongwanich, J. (2009). Impact of food safety standards on processed food exports from developing countries. *ADB Economics Working Paper Series*, *154*, 1–28. http://doi.org/10.1016/j.foodpol.2009.05.004

Leone, R. de S., de Andrade, E. F., Ellendersen, L. N., Tais da Cunha, A., Chupel Martins, A. M., Granato, D., & Masson, M. L. (2017). Evaluation of dried yacon (Smallanthus sonchifolius) as an efficient probiotic carrier of Lactobacillus casei LC-01. *LWT - Food Science and Technology*, *75*, 220–226. http://doi.org/10.1016/j.lwt.2016.08.027

Liu, A., & Niyongira, R. (2017). Chinese consumers food purchasing behaviors and awareness of food safety. *Food Control*, *79*, 185–191. http://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.03.038

Siró, I. N., Ká Polna, E., Ta, B., Polna, K., & Lugasi, A. (n.d.). Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance—A review. http://doi.org/10.1016/j.appet.2008.05.060

Tollin, K., Erz, A., & Vej, J. (2016). *The strategic viewpoints of innovation and marketing teams on the development of novel functional foods*. *Developing New Functional Food and Nutraceutical Products*. Elsevier Inc. http://doi.org/10.1016/B978-0-12-802780-6.00004-3

Frewer, L. J., Scholderer, J., & Lambert, N. (2003). Consumer acceptance of functional foods: Issues for the future. British Food Journal, 105 , 714–731.

Hilliam, M. (1998). The market for functional foods. International Dairy Journal, 8 , 349–353.

Jago, D. (2009). Functional foods, market trends. In Functional foods symposium, Amsterdam, Mintel .

Jones, P. J., & Jew, S. (2007). Functional food development: *Concept to reality.Trends in Food Science and Technology, 18 , 387–390.*

Krygier, K. (2007). Functional foods in Poland. In Proceedings of the 4th international FFNet meeting on functional foods, Budapest .

Krystallis, A., Maglaras, G., & Mamalis, S. (2008). Motivations and cognitive structures of consumers in their purchasing of functional foods.Food Quality and Preference, 19 , 525–538.

Menrad, K. (2003). *Market and marketing of functional food in Europe.Journal of Food Engineering, 56 , 181–188.*

SECTOR SERVICIOS DEL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA, MOTOR DE OPORTUNIDADES COMERCIALES MEDIANTE EL ESTABLECIMIENTO DE MODELOS DE INTERNACIONALIZACIÓN CON EMPRESARIOS DE LA INDIA

María José Tuirán Tordecilla [138] Vanessa Ramírez Olarte [139]

RESUMEN

India, "El punto brillante", ha adquirido durante los últimos años un aumento significativo en materia económica, consolidando su economía como una de las más grandes a nivel mundial al presentar un crecimiento económico anual de 7,9% para el año 2016, superior al ritmo del "Gigante asiático" (DatosMacro, 2017). Por tal razón, ante el panorama internacional y las expectativas de crecimiento que ha desarrollado, los países están generando relaciones bilaterales con este país, mientras que otros por su parte están fortaleciendo las relaciones existentes, como lo es el caso de Colombia, quien ve una oportunidad para aumentar el comercio con este mercado tan importante a través de productos y/o servicios de demanda potencial; fortalecimiento de la inversión extranjera directa y la consolidación de alianzas estratégicas, en busca de diversificar el riesgo comercial.

Para ello, Santander ha identificado algunos sectores claves y negocios que podrían llevarse a cabo con India orientados al sector terciario de la economía, puesto que este país se ha especializado en la exportación de servicios, particularmente en los sectores de informática, telecomunicaciones, tecnologías de la información y proyectos de outsourcing debido a la gran cantidad de fuerza trabajadora, talentosa y educada. Al mismo tiempo, el sector servicios es uno de los sectores potenciales en materia de oportunidad de inversión en Santander, sumado a factores determinantes como educación, salud, sostenibilidad ambiental, tamaño de mercado, instituciones financieras y viabilidad económica del Área Metropolitana de Bucaramanga que le han permitido al departamento ubicarse en el cuarto

[138] maria.tuiran.2014@upb.edu.co
[139] vanessaramirez0308@hotmail.com

lugar de competitividad a nivel nacional y como uno de los principales puntos de atracción para la Inversión Extranjera Directa, según el último informe emitido por el Consejo Privado de Competitividad. Además, cabe resaltar el auge generalizado del sector servicios gracias al posicionamiento de la Zona Franca Santander, la cual ha sido gestora y promotora del desarrollo y crecimiento económico en este sector.

Por estas razones, es importante saber aprovechar las similitudes existentes entre ambas regiones, para que las empresas puedan establecer encadenamientos productivos y modelos de internacionalización a través de los cuales logren generar beneficios en términos de transferencia de tecnología, capacitación y desarrollo empresarial.

Conforme a esto, se hace necesario que los empresarios santandereanos conozcan aspectos tanto comerciales como culturales de India, ya que es un país que no admite generalizaciones ni en su cultura ni en su economía, por ende es importante tener noción de la forma en que los empresarios de India perciben y actúan en el mundo de los negocios; conocer los principales modelos de internacionalización, cuales podrían utilizarse de acuerdo a las características de ambos mercados y determinar tanto las principales oportunidades del sector servicios como las debilidades para desarrollar negociaciones más dinámicas y eficientes.

Palabras Claves: India, crecimiento, alianzas, servicios, outsourcing, modelos, encadenamiento productivo, Zona Franca.

ABSTRACT

India, "the bright spot", has acquired in recent years a significant increase in economic matters, consolidating its economy as one of the largest in presenting an annual economic growth of 7.9% for the year 2016, superior to the rhythm of the "Asian Giant". For this reason, before the international panorama and the expectations of growth that has developed, countries are generating bilateral relations with this country, while others for their part are strengthening existing relationships, as is the case of Colombia, who sees an opportunity to increase trade with this important market through products and/or services of potential demand, strengthening of foreign direct investment and the consolidation of strategic alliances, looking to diversify the commercial risk.

For that reason, Santander has identified some key sectors and businesses that could be carried out with India aimed to the tertiary sector of the economy, because this country has specialized in the export of services, particularly in sectors such as computer, telecommunications, information technology and outsourcing projects due to the large amount of workforce, talented and educated. At the same time, the services sector is one of the potential sectors in the field of investment opportunities in Santander, reason to the positioning of the Free Zone, who has been managing and promoting the economic growth and development of this sector.

According to this, it is necessary that the Santander businessmen know commercial and cultural aspects of India, because it's a country that doesn't support generalizations in its culture or in its economy. Therefore it's important to have a notion of the way in which the employers in India perceive and act in the world of business; to know the main models of internationalization, which could be used according to the characteristics of both markets and determine the main opportunities in the services sector as the weaknesses to develop more dynamic and efficient negotiations.

Key Words: India, growth, alliances, services, outsourcing, models, productive chain, Free Zone.

INTRODUCCIÓN

El país asiático, India, durante los últimos años ha logrado un crecimiento económico notorio posicionándose inclusive por encima de China en el año 2016, con un crecimiento económico de 7,9% lo cual demuestra sus pretensiones de convertirse a futuro en un gigante económico y político. Esto se debe en gran parte, a los impactos importantes en la caída de los precios de petróleo, puesto que India es un importador de petróleo neto; por consiguiente, el petróleo ha sido el gran impulsor del crecimiento para este país durante la coyuntura internacional.

Asimismo, es importante resaltar el protagonismo de las industrias de tecnologías de información y tercerización, desarrollo de software, diseño web, posicionamiento de buscadores, proyectos multimedia, centros comerciales de aprendizaje interactivo, entre otros subsectores que consolidan el concepto de servicios, término referente a la introducción de tecnologías digitales en la industria. Lo anteriormente dicho, ha permitido ubicar a este país como líder en subcontratación, tecnologías de información y gestión de procesos de conocimientos, gracias a factores como la innovación, la determinación empresarial, mano de obra altamente cualificada y altos estándares de calidad.

Por otro lado, la economía del Área Metropolitana de Bucaramanga formada por Bucaramanga, Piedecuesta, Girón y Floridablanca, también se caracteriza porque gran parte de su PIB se debe al sector de los servicios, lo que hace que se convierta en una de las regiones más atractivas y sostenibles para invertir en dicho sector. La Zona Franca de Santander ubicada en el AMB ha sido gestora y promotora del desarrollo y crecimiento económico de esta industria, enfocada en empresas divididas en los subsectores ITO, BPO, KPO, servicios de apoyo, manufactura de alto valor agregado y logística.

Dadas las circunstancias resulta necesario hacer un estudio detallado de cuáles son las oportunidades comerciales que tienen los empresarios de la Industria de servicios del AMB con empresarios del país asiático, analizando factores tanto culturales como comerciales de tal forma que se intensifiquen las relaciones y negocios entre el AMB e India.

MARCO TEÓRICO

Los referentes bibliográficos para adelantar la presente investigación son de artículos investigativos principalmente como *"Trade for Development in Latin American Economic Outlook"*, realizado por la OECD Publishing; Kyle Eischen con su artículo *"Los servicios de tecnología de la información en la India"* y *"Análisis de los factores claves que han llevado a la India al éxito en la industria del software*", siendo un artículo de la facultad de Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Asimismo, se analizó un

artículo de Juan Carlos Serrano Soria titulado “El Sector Servicios en la economía global: trasformaciones y consecuencias” para hacer referencia al sector servicios a nivel mundial

En cuanto a los componentes culturales de la India, se utilizó el libro de Frank L. Acuff llamado *“How to Negotiate Anything with Anyone Anywhere around the World”*, el cual presenta de forma muy detallada cuales son las costumbres, tradiciones, forma de negociar y características de este país que son necesarias tener en cuenta a la hora de establecer relaciones comerciales con la India. Este componente cultural también está fundamentado en el artículo *“Hacer negocios en India, una guía para directivos occidentales”* de Rajesh Kumar y Anand Kumar Sethi.

En primera instancia partiremos de la importancia actual de India en la economía mundial, un país que sin lugar a dudas ha logrado consolidar un papel muy importante en la industria mundial de servicios de tecnología de la información. A partir de esto, citaremos Kyle Eischen quien identifica el trabajo profesional y calificado como factor determinante que impulsó la industria e hizo ampliar los servicios globales de tecnologías de información de forma constante, hasta invadir el escenario internacional y convertirse en el primer exportador mundial de software y servicios informáticos. De igual forma, Mónica Blanco, docente de la Universidad Autónoma en su artículo hizo énfasis en el impacto de “la gran revolución” que ha ocasionado el avance de la información y del sector servicios a nivel general, como lo es el desarrollo económico del país, otorgando empleos, incentivando la innovación, evolucionando en tratados de migración, desarrollo del talento humano, desarrollo de los instrumentos de protección a la propiedad intelectual, así como mejorando la competitividad y el desarrollo productivo, eficiente y rentable del país para tener actualmente un PIB de 7,9% (superior al del gigante asiático, China) durante el año 2016, según informe del Banco Mundial.

Según el artículo de la OECD Publishing, la economía de India seguirá creciendo basada en el sector de las TI, Externalización de procesos de negocios “Outsourcing” o BPO, KPO, entre otros subsectores que conforman la Industria de servicios, ¿pero qué es la industria de los servicios? Para tal definición, citaremos a Juan Carlos Serrano, quien propone una definición orientada a “una organización destinada a cuidar intereses que no son materiales o satisfacer necesidades no tangibles, públicas o privadas”. Con base en esto, se contrasta el desarrollo del sector servicios del Área Metropolitana de Bucaramanga en materia de Tecnologías de la Información, sector de telecomunicaciones y procesos de tercerización debido al posicionamiento de la Zona Franca de Santander y a la excelente mano de obra de la región. Dicho lo anterior, ante la búsqueda de escenarios que arraiguen relaciones comerciales con ambas regiones, se hace necesario el estudio de componentes culturales que se deben tener en cuenta para evitar que se presenten choques o distancias culturales al momento de tener cercanía con empresarios de la India, por lo cual otras de las fuentes en

las que decidimos basar este proyecto fue el libro de Frank L. Acuff que proporciona información entendible y permite establecer diferencias entre ambas culturas.

OBJETIVO GENERAL

Determinar las oportunidades comerciales del sector servicios del Área Metropolitana de Bucaramanga al establecer relaciones con empresarios de la India

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los factores culturales de India a la hora de establecer relaciones comerciales con empresarios del Área Metropolitana de Bucaramanga.
- Determinar las políticas comerciales celebradas entre Colombia e India durante los últimos 20 años.
- Realizar un comparativo del desarrollo industrial de la India y del Área Metropolitana de Bucaramanga, tomando en cuenta el sector servicios
- Establecer estrategias de negociación que le sean útiles a los empresarios al momento de negociar con empresarios de la India.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación, se aplica un análisis de tipo documental a través de fuentes secundarias de información. Para tal fin se establecieron dos fases fundamentales. La primera fase está compuesta por dos etapas fundamentales: Una primera etapa que consiste en la exploración de antecedentes del desarrollo económico de la India basado en el sector servicios y una segunda etapa, realizando un comparativo entre el tipo de industria implementada en el Área Metropolitana con respecto a los servicios de la India. La segunda fase es de carácter exploratorio, involucrándose con las empresas ubicadas en la Zona Franca de Santander cuyas empresas estén relacionadas con subsectores tales como BPO, KPO, Outsourcing, entre otros. Esta fase también se compone de 2 etapas, las cuales son: La primera identificando los factores culturales de empresarios de la India y del AMB y una segunda etapa a través de la determinación de estrategias de negociación útiles para las empresas del AMB.

RESULTADOS

1- ANTECEDENTES: “INDIA EL PUNTO BRILLANTE”

Durante más de 20 años, la India y China han estado compitiendo por la parte del león de la fabricación global y hasta hace poco parecía que China estaba a punto de ganar la batalla. De hecho, el aporte de la manufactura de India sigue siendo un 13% frente a 30% de. Sin embargo, se ha venido presentando una oportunidad para invertir la tendencia en favor de la

India, en China la reducción de arbitraje laboral y fortalecimiento yuan frente al dólar de los Estados Unidos han animado a los inversionistas a mirar hacia destinos más rentables como Vietnam, India e Indonesia. Hacer negocios con India se ha tornado en un asunto de coyuntura económica, puesto que hoy por hoy India se ha posicionado como la segunda economía de mayor crecimiento en el mundo. Lo anterior dicho lo ha logrado con factores tales como; su gobierno estable, medio de comunicación libres, mercado de consumo, instituciones independientes, recursos naturales , elevada población y políticas ambiciosas, entre otras. Estos enumerados anteriormente aseguran una relación comercial prometedora con India.

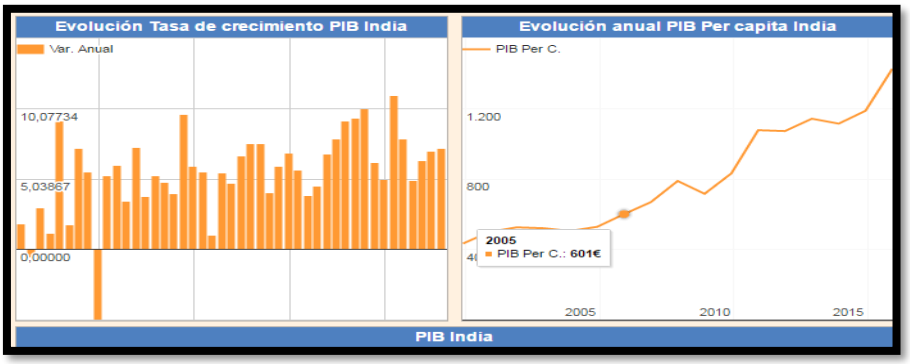
"La economía India sigue creciendo a buen ritmo y mantiene una fuerte posición en el mapa global. El PIB del país ha estado creciendo a una tasa promedio del 8,5% durante los últimos cinco años. Hoy en día, es uno de los destinos más atractivos para empresa en expansión", expresó Trabajaran Sellamuthu, profesor de la Escuela de Negocios de Uninorte.

La razón de la importancia de india en el contexto global ejerciendo es un impacto positivo para los países que desean establecer relaciones comerciales, radica en factores como lo son su demografía. India cuenta con una población cerca de 1.200 millones de habitantes, de los cuales 65 por ciento tiene entre 15 y 64 años de edad y muchos de ellos poseen grandes ingresos. Otros factores influyentes son: la creciente población de clase media, la competitividad de costes y el fuerte consumo interno, junto con la capacidad de India para hacer resistencia frente a los desafíos de la turbulencia económica mundial.

2- DESARROLLO DE INDIA Y DEL AMB

2.1 INDIA

De acuerdo a la investigación realizada, se puede decir que desde los años noventa India al igual que China, ha experimentado un espectacular desarrollo después de un largo periodo de estancamiento económico por cuenta de políticas de intervención del estado. Sin lugar a dudas, la implementación de políticas de libre mercado transformó la economía y cambió la vida de cientos de millones de sus habitantes y aunque China ha mostrado un crecimiento económico que recurrentemente llevaba la ventaja en la disputa económica entre las dos naciones más pobladas del planeta, la situación ha cambiado debido al proceso de ralentización que afronta el gigante asiático y del cual India ha resultado inmune. En base a lo anterior, para el año 2015 India tuvo un crecimiento económico de 7.3% superior al 6.9% obtenido por China



Fuente: Datosmacro.com

2.1.1 Educación

Entre tanto, mientras China afronta un nuevo modelo de desarrollo económico, India ha trabajado en la alfabetización y educación, de tal forma que el rango de alfabetización está en el 63% esto significa que más de 650 millones de personas en el país son educadas. Este número es más grande que el de cualquier población en los países más avanzados y claramente le da ventaja a India. El país es apto para atraer inversiones extranjeras directas y proyectos de outsourcing de otros países porque tiene una gran cantidad de fuerza trabajadora talentosa y educada que puede proveer las necesidades de otros países.

También es el país con mayor número de ingenieros cualificados y el tercero con mayor reserva de mano de obra tecnológica. Todo ello lo sitúa entre uno de los cinco países con mayor potencial para la inversión extranjera, según la última entrega de las Notas de Análisis y Prospectiva de la Fundación AUNA.

2.1.2 Inversión Extranjera Directa

Asimismo, India se encuentra en el cuarto rango del mundo en términos de poder de compra, esto ha atraído a miles de compañías extranjeras a invertir en la India. Compañías de varios sectores como tecnologías de información, biotecnología, automotriz y telecomunicaciones han iniciado sus operaciones aquí. Esto ha incrementado las oportunidades de empleo de las personas, y a su vez ha incrementado el consumo.

India encabeza hoy el mundo como el mayor receptor de inversión extranjera en empresas completamente nuevas. Por su parte, el Fondo Monetario Internacional dijo que esperaba que en 2020, India continuara siendo una economía importante de mayor crecimiento en el mundo.

2.1.3 Fortalecimiento del Sector Servicios

Se estima que los servicios representan alrededor de 60% del PIB, el cual contribuye con 35% del empleo total y representa una elevada participación en los flujos de inversión Extranjera Directa, y si se mide en términos de valor, representa más de una cuarta parte de las exportaciones totales.

Por ello, se puede decir que India se ha especializado en la exportación de servicios, particularmente en sectores como la informática, donde verdaderos ejércitos de programadores trabajan para firmas locales y extranjeras ayudando a redactar los códigos con los que operan muchas de las computadoras

del mundo. Para el año 2005 en India se encontraban 42 de las 52 empresas de software certificadas, según datos arrojados por la Fundación Auna. Esta urbe reunía a 240.000 empleados de la industria del software y servicios informáticos, lo cual deja ver como poco a poco, esta industria ha ido adquiriendo poder.

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector *(en % del empleo total)*	49,7	21,5	28,7
Valor añadido *(en % del PIB)*	17,4	30,0	52,6
Valor añadido *(crecimiento anual en %)*	-0,2	5,9	10,3

Fuente: World Bank, 2016

2.2 Área Metropolitana de Bucaramanga

El AMB está conformada por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta, en donde se concentra el 50.51% de la población la cual es urbana en un 96%. Esta zona es el espacio concentrador de la industria manufacturera en Santander y posee el mayor grado de especialización en el sector servicios; se reconoce como el mayor centro de negocios del nororiente colombiano y tiene la más importante plataforma científica tecnológica generadora de conocimiento con influencia subregional, regional e internacional, además de contar con una importante capital con buena imagen a nivel nacional.

2.2.1 Sector servicios

Para David Ortiz castaño, el artículo titulado: 'El área metropolitana de Bucaramanga tuvo la tasa de desempleo más baja del país', publicado en vanguardia liberal, habla sobre el crecimiento que tuvo el sector servicios; con un 18% en el 2014 con respecto al año 2013. Cifra que alcanzó un total de 128 mil puestos de trabajo en este sector.
Esto se contrasta con cifras del DANE, según la cual, el 38% de la economía de Santander gira alrededor de los servicios, lo que hace que se convierta en el segundo sector de la economía santandereana seguido de la agricultura y en una de las regiones más atractivas y sostenibles para invertir en Outsourcing y Offshoring según la consultora internacional Tholons. Por otro lado, es importante hacer énfasis que para Pro Colombia, el sector servicios en el Área Metropolitana de Bucaramanga es uno de los sectores potenciales en materia de oportunidades de inversión, ya que ofrece servicios de BPO (Business Process Outsourcing), KPO (Knowledge Process Outsourcing), Software y servicios TI (Tecnología de Información), TIC's, Infraestructura hotelera y turística, salud, entre otros servicios.

2.2 Zona Franca de Santander

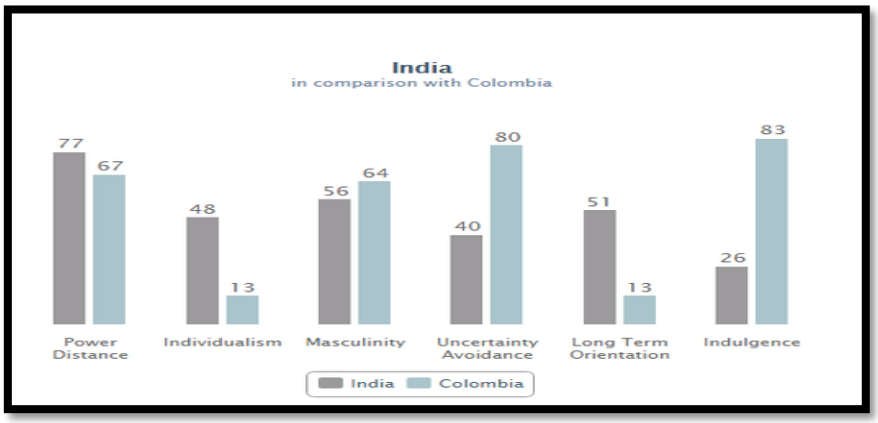
Lo anteriormente dicho se puede brindar gracias a la posición de la Zona Franca de Santander quien ha sido gestora y promotora del desarrollo y crecimiento económico de este sector. Ha estado presente en la región desde el 2007 ha tenido un gran avance en el desarrollo económico y sostenible para la región, actualmente es la Zona Franca que más empleos ha generado con respecto a las zonas creadas en 2009. Fue creada desde su inicio como una plataforma de clase mundial para la industrialización de bienes y la prestación de servicios y operaciones globales de deslocalización y tercerización

Actualmente en la Zona Franca Santander Offshoring & Outsourcing Park se encuentran instaladas empresas locales y extranjeras de diferentes sectores, lo que hace que la Comunidad ZFS sea heterogénea y pueda generarse sinergia e interrelación entre las mismas, fortaleciendo el ambiente de negocios, el concepto de Servicios Globales en la región y la plataforma de exportaciones y compra de servicios. Está enfocada en el sector servicios, cuenta con una estructura óptima, organizaciones de apoyos adecuadas, un ambiente favorable para la innovación y el emprendimiento y está compuesta por 40 empresas, divididas en los sub sectores ITO, BPO, KPO, servicios de apoyo, manufactura alto valor agregado y logística.

Fuente: Zona Franca Santander

3. ASPECTOS CULTURALES

3.3 DIMENSIONES CULTURALES



3.3.1 Poder en la organización: Tanto como India y Colombia, evidencian una sociedad muy jerárquica, la población acepta su lugar y son conscientes de la existencia de brechas en las cuales se manifiesta la desigualdad, la subordinación continua y la presencia de líderes que imponen sus decisiones.

3.3.2 Individualismo vs colectivismo:

India, con una puntuación intermedia en lugar de 48, es una sociedad con ambos rasgos individualistas y colectivistas. El lado colectivista significa que existe una alta preferencia por pertenecer a un marco social más amplio en el que las personas deben actuar de acuerdo al mayor bien de uno definido en grupo(s). El aspecto individualista de la sociedad india es visto como un resultado de su religión dominante/filosofía, el Hinduismo. Por otro lado, Colombia es muy colectivista, es decir, prima el interés común sobre el bienestar personal y todos trabajan conjuntamente para la consecución de metas y objetivos grupales a cambio de lealtad.

3.3.3 Masculinidad vs feminismo: India 56 puntuaciones en esta dimensión y, por lo tanto, es considerada una sociedad masculina. La India, es en realidad muy masculina en términos de presentación visual del éxito y del poder. La etiqueta de la marca del diseñador, el flash y la ostentación que va con la publicidad del éxito, se practica ampliamente. Colombia tiene una alta calificación en esta dimensión, lo que va más acorde con el grado de competitividad y materialismo que se observa en el país.

3.3.4 Evasión a la incertidumbre: La evitación de la incertidumbre dimensión tiene que ver con la forma en que una sociedad se ocupa del hecho de que el futuro nunca se puede saber. El grado en que los miembros de una cultura se sienten amenazados por situaciones ambiguas o desconocidos. India, con 40 puntuaciones presenta una media baja preferencia por evitar la incertidumbre.

3.3.5 Orientación a largo plazo Con una puntuación intermedia de 51 en esta dimensión, una preferencia dominante en la cultura india no puede ser determinada. En la India el concepto de "karma" domina el pensamiento filosófico y religioso. El tiempo no es lineal, y por lo tanto no es tan importante como para las sociedades occidentales que normalmente baja puntuación en esta dimensión.

3.3.6 Indulgencia:

La India recibe una puntuación baja de 26 en esta dimensión, lo que significa que es una cultura de la moderación. Las sociedades con una baja puntuación en esta dimensión tienen una tendencia de cinismo y pesimismo. Además, en contraste con las sociedades indulgente,

moderaron las sociedades no ponen mucho énfasis en el control de tiempo de ocio y la satisfacción de sus deseos.

4. ASPECTOS COMERCIALES

Con la liberalización del comercio, India, comenzó a expandirse en diferentes mercados y a dar paso al mundo de los negocios, esto gracias a la continuidad de las reformas económicas, las cuales se basaban en la apertura económica, la disminución del grado de intervención del Estado en la economía y la liberalización de servicios claves. Las reformas comerciales se centraron principalmente en la reforma arancelaria y en la supresión de las restricciones cuantitativas de las importaciones.

En el 2008 se creó la Cámara Colombia India de Comercio e Industria, que ha ayudado a dinamizar la relación entre ambas naciones. En el 2009 ese intercambio fue de 946 millones de dólares y saltó en el 2013 a 4.137 millones. En el 2012 se trasladó una de las grandes empresas del país asiático, Genpact, una empresa tecnológica líder global en BPO quien abrió sus oficinas en Bogotá.

Para el año 2013 se contaba con 36 compañías indias de sectores como el de automotriz, informático y el energético, las cuales se acentuaron en el territorio colombiano, en paralelo al aumento de exportaciones al país asiático que pasó de 632 millones de dólares en 2009 a más de 290 millones en 2012 y actualmente. El embajador anunció que al consolidar las cifras del 2014 daría un resultado similar, aunque se podría alterar a futuro el monto, dado que el 95 por ciento de las exportaciones nacionales son petróleo, cuyo precio ha colapsado en los últimos meses. Existen registros de 120 empresas colombianas que han llevado productos a India, siendo los principales petróleo, energía y oro. Aunque también se destacan los dulces, madera, flores, fragancias, cosméticos y productos de corte intelectual.

En el 2014, la India ocupó el quinto puesto entre las inversiones externas, con casi 1.000 millones de dólares, y, de acuerdo con su embajador, hay interés de empresarios de biocombustibles y del sector farmacéutico en llegar. Otros campos posibles son educación, turismo y programas de bilingüismo.

4.1 Acuerdos entre Colombia e India

En el año 2009 se dio lugar a la firma del *Acuerdo de Promoción y Protección a la Inversión Bilateral,* con el objetivo de establecer un marco jurídico justo y transparente que promueva la inversión a través de la creación de un ambiente estable y previsible que proteja al inversionista, su inversión y los flujos relacionados, sin crear obstáculos innecesarios a las inversiones provenientes.

De esta forma, en el año 2011 también se firmó un acuerdo para evitar la Doble Tributación (ADT), que tiene por objetivo evitar que los inversionistas de ese país y los colombianos paguen impuestos dos veces, en la nación de origen de la inversión y después en la de destino.

En cuanto a las barreras comerciales, India ha liberalizado en gran medida, su política arancelaria y de importaciones en los últimos años. En abril de 2001, eliminó las restricciones

cuantitativas, suprimiendo la licencia ADEX y reduciendo los aranceles fijando el arancel básico máximo en el 25%.

5. SECTOR SERVICIOS

El sector servicios se puede definir como el sector que no produce bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades. Este sector es muy variado y engloba una amplia gama de actividades: comercio, transporte, comunicaciones, servicios financieros, servicios sociales (educación, sanidad), turismo y un largo etcétera.

5.1 Outsourcing o tercerización

Es el proceso por el cual una firma identifica una porción de su proceso de negocio que podría ser desempeñada más eficientemente y/o más efectivamente por otra corporación, la cual es contratada para desarrollar esa porción de negocio. En pocas palabras consiste en que una empresa contrata a una agencia externa especializada en "x" trabajo para hacer algo en que no se especializa.

5.2 Offshoring

Consiste en la deslocalización que realiza una empresa cuando traslada sus sistemas de producción a otro país o región. Esto facilita la mano de obra barata, abre un nuevo mercado debido a que se puede incrementar las ventas en esa nueva ubicación y se puede reducir los costos de fabricación.

5.3 BPO (Business Process Outsourcing)

Consiste en la ejecución por parte de un servicio externo a la empresa de actividades en manos de expertos de administración y el manejo eficiente de aquellos procesos que no están ligados directamente a la naturaleza del negocio.

5.2 Comparativo Sector servicios: India y AMB

De acuerdo a la investigación y el análisis pertinente se puede evidenciar que existe cierta relación en ambas regiones, tanto en el desarrollo del talento humano como en la industria de servicios y su orientación a subsectores de tercerización, tecnologías de información, desarrollo de software y telecomunicaciones.

Por un lado, India se caracteriza por ser líder en software y servicios informáticos, así como también cuenta con gran número de profesionales o ingenieros cualificados y mano de obra tecnológica; por el otro lado, está el AMB que si bien es cierto, la mayor parte de su economía está orientada al sector servicios en el cual el principal recurso es la propiedad intelectual y no la materia prima y claro, el AMB cuenta con dicho capital humano, capaz de promover la calidad y el talento que se requiere para este sector. Incluso en servicios enormemente sofisticados como el de los servicios financieros o algunas tecnologías específicas.

No obstante, es importante resaltar que a pesar de existir similitudes entre ambas regiones, India tiene un grado superior de desarrollo en este tema de tal forma que permite hablar de implementación de Industria 4.0 en el término de tecnología inteligente y a pesar de que en el AMB, con la llegada de la Zona Franca ya se habla de procesos de Outsourcing, Offshoring y tecnologías de información aún hay retos que afrontar para estar bien preparados. Además, India tiene mayor capacidad de mano de obra para atender las necesidades, mantener y actualizar los sistemas de TI de última tecnología y es de muy bajo costo.

A pesar de esto, es necesario aclarar que no se pretende establecer cuál de las dos regiones tiene mayor presencia en esta industria, sino lo que se pretende es identificar oportunidades y posibles encadenamientos que le permitan a ambos sacar provecho de las ventajas que tiene cada uno.

6. Modelos de Internacionalización

6.1 Directos

6.1.1 Inversión Extranjera Directa Sin Alianzas

Durante las últimas décadas ha habido un intenso debate respecto a la implicación de la inversión extranjera directa en el país receptor, cual en la mayoría de situación es un país en vía de desarrollo. A pesar de esta paradoja, por medio de este modelo de internacionalización se generan grandes a primera vista grandes ventajas para el país receptor. La IED ayuda a cubrir las necesidades de financiación que tiene el país receptor para sus inversiones; generalmente esta financiación representa una ventaja frente a una financiación bancaria nacional debido a que se genera en proyectos a largo plazo. La IED facilita la transferencia de tecnología, de igual manera la adquisición de nuevos conocimientos que elevan el capital humano del país receptor. De igual manera se presenta una mejoría en el sector económico, viéndose favorecidos con la dispersión de la tecnología y técnicas implementadas. Además del aporte tecnología, la IED generalmente eleva la productividad de la economía que la recibe, la razón es que estas empresas que cuentan con más experiencia, mejores tecnologías y capital más sofisticado, muestran mayor productividad que los competidores locales, y la presencia de estas obligan al sector en general a elevar sus propios niveles de productividad. Además de estas ventajas específicas nombradas la IED supone más crecimiento económico, más exportaciones, más empleo y más renta por habitante en el país receptor.

6.1.2 Inversión Extranjera Directa Con Alianzas

Una posible estrategia de internacionalización, consiste en realizar encadenamientos con empresas de la India para de esta forma generar **fusiones y/o adquisiciones**. Esto quiere decir, la combinación de empresas nacionales con indias formando una nueva empresa o la compra de una empresa india. Esto con el objetivo de ingresar al mercado hindú, ya que sabemos que este tiene gran reconocimiento en el sector servicios, lo cual dificulta la

competencia; por ello, estos modelos permiten desarrollar sinergias, reducir costos, aumentar ingresos por beneficios estratégicos, poder de mercado, menor costo del capital y por supuesto, la disminución de riesgo y comportamientos negativos en el mercado.

Otra tipo de modelo son los colaborativos o Joint Venture, una excelente alternativa ya sea para ingresar al mercado colombiano o hindú, debido a que en este tipo de inversión las empresas aportan capital y/o activos con el fin de crear otra. En este caso Colombia como empresa local puede aportar capital y conocimiento sobre el mercado e India aportar capital y tecnología. Las ventajas de esto radica en reducir el capital necesario para ingresar a un mercado; mayor acceso al conocimiento de mercados locales; reducción de riesgos políticos y comerciales; evitar barreras de ingresos y menos costos.

6.2 Indirectos

A su vez, también puede ser a través de exportación de servicios desde la Zona Franca, un modelo con mayor facilidad de acceso y bajo riesgo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que en muchas ocasiones son bajas las ganancias y se dificulta la entrada al mercado de destino, así como factores como la tasa de cambio. Por otro lado, están las franquicias de tipo "Management", un tipo de licencia, una opción que en Colombia genera alrededor de 45 mil empleos directos, sin contar con los indirectos que se promueven en temporadas altas. Colombia es el cuarto mercado de franquicias en Latinoamérica, una oportunidad de inversión.

CONCLUSIONES

En el desarrollo de nuestro proyecto de investigación se lograron identificar similitudes entre las economías tanto de la India como del Área Metropolitana de Bucaramanga, resaltando la importancia del sector servicios no solo a nivel regional sino a nivel mundial, debido a que es la vía más eficaz e idónea para el crecimiento económico.

En este orden, el AMB ha trabajado durante varios años en la interacción de este sector, con el objetivo de aprovechar que el talento humano es alto. A lo anteriormente dicho, se le suma la llegada de la Zona Franca de Santander, que se encuentra presente desde 2007 y se ha consolidado como una plataforma de servicios globales, gestora y promotora de desarrollo tanto para Bucaramanga como para su Área Metropolitana.

Por esta razón, ante las fortalezas del AMB, es importante iniciar procesos de integración e internacionalización, en los cuales puedan explotar servicios de Outsourcing, Offshoring, BPO & O, KPO, desarrollo de TI y software. Lo anterior, a través de modelos que permitan encadenamientos productivos en los que se pueden trabajar con empresas de la India. Actualmente, existen también empresas indias posicionadas en el territorio colombiano, sin embargo, es importante seguir trabajando en modos de entrada en ambos países ya sea de forma directa o indirecta, con el objetivo de contribuir a la balanza comercial y al desarrollo

empresarial del departamento para la competitividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, Gabriel. *Capacidad de absorción: aproximaciones teóricas y empíricas para el sector servicios.* 26 de julio de 2015. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29031856006

- Banco Interamericano de Desarrollo: *India: El nuevo grande choque para América Latina. Retos y oportunidades para el comercio y la inversión.* 2009

- Puentes. *¿Es india el socio comercial que Latinoamérica necesita?* 26 de noviembre de 2009. Disponible en: http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/%C2%BFes-india-el-socio-comercial-que-latinoam%C3%A9rica-necesita

- Siddiqui, Huma. *América Latina e India un futuro promisorio.* 25 de enero de 2016. Disponible en: http://www.embajadaindia.org/es/noticias/archivo-noticias/161-noticias-2015/1319-america-latina-promesa-de-negocios-para-india

- Lorieto, Martín. *China e India, nuevas oportunidades y desafíos para América Latina y el Caribe*. 2007. Disponible en: http://www.revistas.usp.br/prolam/article/viewFile/82301/85273

- Prabakaran, Sellamuthu. *Academia/India, un destino atractivo para hacer negocios.*25 de noviembre de 2013. Disponible en: http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/academia-india-destino-atractivo-negocios-86546

- Revista Actualidad. *¿Será India la nueva China? Los factores detrás de su crecimiento económico sin precedentes.* 15 de febrero de 2016. Disponible en: https://actualidad.rt.com/economia/199651-india-nueva-china-crecimiento-economico

- BBC Mundo. ¿Cómo logró India convertirse en la nueva China de la economía mundial? 9 de febrero de 2016. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160208_economia_india_nueva_china_lf

- Data Banco Mundial. *PIB Anual India.* 17 de enero de 2016. Disponible en: http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD

- Portal Santander. *Cifras del comercio exterior.* Disponible en: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/india/cifras-comercio-exterior

- Top 100 Arena. *Las 10 razones principales del crecimiento económico de la India*. 16 de julio de 2012. Disponible en: http://www.top100arena.com/news/528/las-10-razones-principales-del-crecimiento-econmico-de-la-india

INCIDENCIA DE LA HIDROPOLÍTICA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER CASO: REPRESA HIDROSOGAMOSO

Viviana Plata García[140], Carlos Vera Pereira[141]

Resumen

La presente investigación plantea la importancia de un recurso geopolítico considerado como recurso natural, el cual tradicionalmente ha tenido un rol importante para el desarrollo económico de una nación, en este caso la escasez de recursos hídricos, la mala calidad del agua y el saneamiento inadecuado han influido negativamente en la seguridad alimentaria, de subsistencia y de oportunidades de educación en Colombia. Por tal motivo es importante estudiar la incidencia de la hidroeléctrica más grande de este País ubicada en el departamento de Santander; La represa Hidrosogamoso.

Palabras Claves: Recursos Hídricos, Desarrollo Económico, Incidencia

[140] Estudiante de Administración de Negocios Internacionales 6to Semestre UPB, Investigadora del Grupo de Investigación en Contexto de Administración de Negocios Internacionales –GRICANI-.
[141] Estudiante de Administración de Negocios Internacionales 6to Semestre UPB, Investigador del Grupo de Investigación en Contexto de Administración de Negocios Internacionales –GRICANI-..

INCIDENCE OF HYDROPOLITIC IN THE DEPARTMENT OF SANTANDER:

HIDROSOGAMOSO DAM CASE

Abstract

The present investigation raises the importance of a geopolitical resource considered as a natural resource, which has traditionally played an important role for the economic development of a nation, in this case the scarcity of water resources, poor water quality and inadequate sanitation have had a negative impact on food security, livelihoods and educational opportunities in Colombia. For this reason it is important to study the incidence of the largest hydroelectric power plant in this country, located in the department of Santander; The Hidrosogamoso dam.

Key Words: Water Resources, Economic Development, Incidence

1. INTRODUCCION

En la actualidad el agua es más que una fuente de vida; hoy en día el agua desencadena una serie de conflictos, una lucha por la supervivencia y una fuente de riqueza; la falta de acceso al vital recurso es una de las principales causas de desigualdad, pobreza e injusticia social, como también una brecha más que diferencia a los países.

Los recursos naturales y las materias primas vuelven a tener un lugar estratégico para sus economías y su perspectiva de desarrollo a futuro. En este caso, El agua es considerado un recurso vital para la subsistencia de los seres humanos. Por tal razón en 1979 El bioquímico John Waterbury definió la hidropolítica como la capacidad asociada a las instituciones con carácter geopolítico para manejar y gestionar los recursos hídricos compartidos de una manera sostenible.

El objetivo de la presente investigación es recalcar la importancia de la hidropolitica, sus verdaderas implicaciones a partir de la represa hidrosogamoso en el departamento de Santander y estudiar su influencia en los últimos años debido a que la ola ambientalista y la crisis del agua se ha convertido en un tema de interés primordial para todos, inclusive considerado como un tema de seguridad nacional.

2. MARCO TEORICO

2.1 Recurso Geopolítico

Se considera un recurso geopolítico a un recurso natural, el cual tradicionalmente ha tenido un rol importante para el desarrollo económico. En efecto, el contexto internacional actualmente marcado por la escasez y los recursos naturales estratégicos cobran especial relevancia geopolítica y geoeconómica para muchos países de América Latina.

2.2 Represa Hidroeléctrica

Es un sistema diseñado y construido para producir energía eléctrica mediante el aprovechamiento del caudal de los cursos del agua. Los sistemas hidroeléctricos están constituidos por extensos cuerpos de agua llamados embalses. creados artificialmente con construcciones de presas o muralla de gran altura, con el fin de acumular agua en épocas de sequía.

Para el funcionamiento de la represa se deja fluir el agua acumulada en el embalse por medio de conductos, la energía generada se envía mediante cables de alta tensión, hasta las centrales de distribución y transformación de la electricidad.

2.3 Hidropolítica

"La hidropolítica es la capacidad asociada a las instituciones con carácter geopolítico para manejar y gestionar los recursos hídricos compartidos de una manera sostenible, esto es administrando de tal manera que todos los involucrados reciban el recurso, disminuya su despilfarro y se eviten conflictos relacionados a su acceso. Waterbury (1979)"

Es una temática de actualidad que ha causado grandes conflictos y genera grandes cambios en las relaciones internacionales debido a los intereses políticos y económicos que plantea el agua en la actualidad. Para ello los distintos gobiernos legislan en beneficio de un bienestar social, y en consecuencia provocan un conflicto de objetivos.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo documental descriptiva de tipo cualitativa que se encuentra dividida en las siguientes etapas:

1)Búsqueda de información e Impacto Represa Hidrosogamoso; **2)** Régimen Jurídico actual del Agua; **3)** Impactos Socioambientales; **4)** Visita de campo Represa Hidrosogamoso

Bases de datos: Constitución Política Colombiana (1991), CESLA, ISAGEN

4. RESULTADOS

4.1 Represa Hidrosogamoso

Es una central hidroeléctrica de Colombia ubicada en el departamento de Santander, propiedad de la empresa generadora de energía ISAGEN. Utiliza aguas del río Sogamoso en

la generación de energía eléctrica mediante la construcción de una represa de 190 m de altura y una casa de máquinas subterránea con las tres unidades de generación más grande de Colombia. Con 820 MW de capacidad instalada y una generación media anual de 5.056 GWh , es la cuarta hidroeléctrica con mayor capacidad instalada en el país que incrementará nuestra producción de energía alrededor del 60% y pondrá al servicio de los colombianos cerca del 8,3% de la energía que consumen en un año.

Es capaz de abastecer el 50% del consumo de una ciudad como Bogotá. 10% de la energía que Colombia consume en un año.

La Central se encuentra ubicada en Santander, en el cañón donde el río Sogamoso cruza la Serranía de La Paz, 75 km aguas arriba de su desembocadura en el río Magdalena y 62 km aguas abajo de la confluencia de los ríos Suárez y Chicamocha. La presa Latora y el embalse Topocoro están en jurisdicción de los municipios de Girón, Betulia, Zapatoca, Los Santos, Lebrija y San Vicente de Chucurí, que junto con los municipios de Barrancabermeja, Puerto Wilches y Sabana de Torres, ubicados aguas abajo del sitio de presa, conforman el área de influencia del Proyecto.

4.2 **Régimen Jurídico Actual del Agua:**

Constitución Política de Colombia. Artículo 49 y 366.

Art 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud

Art.366. El bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población son finalidades sociales del Estado. Será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.

- Decreto 064_del 15 de febrero de 2012. Por medio del cual se reconoce el derecho al consumo mínimo vital de agua potable en los estratos 1 y 2 en la ciudad de Bogotá.

- Jurisprudencia Relevante.

Sentencia T-270 de 2007. M.P. Jaime Araújo Rentería. Reconocimiento del derecho al agua en el ordenamiento interno.

Sentencia T-725 de 2011. M.P. Nilson Pinilla Pinilla. Disponibilidad, calidad y accesibilidad

4.3 Impactos Socioambientales

LAS DOS CARAS DE LA CREACION DE LA REPRESA DE HIDROSOGAMOSO

La creación de la represa de hidrosogamoso ha traído impactos positivos y negativos en ámbitos políticos, sociales, económicos y ambientales, es por esto es importante analizar dichos factores.

- Un impacto negativo en todos sus factores:

Se acaba la seguridad y soberanía alimentaria de la zona; más de 7.000 hectáreas inundadas, de las cuales el 70% corresponden al Municipio de Betulia; en solo este municipio se

destruyen 6 asentamientos humanos, que desplaza a más de 500 personas, que desarrollan su actividad económica y productiva. de la pesca y agricultura, en la zona; también desplaza y destierra más de 100 familias campesinas de pequeños productores, que hoy producen mas de 2.000 canastas de cítricos; 100 cargas aguacate; más cacao y peces de estanques; además de una finca que produce 80 toneladas anuales de papaya y cachama, que hoy genera trabajo para 65 personas.

La construcción del proyecto que inició en el año 2009, generó un impacto en la geografía del lugar, debido a:

1. La tala de árboles
2. La desviación del caudal del río Sogamoso
3. La inundación de zonas secas

Esto provoca el desplazamiento de la fauna y la pérdida de biodiversidad y de terrenos destinados para ganadería, agricultura, minería; esto gracias a la inundación del río. Esto además de que las condiciones físicas y químicas del río se modifican al estar el agua embalsada.

El desplazamiento de las comunidades residentes en la parte baja del río, generan:

1. Aumento de la inseguridad
2. La construcción de zonas residenciales y comerciales
3. Aumento en la prostitución y delitos sexuales

En Junio 8 de 2014, al iniciar el llenado del embalse, debido a una falla en el sistema se produjo la reacción de más del 70% del caudal del río Sogamoso.

Esta situación afecta a los pescadores, en especial los del municipio de la Playa, donde están indefensos y vulnerables siendo merecedores de indemnización y compensación por parte del gobierno.

- También se generaron aspectos positivos tales como:

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL (PMA)

Restablecimiento de las condiciones de vida de la población a trasladar; Se Diseño este Programa para las familias que habitaban los terrenos a ocupar por el embalse y/o necesarios para las obras de la Central. Incluyó un predio equivalente al de origen de las familias mínimo de cinco hectáreas, una nueva vivienda o mejorada, un proyecto productivo, así como acompañamiento legal y psicosocial, infraestructura social y vías de acceso.

RESTITUCIÓN Y MEJORAMIENTO DE ESCUELAS

Previa concertación con la comunidad se construyeron cinco escuelas y se mejoraron cuatro más en los municipios de Betulia, San Vicente de Chucurí, Girón y Lebrija, beneficiando a 295 estudiantes. Las nuevas escuelas cuentan con aulas de 160 m y conexión a servicios públicos, además de la dotación básica por su funcionamiento.

RESTITUCIÓN DE INFRAESTRUCTURA AFECTADA

Se adelanto un programa para la restitución de la infraestructura que fue ocupada por el embalse. Incluyó la construcción de 51,3 km de vías, 16 puentes y dos túneles viales de 1.100 y 200 m con mejores especificaciones que las de las obras existentes. Las vías y puentes sustituidos durante la construcción del Proyecto son:

1. TramodelavíaBucaramangaa Barrancabermeja, en el sector Capitancitos - Puente La Paz.

2. TramodelavíaaSanVicente,sectorLisboa- La Cananá con las conexiones Peñamorada y Montebello.

3. PuenteGeoVonLengerke,enlavíaGirón - Betulia.

4. PuenteGuillermoGómezOrtizenlavía Bucaramanga-Zapatoca.

5. Apoyo a la salubridad pública

Se desarrollaron estudios en el área de influencia para el control de las enfermedades tropicales y animales transmisores como Chagas, Malaria, Leishmaniasis y Dengue. Suscribimos un Convenio con el Hospital de Betulia que tuvo por objeto la unión de esfuerzos para el mejora- miento del Puesto de Salud de Tienda Nueva y el fortalecimiento de la prestación de servicios de salud mediante la adecuación de las instalaciones, dotación de equipos e insumos médicos y participación conjunta en la realización de brigadas de salud, dirigidas a comunidades del área de influencia del proyecto Sogamoso.

GESTIÓN DEL EMPLEO

En la construcción de la Central Hidroeléctrica Sogamoso trabajaron en promedio 7.338 personas. Con el objetivo de estimular la contratación de mano de obra local,se implemento, en conjunto con la comunidad e instituciones de la zona, un mecanismo para ofrecer oportunidades laborales de manera equitativa y transparente que incluyó: Mesa de Empleo, Comité de Seguimiento al Empleo y la Oficina para la Gestión del Empleo.

4.4 Visita de Campo Represa Hidrosogamoso

Pendiente

5. CONCLUSIONES PARCIALES

- Se puede apreciar que las problemáticas planteadas a nivel Regional (Departamento de Santander) y tambien en un enfoque mundial en torno al agua se encuentran ligadas generalmente a un sinnúmero de otras cuestiones tales como la alimentación, la salud, la energía, la globalización y el medioambiente.
- Un manejo integrado de los recursos hídricos que tenga en cuenta esta interdependencia y los distintos usos que se hacen del agua permite armonizar los objetivos sociales, económicos y ambientales del aprovechamiento de que se trate. En este sentido, un enfoque multidisciplinario de la problemática del agua permite un entendimiento más acabado de todos los aspectos que tanto su aprovechamiento como su suministro plantean.
- El agotamiento y la creciente escasez del agua en el mundo, las recurrentes sequías y el aumento constante de las necesidades ponen de manifiesto la esencia geopolítica de este recurso a todos los niveles, de forma que el control y utilización de este líquido vital constituye una fuente de conflictos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Por otro lado, se establece de hecho una pugna entre agentes diversos con intereses antagónicos, pues unos consideran el agua como un bien comercializable que puede y debe ser privatizado, mientras que otros sostienen que se trata de un bien social y un derecho fundamental de las personas.
- Es evidente que el agua como recurso hídrico es esencial para la vida de le los seres humanos, por tanto, cualquier impacto que se genere por medio de este recurso se verá reflejado directamente en la sociedad de forma positivos ó negativos dependiendo del manejo y utilidad de la misma

- Todas las problemáticas regionales que se han presentado a partir de la creación de la represa hidrosogamoso deben ser solucionadas a tiempo para lograr reducir los impactos negativos futuros mediante medidas internas desde la administración de la represa.

6. BIBLIOGRAFIA

- **Constitución Política Colombiana (1991)**

- **Articulo: Geopolítica y recursos hídricos.**

PROCÓPIO FILHO, Argemiro. (2010). Geopolítica y recursos hídricos.

- **Revista del CESLA, Sin mes, 611-622.**

Kauffer Michel, Edith F. (2010).

- **Documento de Investigación : Relaciones. Estudios de historia y sociedad, XXXI,**

Sin mes, 187-226. -Leão Bordalo, Carlos Alexandre. (2008).

- **Articulo: La gestión de los recursos hídricos a luz de la ecología política: un debate sobre el control público versus el control privado del agua en Brasil**.

Cuadernos de Geografía - Revista Colombiana de Geografía, Sin mes, 117-125.

- **Objetivos de desarrollo sostenible para el 2025:**

Organización de las Naciones Unidas "ONU" (2015)

- **Geopolítica del agua en América Latina 2016: la guerra por el oro azul amenaza el planeta**

Damián Jacubovich (2016)

- **Geopolítica del agua en América Latina: Dependencia, Exclusión y Privatización:**

José Antonio Segrelles Serrano ,*XVI Simposio Polaco-Mexicano, Universidad de Varsovia, 28-30 de agosto de 2007*

- **La geopolítica del agua**

María Querol (2014)

- **10.Articulo " Santurban, el fracaso de la delimitación" sobre sostenibilidad**

Revista Semana (2014)

- **Informe Proyecto Hidrosogamoso**

Santander Competitivo (2014)

- **El lado oscuro de hidrosogamoso:**

http://plataformasur.blogia.com/(2009)

RELACIONES POLÍTICO-DIPLOMÁTICAS COLOMBIA- CHINA: UN ESCENARIO INEXPLORADO

Viviana Andrea Bruce Rojas[142]

INTRODUCCIÓN:

Hoy el mundo está experimentando diversas transformaciones como la mundialización, la creciente interdependencia y la globalización, esto significa que se reconfigurando un nuevo orden regional, en el cual América Latina también es participe. La Alianza del Pacífico es un mecanismo de integración regional que responde a un nuevo multilateralismo mucho más diverso, flexible y autónomo, el cual está conformado por Colombia, Brasil, México y Perú. Este a su vez demuestra los procesos que han venido generándose con el declive de Estados Unidos, como el auge de otras potencias y/o regiones del mundo como China y Asia-Pacífico, respectivamente. China por su parte en tan solo tres décadas se ha convertido en una de las economías más dinámicas a nivel global, por lo que América Latina, y en especial los países pertenecientes a la Alianza del Pacífico tienen su mirada.

Es por esto, que el estudio de las relaciones político-diplomáticas un país miembro de la Alianza del Pacífico, como es Colombia, y China, llevaría a tener; primero, una visión más amplia de lo que significa la Alianza del pacífico en términos geopolíticos, segundo llevaría a ampliar el conocimiento de los beneficios y herramientas que se tienen con la Alianza del Pacífico, que no solo son comerciales. Tercero, generar nuevo conocimiento desde la perspectiva latinoamericanista, ya que se toman postulados teóricos de la teoría de la Autonomía y se debate con una teoría occidental tradicional, como lo es, la teoría de la paz democrática.

[142] Semillero Individuo, Sociedad y Sistema Internacional Universidad de San Buenaventura – Bogotá +57 3132850635
Brucevivi8@gmail.com/vbruce@academia.usbbog.edu.co

Es por esto que se tomará a la democracia como variable interviniente en las relaciones político-diplomáticas entre China y Colombia, esto debido a que la democracia ha sido concebida en las relaciones internacionales como un valor determinante en la construcción de un Sistema Internacional pacífico. Entonces surgiría la pregunta de que sí ¿la democracia sigue siendo determinante en las relaciones internacionales y/o interestatales, en la construcción de paz? Y entonces ¿países como China, no democrático no está construyendo relaciones de paz? ¿y Colombia democrático, determina sus relaciones político-diplomáticas tomando a la democracia como variable interviniente obligatoria, o solo como un valor referente?

Este articulo tiene como objetivo determinar los avances y retrocesos de Colombia miembro de la Alianza del Pacífico en su relacionamiento político-diplomático con China a partir de la democracia como una variable interviniente, para esto primero se determinará desde el planteamiento teórico de la teoría de la paz democrática el concepto de democracia y la importancia de la democracia como variable interviniente en las relaciones internacionales, por otra parte se analizara desde la teoría de la autonomía el concepto de permisibilidad internacional y su visión con respecto al ascenso de China en el escenario latinoamericano.

En tercer lugar, se plantearán los lineamientos de política exterior de Colombia y China, para el relacionamiento político-diplomático en la última década, (antes y después de 2012). Por último, se analizarán los avances y retrocesos en las relaciones político-diplomáticas entre Colombia y China. Para esto se utilizará un tipo de investigación descriptivo-correlacional utilizado un diseño comparativo de las ciencias sociales, para identificar las similitudes y diferencias en materia de política exterior en las relaciones político-diplomáticas de Colombia y China.

LA DEMOCRACIA UN VALOR OCCIDENTAL DESDE LA TEORÍA DE LA PAZ DEMOCRÁTICA

La idea de democracia, surge en Grecia antigua, hace ya más de dos milenios, pero la idea de la democracia como forma de compromiso universal es muy reciente y es, esencialmente, un producto del siglo XX.

A partir del triunfo de las 3 grandes revoluciones (Revolución francesa, americana y Rusa), los llamamientos a la realización universal de ideales dentro de las fronteras estatales al igual que el liberalismo solo pudo triunfar como tradición e ideología, en la medida que llevo a cabo y asumió la fragmentación estatal. Según Peñas (1997), a mediados del siglo XIX, "el liberalismo empezó a dejar de ser un movimiento político específico, forjado en la lucha contra las monarquías feudales y autocráticas, para empezar a ser una ideología"(p.119). Desde entonces el liberalismo se había convertido en una gran tradición en el tiempo de la modernidad occidental, este se enfrentó con el sistema de Estados antes de que estos adoptaran un discurso hegemónico.

Para la teoría de la paz democrática, se concibe a la democracia como una casi perfecta condición para la paz (Salomón, 2001), partiendo del punto, de que en las relaciones internacionales hay dos y solo dos escenarios, la guerra y la paz. En donde se conciben a los Estados no democráticos como una amenaza a la paz, esta última, construida por los países que sí lo son.

Según Peñas (1997), la teoría de la paz democrática parte de tres supuestos, 1) históricamente las democracias liberales nunca o casi nunca se han hecho la guerra; 2) las democracias liberales no son más propensas a la guerra que los Estados no democráticos; 3) aunque las democracias liberales no se hacen la guerra entre ellas, sí han tenido conflictos armados con los Estados no liberales.

Partiendo de esto, según Salomón (2001), las explicaciones a la paz democrática que se han postulado son de dos tipos: las que se apoyan en las características institucionales de la democracia (explicación estructural-institucional) y las basadas en las normas y principios democráticos (explicación normativo-cultural). Y es en esta última en la cual se va a centrar el presente trabajo.

Para entender mejor la concepción de la democracia que se va a abordar, primero se tiene que definir. Partiendo de esto, existen 2 tipos de concepción de Democracia, la primera se entiende como un sistema político, que hace referencia al gobierno de la mayoría, Según Sen "La democracia tiene complejas exigencias, que ciertamente incluyen la votación y el respeto por los resultados electorales. Pero también requiere la protección de libertades, el respeto por los derechos legalmente conferidos, la garantía de discusión libre, la distribución de noticias y comentarios sin censura alguna" (p.6)

Por otro lado, la concepción de democracia como un valor un valor Universal, se defiende desde el punto de vista de la concepción que se tiene del mismo y de sus características. Además, de que se toma como referente o ideal de los sistemas políticos y/o el sistema internacional.

Para Amartya Sen, "el consentimiento universal no es requerido para que algo sea considerado un valor universal. Por el contrario, la idea de un valor universal es que la gente en cualquier lugar pueda verlo como algo de mucho valor. (p. 6)

Este valor de la democracia entra a ser importante en el relacionamiento internacional de los Estados, a partir de la guerra fría. Desde este punto de vista, la mayoría de las relaciones interestatales de los países son guiadas y toman como referente el valor de la democracia.

En el artículo 2 del acuerdo marco de la Alianza del Pacífico se establece que como un requisito esencial para la participación como miembro de la Alianza del pacífico es la vigencia de la democracia (Acuerdo Marco, 2012) lo que muestra que la AP es un organismo que promulga la democracia.

Igualmente, en la Declaración presidencial de Lima, en la cual se estableció la Alianza del pacífico, destaca el fortalecimiento de la democracia como variable interviniente en la voluntad de conformación de la misma (Declaración de Lima, 2011). Este punto cobra mucha importancia si se tomara a la democracia como variable interviniente obligatoria en las relaciones del organismo, con otros y/o con otros Estados, muestra de esto es la relación con China o China como miembro observador de la AP. Esto evidencia que la democracia, aunque es una importante variable, no determina en el momento de relacionarse con otros actores del sistema internacional

China, no es un país democrático, pero sus acciones de cooperación y negociación (acciones de paz), van dirigidas a la construcción de un sistema pacífico y de amistad. En el caso de América Latina, China a través del Segundo Libro Blanco, en el cual muestra su política exterior para con los países de la región, intenta acercarse y fortalecer las relaciones internacionales, tomando como referente la democracia. Pero concibiendo esta como el respeto a los sistemas políticos internos de cada país, y no como un requisito para establecer relaciones diplomáticas.

POLÍTICA EXTERIOR PARA EL RELACIONAMIENTO COLOMBO-CHINO: ENFOQUE HISTÓRICO Y LINEAMIENTOS

Hoy en día, con la existencia de la mundialización, la globalización y procesos de creciente interdependencia, como lo señala Arenal (2009), y en donde los Estados dentro de un Sistema Internacional competitivo, buscan prepararse para tener una posición en la estructura del mismo. La construcción de relaciones tanto políticas, económicas y cultures con actores estratégicos en el S.I, es fundamental para el desarrollo del Estado. A partir de este contexto, Colombia busca diversificar sus relaciones con aliados y socios, que una década antes parecían lejanos, pero que hoy, son fundamentales en las diferentes agendas del S.I; uno de estos es China.

En la relación con China**,** las relaciones diplomáticas, las actividades económicas y financieras y la cultura; son tres aspectos fundamentales, debido a que, con base en ellos, se puede avanzar en la estrategia de acercamiento y trascender a una relación más cercana y fuerte en el ámbito de los negocios con este país. Igualmente, si alguno que estos factores fallasen, la relación puede llegar a un periodo declive.

Desde 1980, Colombia estableció relaciones diplomáticas con la República Popular de China, después de que se adhirió al principio de “una sola China”. Colombia tiene presencia en China a través de su embajada en Bejing y sus consulados generales en Hong Kong, Shanghai y Guangzhou. Además de esto, en el marco de la Alianza del Pacífico, se le concedió a la República Popular de China la categoría de Observador.

La relación diplomática de Colombia con China es muy corta con respecto a la fecha de fundación del Ministerio de Relaciones Exteriores en 1821. Además de esto, la relación con

China se realizó 72 años después que se comenzaran las relaciones con el Estado de Japón (1908), lo cual muestra tardía y poco interesada relación de Colombia con el país asiático.

En el ámbito histórico de las relaciones entre Colombia y China, y los espacios en donde confluyen, en el año de 1999, el entonces presidente Andrés Pastrana visitó China y Colombia entró a formar parte del Foro de Cooperación América Latina - Asia del Este, FOCALAE, un espacio para el intercambio empresarial, académico y oficial, creado en Singapur en 1999.

Según Páez (2014), en donde habla sobre la política exterior de Colombia con China, dice que "En principio, la relación con China se caracterizó por la primacía de lo político sobre lo económico, pero desde 1993, el comercio con este país se impuso como prioridad y se cayó en el otro extremo: la economía empezó a ser el eje de la estrategia y se desdibujó el trabajo diplomático" (p. 51)

Por otra parte, y siguiendo desde el punto de vista histórico, Colombia ha priorizado a Estados Unidos en sus relaciones internacionales, además de la ayuda económica que este último ha proporcionado, en apoyo para la lucha contra el narcotráfico y el terrorismo ha sido importante en la formulación y centralidad de EEUU de la política exterior de Colombia y sus aliados estratégicos.

Hacia el final de la segunda administración del Presidente Álvaro Uribe, y con el inicio de la administración del actual Presidente Juan Manuel Santos, se plantea una nueva política exterior en la cual se denota que existe una clara intención de "diversificar", que según Borda y Berger (2012) es un intento que obedece, en parte, a un proceso de transición y transformación de la relación Estados Unidos. Igualmente, esto es respuesta como plantea Tockatlian (2011) a la perdida relativa de la centralidad de Estados Unidos.

A partir de ese cambio que se formula, Colombia plantea que se fomentarán las relaciones bilaterales con los países en los que no se ha hecho suficiente énfasis hasta el momento, buscando mecanismos novedosos que permitan mejorar el acercamiento político y lograr más oportunidades de comercio, inversión e intercambio tecnológico (Cancillería de Colombia). Uno de estos países es China. Además de esto y teniendo en cuenta que ambos Estados tienen preocupaciones compartidas como las migraciones, el terrorismo y el abastecimiento de energía, la República Popular de China, se ha convertido en un punto de atracción cada vez más fuerte para Colombia en los últimos años (Borda y Berger, 2012, p.116).

Una de las estrategias más visible en este cambio fue voltear la mirada de Colombia hacía la región de Asía Pacífico, debido a que se reconoce un mayor grado de multipolaridad, en donde Asia empieza a tomar impulso. Además de esto Colombia identifica la necesidad de rediseñar su política exterior como producto de las modificaciones del sistema geopolítico que ha traído consigo la globalización Ministerio de Relaciones Exteriores, (2008), Citado por Borda Y Berger, (2012). El primer objetivo de esta estrategia consiste en fortalecer las

relaciones diplomáticas con la región. En este sentido, la idea es que Colombia continúe con la promoción del diálogo político multilateral y bilateral con sus nuevos socios asiáticos, entre ellos China.

Con el inicio de la administración del Presidente Juan Manuel Santos, Colombia y China tuvieron siete visitas oficiales en un período de cuatro meses, un cambio notorio con respecto a los intereses de ambos países. Durante estas visitas se discutieron varios temas como legislación migratoria, el programa colombiano de anticorrupción, educación e infraestructura. Además de esto, y con respecto a los temas comerciales, "Se firmó un Convenio de Cooperación Económica y Técnica, por medio del cual el Gobierno chino otorga 10 millones de yuanes para financiar programas de desarrollo en las zonas de frontera" (Ministerio de Relaciones Exteriores 2012).

Otro de los cambios visibles en materia de política exterior de Colombia, es el creciente interés del mismo en los espacios internacionales en donde convergen China y Colombia , entre estos se hace énfasis en el Foro de Cooperación de América Latina y el Caribe - Asia del Este (FOCALAE), como mecanismo de diálogo y de concertación política, debido a que el gobierno de Colombia lo define como "el único mecanismo de concertación permanente entre las dos regiones, que busca cooperar y establecer acciones conjuntas en áreas como la lucha contra la pobreza, el fomento del comercio, el desarrollo de la tecnología de la información y la generación de una red de colaboración e intercambio intelectual y cultural" Ministerio de Relaciones Exteriores, (2012) Citado por Borda Y Berger, (2012), Texto citado.

En cuanto a los encuentros del alto nivel que se han realizado en el marco de las relaciones político-diplomáticas entre Colombia y China, entre los más destacados se encuentran, la visita del Presidente Juan Manuel Santos a la República Popular de China en 2012, con el fin de fortalecer la relación bilateral y dinamizar los mecanismos de cooperación en materia agrícola, energética y minera. En el año 2013, se llevó a cabo la Séptima Reunión del Mecanismo de Consultas de Alto nivel entre los Ministros de Relaciones exteriores de Colombia y China, en la ciudad de Bogotá.

En cuanto a los lineamientos de política exterior de Colombia hacía China, en sus relaciones político-diplomáticas, se resalta que el país quiere lograr para el 2018, en apoyo a la construcción de paz, trabajar con los no tradicionales en Asia Central, Asia Pacífico y África. Además, en cuanto a la Cooperación Sur-Sur, se construirán nuevas agendas y se fortalecerán las existentes en Asia Central, Asia-Pacífico y África. (Cancillería de Colombia)

Entre una de las acciones para lograr el objetivo, se encuentra la primera acción, que:

> Consiste en la diversificación de la agenda de política exterior hacia sectores ejes del desarrollo nacional (educación, agricultura, infraestructura, ambiente, energía, y

> comercio) fortaleciendo las relaciones bilaterales y velando por el cumplimiento de los compromisos adquiridos. Esta acción se llevará a cabo, por una parte, fortaleciendo de las relaciones bilaterales con los socios tradicionales y no tradicionales con visitas de alto nivel, misiones técnicas, proyectos de cooperación y acuerdos que desarrollen y den continuidad a los compromisos que se derivan de tales relaciones, y por otra parte, promoviendo a Colombia como un país contemporáneo, innovador, diverso, inclusivo y comprometido con la búsqueda de la convivencia pacífica desde el Plan de Promoción de Colombia en el Exterior. (Cancillería de Colombia)

Se fomentarán las relaciones bilaterales con los países en los que no se ha hecho suficiente énfasis hasta el momento, buscando mecanismos novedosos que permitan mejorar el acercamiento político y lograr más oportunidades de comercio, inversión e intercambio tecnológico. (Cancillería de Colombia).

Colombia entra en 2012 a la Alianza del pacífico, un instrumento de inserción a la región de Asia pacífico, en donde uno de sus objetivos es "convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial, y de proyección al mundo, con especial énfasis al Asia Pacífico" (Acuerdo Marco, 2012)

La AP le permite diversificar sus relaciones exteriores en términos geográficos y temáticos a partir de las acciones conjuntas en el marco de la AP. En ese sentido, la apertura de misiones diplomáticas y comerciales conjuntas con los países miembros de la Alianza en Ghana, Turquía, Argelia, Marruecos y Vietnam, Azerbaiyán y Singapur es una acción efectiva para diversificar la política exterior con otros países.

Así mismo, la AP logra acercar a sus países miembros con los países de Asia Pacífico. La incorporación de China, Japón, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelandia y Singapur como países observadores de la Alianza (Declaración de Cartagena, 2014), prueba la efectividad de la AP para fortalecer las relaciones con Asia Pacífico.

Por otra parte, le ofrece a Colombia un área de integración sin tensiones con otros actores, instrumentos para diversificar sus relaciones con el mundo y una opción de liderazgo regional desde la persuasión. (Trujillo, 2014, pp. 169)

Para emprender un trabajo diplomático ante un país es necesario, ante todo, que haya voluntad política, ya que a partir de ello se empiezan a dar pasos desde la política exterior y a adelantar una estrategia diplomática que permita el afianzamiento de las relaciones

Según, Paez, 2014, Los problemas estratégicos de Colombia en su acercamiento a China comenzaron desde el planteamiento del objetivo de la política exterior frente a Asia Pacífico, que se resumía así: "De acuerdo con los objetivos estratégicos de política exterior de la actual administración y con el 'Plan Colombia 2019 – Visión Colombia II Centenario', el objetivo

de política exterior colombiana para el Asia Pacífico consiste en el acceso al Foro de Cooperación Económica del Asia Pacífico –APEC". "Así describía el Ministerio de Relaciones Exteriores la visión y la proyección colombiana hacia el Pacífico asiático. Desde ahí ya la diplomacia parte de una falla: considerar objetivo lo que era uno de los pasos en el camino a un fortalecimiento de lazos con China" (Páez, 2014, p. 62)

CHINA

En noviembre del 2016, el Presidente de la República Popular de China, Xi Jingping realizó una gira por algunos países de América Latina y el Caribe, al mismo tiempo que difundió el nuevo documento de política exterior, en el marco de las relaciones con América Latina y el Caribe, como parte de una nueva estrategia de inserción en la región.

El segundo "Libro Blanco", plantea profundizar las relaciones de cooperación con los países de la región en las siguientes áreas:

1. Política: Se pretende incrementar los intercambios al más alto nivel político, en lo relativo a las relaciones bilaterales con los gobiernos de la ALC, experiencias de gobernanza, mecanismos de dialogo y de consultas bilaterales y vínculo entre partidos políticos, entre otras cosas.
2. Económico-comercial: se destacan 13 fases de cooperación económico-comercial entre China y la ALC, como la inversión industrial, finanzas energía, tecnología, infraestructura, agro manufacturas, capacidad productiva y desarrollo espacial.
3. Social: Mejorar e innovar la gobernanza social. Cooperación e intercambio de experiencias en materia de desarrollo social, salud, reducción de pobreza, protección de medio ambiente, lucha contra el cambio climático y reducción de desastres naturales.
4. Paz, seguridad y justicia: Aumentar la cooperación militar, jurídica y policial. Potenciar los recursos para lucha contra el narcotráfico, crimen organizado, entre otros. (Giusto, 2017)

A partir de este documento de política exterior, se hizo evidente el interés de China de ampliar su presencia y el relacionamiento con los países de la región, además de esto, se muestra que China ha decidido disputar con Estados Unidos la gobernanza política global y regional, en el caso de América Latina y el Caribe, y por supuesto, esto incluye a Colombia.

En cuanto al ámbito político, que es donde las relaciones político diplomáticas se encuentran, se establecieron, en cuanto a los intercambios de alto nivel, China quieres estrechar más el contacto con los dirigentes de países latinoamericanos y caribeños, "a fin de incrementar de continuo el conocimiento y la confianza recíprocos intensificar el intercambio de experiencias sobre el gobierno y consolidar la base política del desarrollo de los vínculos

sino-latinoamericanos y sino caribeños" (Documento de política exterior para América Latina y el Caribe, 2016).

Otro de los puntos en el ámbito político es el intercambio entre los órganos legislativos, que consiste en intensificar los contactos amistosos de múltiples niveles y canales con los parlamentos nacionales de los países región, así como otros órganos parlamentarios de la región, esto con el fin añadir nuevos elementos al desarrollo de las relaciones político-diplomáticas.

Igualmente, el intercambio entre partidos políticos, esto para realizar intercambios, incrementar el conocimiento y la amistad, y reforzar la confianza y la cooperación. Esto también en parte para que se genere un aprendizaje mutuo de ambos sistemas políticos. Por otra parte, en cuanto a los mecanismos de consulta se planteó,

> Establecer y perfeccionar con sus homólogos de los países latinoamericanos y caribeños las comisiones permanentes intergubernamentales, comisiones de alto nivel, comisiones mixtas de alto nivel, diálogos estratégicos, consultas políticas, comisiones mixtas económico-comerciales, consultas económico-comerciales, grupos de trabajo de alto nivel, foros de cooperación económico-comercial, comisiones mixtas cultural-educacionales, científico-tecnológicas y demás mecanismos a fin de reforzar las consultas y la comunicación y promover los intercambios y la cooperación. (Documento de política exterior para América Latina y el Caribe, 2016).

En cuanto, a la cooperación en asuntos internacionales, el gobierno chino tiene disposición de seguir fortaleciendo la coordinación y colaboración con los países latinoamericanos y caribeños en los asuntos internacionales, como lo plasma en el documento de política exterior. Un punto para destacar es la disposición de China que con los países de ALC, en fortalecer el papel de las Naciones Unidas y otras cuestiones importantes como "la promoción del desarrollo del orden político y económico internacional hacia una dirección más justa y razonable, el impulso de la democratización de las relaciones internacionales y la defensa de los derechos e intereses legítimos de los países en desarrollo".

Es importante destacar en este punto, la variable interviniente que se plantea en el análisis de las relaciones político-diplomáticas entre Colombia y China en el presente trabajo; la democracia. Aunque China no es un país democrático, en sus relaciones internacionales e interestatales, promulga y reconoce el valor de la democracia.

Por último, el contacto entre los gobiernos locales, China le da gran importancia en apoyar activamente los intercambios y cooperaciones amistosos entre los gobiernos regionales de ambas partes para compartir las experiencias de desarrollo y de gobernanza. Promover la

cooperación de los gobiernos regionales en las organizaciones internacionales pertinentes (Embajada de la República Popular de China en la República de Colombia, 2016).

En otros temas de política exterior, articulada con las políticas internas de los dos países (Colombia y China), según Borda (2012), la Ley Anti-Drogas de la República Popular de China estipula que el asunto de las drogas es un problema tanto de salud pública como de seguridad, al igual que en Colombia. Frente al tema del narcotráfico, es claro entonces que ambos países cuentan con un stock importante de intereses compartidos. Además de esto según Borda y Berger (2012), "En la actualidad, Colombia se encuentra dentro de la agenda China justamente como resultado de la Política de Desarrollo Omnidireccional y Acelerado de este último" (P.87).

Es por esto que China, tiene un gran interés sobre Colombia, en cuanto al aprendizaje que puede obtener sobre temas como la lucha contra la guerrilla y contra el narcoterrorismo. Y como plantea Borda (2012), "lo que viene de la mano con el hecho de tratarse de dos países cuyas políticas antidrogas son fundamentalmente prohibicionistas" (p. 105).

AVANCES Y RETROCESOS EN LAS RELACIONES POLÍTICO-DIPLOMÁTICAS BINACIONALES.

Ya se realizó un recorrido, primero sobre al papel que juega la democracia como variable interviniente en las relaciones entre Colombia miembro de la Alianza del Pacífico, y China; seguido a esto se miraron desde una perspectiva histórica y critica los lineamientos de política exterior de Colombia y China en cuento las relaciones político-diplomáticas entre ambos.

Ahora se va a analizar con respecto a lo mostrado anteriormente, los avances y retrocesos en la relaciones político-diplomáticas entre Colombia y China.

En primer lugar, desde la perspectiva colombiana, según Borda (2012) una variable fundamental que definirá las relaciones con China, "Se trata de una hipótesis inevitablemente triangular: la relación especial con Washington puede haber producido dudas y retrasos en ambas orillas" (p.119).

Desde esta perspectiva, Colombia ha empezado a fortalecer su relación con China hace aproximadamente 5 años, lo que no demuestra como plasma Posada (2016), que las relaciones entre Colombia y China entran en una edad adulta.

Comparado con los otros miembros de la Alianza del Pacífico, Colombia es el país más atrasado y rezagado en el establecimiento de relaciones directas con el Asia-Pacífico, esto incluyendo a China. Esto se ve reflejado en los acuerdos comerciales, la presencia diplomática y el escaso establecimiento de lazos culturales.

Por otro lado, las deficiencias en las relaciones entre Colombia y China van de la mano a la falta de estrategia para que las mismas se fortalezcan, tanto en aspectos de fondo, como de forma. Desde esta perspectiva y como señala Urrego (2015) es fundamental para Colombia promover desde la academia el estudio de la historia, idiomas, economía y tendencias socio-culturales de los países del Asia-Pacífico y entre esos China. Plantea que el desconocimiento puede dificultar el establecimiento de relaciones comerciales y de negocios, "en la medida que un primer paso para acceder a cualquier mercado objetivo es conocer el tipo de productos, servicios y necesidades de los consumidores en dichos mercados." (p.12). Es decir, primero se tiene que llegar al fortalecimiento del ámbito político– diplomático y cultural para que, en un siguiente paso comercial y económico, sea mucho más estable.

Otro de los autores habla de que en consecuencia de que no exista una estrategia bien planteada hacia China,

> Se evidencia que el país aún tiene debilidades en la puesta en marcha de su andamiaje diplomático, lo que se constata al hacer una revisión de los avances en la relación colombo-china: pocos encuentros de alto nivel, balanza comercial desequilibrada y pasos en falso en la búsqueda de puertas para el intercambio comercial. No hay política de Estado y, por ende, ausencia de continuidad en el desarrollo de los objetivos y en el cumplimiento de metas. (Páez, 2014, p.11)

Igualmente, en cuanto los aspectos de forma, la representación de Colombia ante China fue débil, comenzando por la falta de formación diplomática de sus representantes y el desconocimiento del idioma. Es decir, Colombia tuvo carencias de personal de representación diplomática ante este país, esto pudo conllevar a tener una influencia negativa a la hora de avanzar en un acercamiento con China. Según Páez (2014), "Es claro entonces que la capacidad diplomática de Colombia fue insuficiente desde la elección de sus representantes en China, en parte, por la falta de formación diplomática de sus embajadores y también por la reducida representación con que se contaba." (p.67)

Igualmente debido a que la política exterior hacia China fue más orientada hacia lo comercial, poniendo a un lado lo político. Páez expone que "Colombia no logró profundizar los vínculos con China por una debilidad institucional interna, expresada en falencias en sus capacidades diplomáticas, priorización del comercio sobre la diplomacia y carencia de medios para avanzar en esta relación" (2014, p.13).

Igualmente, otros autores como Borda y Berger plantean que con respecto a la estrategia que tiene que formular Colombia no debe descuidar su relacionamiento con Estados Unidos. "El Gobierno colombiano debe arreglárselas entonces para que el fortalecimiento de sus relaciones con China no debilite necesariamente sus relaciones con Estados Unidos; manteniendo lo que hasta ahora ha demostrado ser un equilibrio bastante ágil" (2012, P.120).

CONCLUSIONES:

Este articulo mostro los avances y retrocesos de Colombia miembro de la Alianza del Pacífico en su relacionamiento político-diplomático con China a partir de la democracia como una variable interviniente. En primer lugar, y como se mostró anteriormente la democracia, aunque es una importante variable dentro del relacionamiento de Colombia e igualmente de la Alianza del Pacífico, no determina en el momento de relacionarse con otros actores del sistema internacional como es el caso del relacionamiento de Colombia y China y China como Estado observador de la Alianza del Pacífico.

Por otra parte, China, no siendo un país democrático, sus acciones en el sistema internacional son de carácter pacífico, lo cual es una evidencia de que la teoría de la paz democrática no llega a abordar todas las especificidades del S.I como lo es el caso de China. Al mismo tiempo, sus acciones de cooperación y negociación (acciones de paz), van dirigidas a la construcción de un sistema pacífico y de amistad y en el caso de América Latina, específicamente de Colombia, China muestra una política exterior dirigida a un crecimiento mutuo con los países de la región, igualmente intenta acercarse y fortalecer las relaciones internacionales e interestatales, tomando como referente la democracia, pero concibiendo esta como el respeto a los sistemas políticos internos de cada país, y no como un requisito para establecer relaciones diplomáticas.

En cuanto a los avances y retrocesos en las relaciones político diplomáticas entre China y Colombia, se evidenció, primero la falta de estrategia de Colombia para su relacionamiento con China, también un retroceso por parte de Colombia en aspectos de forma, como el desarrollo del personal diplomático que representa a Colombia en China. Igualmente, el desconocimiento histórico y cultural de ambos países ha llevado a que las relaciones entre ambos sean lentas y poco efectivas.

En el ámbito regional la región de América Latina y el Caribe, que con Donald Trump en el poder podría quedar aún más aplazada en la agenda de los intereses estadounidenses, por lo que para China, la región de ALC, ha pasado a ser una pieza fundamental en el ajedrez político del gigante asiático.

En este sentido, como señala Giusto (2016), el principal desafío para los países de América Latina y el Caribe, es actuar de manera coordinada y con una visión estratégica, con el fin de consolidar una posición regional y una estrategia conjunta, para así sacar el mayor provecho posible de la situación. Esto planteado así, hasta el momento no se ha logrado. “En cambio hoy pareciera haber tantas estrategias de relacionamiento con China como países hay en la región y otros países ni siquiera tienen alguna estrategia” (p.3)

Por otro lado, Colombia debe mirar a la Alianza del Pacífico, como un instrumento útil para el relacionamiento del país con los países de la región de Asia- Pacífico, es por esto que la

participación activa en el mismo y la consolidación de una estrategia en la política exterior de Colombia hacia la región, sea reflejo de los nuevos intereses del país para con esta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alianza del Pacífico (2012). Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico. Recuperado de http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2013/11593.pdf
- Alianza del Pacífico. Relacionamiento externo. Recuperado de https://alianzapacifico.net/temas-de-trabajo/
- Arenal, C. (2009). Mundialización, creciente interdependencia y globalización: Las Relaciones Internacionales. Recuperado de http://www.ehu.eus/cursosderechointernacionalvitoria/ponencias/pdf/2008/2008_4.pdf
- Bonilla, A. y Milet P. (2015). Los impactos de China en las relaciones internacionales de AMerica Latina y el Caribe. En Bonilla, A. y Milet, P. China en América Latina y el Caribe: Escenarios estratégicos subregionales (pp.9-23).
- Cancilleria de Colombia. Alianza del Pacífico. Recuperado de http://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance
- Doyle, M. (1983). *Kant, Liberal legacies, And Foreing affairs*. Philosophy and Public Affairs, Vol 12 N. 3. Pp. 205-235. Recuperado de http://links.jstor.org/sici?sici=0048-3915%28198322%2912%3A3%3C205%3AKLLAFA%3E2.0.CO%3B2-O
- Dussel, E. (2015). Estudios regionales, comercio y relaciones estratégicas entre América Latina y el Caribe y la República Popular de China. En Bonilla, A. y Milet, P. China en América Latina y el Caribe: Escenarios estratégicos subregionales (pp.23-51).
- Embajada de la República Popular China en la República de Colombia. (24 de noviembre de 2016). *Documento de política de China hacía América Latina y el Caribe.* Recuperado de http://co.china-embassy.org/esp/zggk/t1418548.htm
- Embajada de Colombia en la República Popular China. Asuntos políticos. Recuperado de http://china.embajada.gov.co/colombia/asuntos_politicos
- Embajada de Colombia en la República Popular China. Lineamientos de política exterior de Colombia. Recuperado de http://china.embajada.gov.co/colombia/lineamientos
- Embajada de Colombia en la República Popular China. Encuentros de Alto nivel Colombia- China. Recuperado de http://china.embajada.gov.co/colombia/encuentros_alto_nivel
- Giusto, P. (2016). Diagnostico político. *Relación entre China Y América Latina tras el nuevo libro Blanco.* Recuperado de http://diagnosticopolitico.com.ar/wp-content/uploads/2016/12/dp-china-libro-blanco.pdf

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Alianza del Pacífico. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/7180/100_preguntas_de_la_alianza_del_pacifico
- Observatorio virtual Asia Pacífico. (2016). Texto íntegro del Documento sobre política de China hacia América Latina Y EL Caribe. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Recuperado de http://www.eumed.net/rev/china/09/documento.pdf
- OEA. (Lima, 28 de abril de 2011). Declaración Presidencial sobre la Alianza del pacífico. Recuperado de http://www.sice.oas.org/TPD/Pacific_Alliance/Presidential_Declarations/I_Summit_Lima_Declaration_s.pdf
- Páez, M. (2014). Política exterior de Colombia con China: ¿Cuáles son los retos?. (Tesis maestría) Universidad del Rosarío. Recuperado de http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/9655/53081512-2014.pdf?sequence=1
- Peñas, F. (1997). Liberalismo y relaciones internacionales: la tesis de la paz democrática y sus críticos. Universidad Autonoma de Madrid. N.16. Pp. 119 – 140.
- Posada, E. (15 de Enero de 2016). Las relaciones entre Colombia y China entran en la edad adulta. Editorial el Tiempo. Recuperado de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16481293
- Salomon, M. (Julio a Septiembre, 2001). El debate donde la Paz democrática, una aproximación critica. Revista Estudios Políticos. N.113.
- Sen, A. El valor universal de la democracia. Editorial Temis.
- Tokatlian, J. (2011). Política Exterior: un reordenamiento de América Latina. Centro de Pensamiento estratégico. Ministerio de Relaciones Exteriores. Recuperado de https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/pensamiento_estrategico/documentos_sobre_region/a.Politica%20Exterior,%20Un%20Reordenamiento%20en%20America%20Latina%20-%20Julio%202012%20-%20Juan%20TOKATLIAN.pdf
- Trujillo, I. (2014). Sobre las ventajas de la Alianza del Pacífico para Colombia. Revista Prolegómenos. Pp.159 – 172. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/prole/v17n33/v17n33a11.pdf
- Urrego, C. (). Alianza del Pacífico: Realidad y retos para Colombia. Programa de Estudios de la Alianza del Pacífico. Universidad ICESI. Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38318800/WP-PEAP_01_URREGO-FINAL.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1492973166&Signature=s%2FWs%2B5nfjuAaICRPNa6c9m5oxkw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAlianza_del_Pacifico_Realidad_y_retos_pa.pdf

LA IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA VERDE PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL EMPRESARIAL

Wilson Eduardo Ortegón Riveros[143]

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar la importancia de la logística verde y su influencia en el sistema empresarial, basada en la comercialización de las cosas para generar valor y acumular constantemente capital, implicando en los últimos años el deterioro del medioambiente.

El fenómeno de la globalización dirigido hacia la internacionalización de las empresas, hace que cada vez estas produzcan y ganen cobertura del mercado sin importar los daños que causen al ecosistema, amenaza que compromete a toda la humanidad y que unos pocos toman conciencia de este tema, que hoy día es prioridad en la agendas internacionales de todos los países.

Actualmente, el tema de la logística es un tema relevante para los países y empresas, donde se evidencia el nivel de competitividad de cada uno, con el fin de poder generar riqueza, pero lo que realmente menos importa es los costos y las consecuencias que los procesos de producción y logísticos traen a la hora de la comercialización.

[143] Profesional en Relaciones Internacionales y Estudios Políticos, Universidad Militar Nueva Granda. Magíster en Relaciones y Negocios Internacionales, Universidad Militar Nueva Granada. Docente de Tiempo Completo del programa de Administración de Negocios Internacionales de la Institución Universitaria de Envigado. Correo electrónico: weortegon@correo.iue.edu.co

Partiendo de bibliografía especializada (libros - artículos- diarios de noticias) se puededeterminar como la logística verde toma relevancia en el mundo actual, y como las problemáticas medioambientales pasan hacer un tema prioritario no solo para el país sino para los actores de la cadena logística.

Palabras Clave: Sistema empresarial, Gobierno, Logística Verde, Multinacional, Globalización.

THE IMPORTANCE OF GREEN LOGISTICS FOR ENVIRONMENTAL

BUSINESS MANAGEMENT

Summary

The objective of this article is to analyze the importance of green logistics and its

influence on the business system, based on the marketing of things to generate value and

accumulate capital constantly, which has implied the environment deterioration in recent years.

Aimed at internationalization of companies, the globalization phenomenon makes these to

produce and gain market coverage each time regardless of the damage they cause to the

ecosystem, a threat that engages the whole humanity, while very few get awareness of this issue, which has become a priority in the international agendas of all countries.

At present times, the issue of logistics is a relevant issue for countries and companies,

where the level of competitiveness of each one is evident in order to generate wealth, but what really has little importance is the costs and the consequences that the processes of production and logistics bring at the moment of commercialization.

Based on some specialized bibliography (books - articles - news), it is possible to

determine how green logistics are relevant in today's world, and how environmental issues become a priority issue not only for the country but also for the actors in the logistics chain .

Keywords: Business System, Government, Green Logistics, Multinational, Globalization.

INTRODUCCIÓN

Dentro del conjunto de los procesos complejos que comprenden la llamada globalización de la economía, se afirma una tendencia hacia la internacionalización del comercio y de las actividades productivas. El crecimiento de numerosas empresas ha implicado la diversificación geográfica de sus mercados, sus espacios de competencia y en general sus ambientes de negocios, teniendo como prioridad no solo el posicionamiento de estas, sino los aspectos logísticos que influyen en la eficiencia de cada una de ellas para llegar de manera óptima al cliente final.

Actualmente la logística se ha convertido en un factor importante para la creación de valor y el aumento de los niveles de servicio de las empresas, ya que esta les permite competir bajo condiciones de tiempo y lugar, desarrollando una gestión logística no solo en los procesos internos sino también en los que se relacionan con la distribución, como lo son el just in time y el diseño de la operación logística que permite obtener un buen nivel de servicio.

Si bien, uno de los principales motores de la globalización son las empresas que han acumulado los recursos y las capacidades para encabezar sectores industriales a una escala mundial y cuyas estrategias y operaciones trascienden las fronteras nacionales. Esas empresas se caracterizan entre otras cosas, por crear, coordinar y controlar vastas cadenas de valor que sustentan la vida económica de los países y más allá, la economía global. Las estrategias de esas empresas para incrementar su competitividad suelen rebasar el marco estrictamente organizacional y se inscriben en un eje de empresa, gobierno, país y bloque económico que les permite convertirse en multinacionales.

Teniendo en cuenta que la logística abarca todas las áreas de la empresa, es desde ésta perspectiva que hoy se debe tomar conciencia sobre el problema medio ambiental que el mundo entero está viviendo, es por esto que surge la necesidad de realizar un cambio de mentalidad en el entorno nacional e internacional que permita utilizar la logística como herramienta para minimizar los daños causados al medio ambiente, este concepto es conocido como LOGISTICA VERDE.

MARCO TEORICO

La logística verde surge como respuesta a la preocupación cada día más creciente de

proteger al medio ambiente, y ha ido haciendo parte del desarrollo de cada uno de los procesos de la cadena logística. En los procesos productivos, pasando por los empaques, hasta llegar a la distribución, se está en constante búsqueda para que el desarrollo de cada fase sea amigable con el ecosistema, y en este sentido, son los consumidores quienes cada día están más preocupados por el impacto social de los productos.

La preocupación mundial por las grandes cantidades de desechos y el uso excesivo de

recursos para la producción de empaques y embalajes, pone en peligro la disponibilidad de

materias primas; esto ha influido para que los fabricantes y comercializadores empiecen a utilizar empaques y embalajes reciclables y reutilizables con el fin de empezar a minimizar los daños ambientales, es por esta razón que es responsabilidad de las empresas buscar formas de generar este cambio para reducir el impacto en el medio ambiente, por lo tanto es conveniente que se revisen cada uno de los procesos que se dan en las diferentes áreas para así poder encontrar las mejoras que vayan a generar un beneficio en el ambiente y también ahorros a la empresa. Existen empresas que al utilizar este concepto han encontrado grandes desperdicios de materias primas, recursos que no estaban siendo utilizados de manera correcta, usos innecesarios de materiales y recursos, uso ineficiente de energía, entre otros hallazgos que se pueden dar dentro de la cadena logística.

Mediante el proceso de globalización se desprenden otra serie de problemas ambientales,

hoy sin lugar a dudas uno de ellos es el cambio de temperatura a nivel mundial. “Científicamente está ya comprobado que el peligroso gas de efecto invernadero CO 2 (o dióxido de carbono) calienta la atmosfera” (National Geographic, 2007: 143). Lo que no esperábamos es que además de los carros, que han sido siempre los emisores de CO 2 por excelencia, la tecnología fuera también culpable del calentamiento global. En un estudio reciente, los economistas de la empresa norteamericana “Gartner”, señalaron que el porcentaje de emisiones de CO 2 que procede de la tecnología informática, aumentan la temperatura global: “Ya es un hecho que los teléfonos

celulares e impresoras incluidas, producen más del 2 por ciento de la producción de CO 2 , lo que equivale a la misma cantidad que produce todo tráfico aéreo” (Spiegel, 2008: 13).

Si notamos la manera en que estos equipos tecnológicos dominan nuestras actividades cotidianas, y cómo se han posicionado en nuestra sociedad como una necesidad de consumo

y desarrollo, creemos que este aspecto no es factible de control. Por el contrario, podrían constituirse como uno de los mayores promotores del calentamiento global; pero al mismo tiempo que decir del nuevo mundo del consumismo, que hoy no solo se ve reflejado en el comercio exterior, sino que a través de la logística, la contaminación cada vez se vuelve mucha más agresiva debido a los diferentes actores y etapas en los que transcurre dicha cadena (extracción, producción, distribución, consumo), pues antes se tenía domino sobre la naturaleza, se ocasionaba la destrucción de bienes no renovables y se pensaba más en desarrollo mas no en sostenibilidad.

Siendo conscientes que hoy encaramos un problema medioambiental sin precedentes en la

historia, hemos identificado una variable que ha influido a lo largo de los últimos quinientos años directamente en la historia contemporánea medioambiental, la lógica de producción capitalista [144].

El capitalismo trasforma todo en mercancía con el fin de acumular capital (incluyendo a la naturaleza e irónicamente hasta el tiempo es considerado una inversión, "Time is Money") sin interesarle los efectos colaterales de tal acumulación, más sin embargo, todavía algunos actores que operan dentro del sistema pueden corregir y retardar determinados problemas, siempre y cuando haya voluntad y determinación.

En ese orden de ideas, las empresas promueven entre sus trabajadores, y en la comunidad en general, el bienestar y la responsabilidad ambiental como una forma de hacer más atractivos sus productos, por ende, empiezan a reconocer el gran impacto que tiene la logística en la realización de su actividad, puesto que constituye un proceso importante del cual se deriva la coordinación de diversas actividades organizacionales. Un ejemplo claro, se da en el proceso de distribución de las cargas donde se ha llegado a la unificación de pedidos, eliminando aquellos despachos de lotes pequeños, que llevaban a la utilización de más medios de transporte y por ende contaminaban más el ambiente.

Igualmente, se encuentran compañías que están utilizando sistemas de transporte que usan

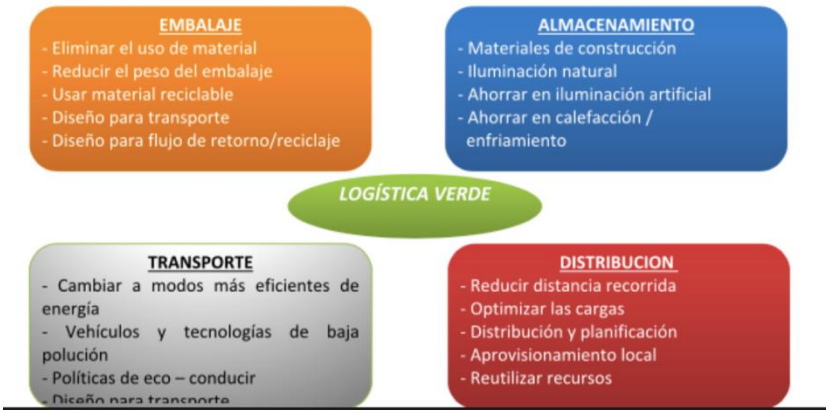
combustible alternativo para la movilización de sus mercancías. Si se observa detalladamente los aspectos de la preparación de la carga, cada día se utilizan menos envases y el material del embalaje está utilizando materia prima biodegradable. En cuanto a los almacenes, se han diseñado portables y sus estructuras son amigables con el ambiente, ahorran energía, tratan

[144] Entendiendo por lógica capitalista el consumismo descontrolado, acumulación incesante de capital, la explotación, la exclusión, la polarización y las jerarquías, que hacen intrínsecamente parte del sistema como tal, y que repercuten directamente en el desarrollo medioambiental.

las aguas residuales y hasta generan energía, una clara evidencia de esta nueva conducta la están adoptando almacenes de cadena, donde están incentivando el día de la "No Bolsa" con el fin de culturizar a todas las personas a que preserven el medio ambiente, hoy cadenas como D1, Makro, Homecenter, Éxito entre otros, poseen al interior de sus establecimientos políticas como el uso de cajas de cartón, las big bag que ya se están volviendo tradicionales en la cadena logística, esto con el fin de que nos concienticemos de que es fácil consumir pero desechar es la gran encrucijada en la que el mundo se encuentra.

En la siguinete grafica No1, se muestran las practicas y tecnicas con las bases que cuentan las empresas para el desarrollo de la implementacion de la logistica verde. Para reforzar su aplicabilidad, se puede mencionar que en el mundo existen compañias que estan promoviendo la movilizacion de las cargas a traves de ka cadena de la logistica verde y estan utilizando camiones con bajas emisiones de CO 2 y equipos de montacargas con pilas eléctricas.

Grafica No 1. *Prácticas y técnicas para la implementación de la logística verde*



Fuente: Elaborado con base http://rogle.webs.upv.es/blogs/logistica/?p=37473

De esta manera, hay empresas que están haciendo cambio modal para la movilización de sus cargas, están buscando reemplazar los camiones y aviones en sus cadenas logísticas, por barcos y trenes que tienen un impacto menos dañino con el medio ambiente, esto conlleva a que en sus programas de responsabilidad social estén desarrollando campañas de reciclaje y reutilización, comprometiendo a todos los integrantes de la cadena logística para lograr concientización acerca de la importancia de la actividad ecológica en la estrategia del negocio.

Por consiguiente, vale la pena resaltar dentro de este proceso de la logística verde, las

categorías que David Held analiza dentro del marco de la globalización dando importancia al cuidado del medio ambiente, las cuales están conformadas por un alcance, una intensidad, una velocidad y una repercusión. El alcance “se refiere al aspecto geográfico de cualquier forma particular de degradación ambiental: global, regional, nacional o local” (Held, 2002:472). La intensidad “se relaciona a través de la contaminación transfronteriza” (Held, 2002:472), esta implica la contaminación a través de los medios del aire, suelo y agua. La velocidad hace referencia al tiempo en que ocurren los sucesos y que fuerza toman cuando aún no se ha tomado medida alguna; por último la repercusión que se pueden agrupar en las amenazas a la salud, restricciones económicas y costos generales, estos últimos afectando bastante a la cadena logística, en vista de que si se quiere propender por el cuidado del medio ambiente, se debe rediseñar los procesos internos de la organización.

Es por esto, que el objetivo de la logística verde es fomentar planes de acción eficaces y eficientes, donde a la luz de este concepto se pueda prevenir un daño al ambiente en algún punto del proceso, ya que se tiene un control sobre la cadena logística, en donde el flujo de comunicación entre la empresa y los clientes debe ser fluido entendiendo el esfuerzo y el modo de operar de ambas partes; según Sosa (2008), esta actividad de debe manejar desde tres perspectivas:

 Huella ambiental de medición: Para descubrir las formas en que su transporte y la logística están afectando al entorno.

 Informes de desempeño ambiental: Para conocer las mejores prácticas de las compañías, y tener referencias.

 Mejoras de rendimiento ambiental: Para conocer las formas en que puede ser verde en sus procesos de logística y colaborar con la industria, para hacer empresas comprometidas con el medio ambiente.

Que alternativas implementar: Medidas globales, radicales, realistas y desarrollo sostenible Antes de abordar directamente algunas alternativas al problema medioambiental que hoy es uno de los temas prioritarios en las agendas internacionales de cada uno de los países, es bueno que se empiece a sustentar desde la óptica de teóricos como lo es Erci Hobsbawm, quien propone tres observaciones ante la crisis medioambiental. Primero que todo, “esta crisis debe ser

planetaria más que local" (Hobsbawn, 1994: 562). Esto quiere decir, que el problema ambiental debe ser encarado de forma global, donde no sólo un Estado es responsable, sino todos los seres humanos que interactuamos dentro del sistema capitalista y el mundo.

En segunda medida es necesario diseñar una política ecológica eficiente, esto es "que el objetivo de la política ecológica debe ser radical y realista a la vez. Las soluciones de mercado, como la de incluir los costos de las externalidades ambientales en el precio que los consumidores pagan por sus bienes y servicios, no son ninguna de las dos cosas" (Hobsbawn, 1994: 562). En tercera medida es necesario que para la búsqueda de políticas ecológicas radicales y realistas se tengan en cuenta aspectos paralelos con el fin de no caer en la irrealidad e inaplicabilidad de las mismas. "Propuestas como las de un mundo de crecimiento cero, por no mencionar fantasías como el retorno a la presunta simbiosis primitiva entre el hombre y la naturaleza, aunque sean radicales resultan totalmente impracticables" (Hobsbawn, 1994: 562). Lo que sí es razonable para Hobsbawm es idear mecanismos que vayan en la misma dirección en la que hoy nos movemos. De lo contrario, es muy probable que los intentos por solucionar la crisis medioambiental fracasen estrepitosamente.

Teniendo en cuenta sus tres observaciones, "el índice de desarrollo debe reducirse a un "desarrollo sostenible" (un término convenientemente impreciso) a medio plazo, mientras que a largo plazo, se tendrá que buscar alguna forma de equilibrio entre la humanidad, los recursos (renovables) que consume y las consecuencias que sus actividades producen en el medio ambiente" (Hobsbawn, 1994:562). No obstante, nadie sabe, y pocos se atreven a especular acerca de ello, cómo se producirá este equilibrio, y a qué nivel de población, tecnología y consumo será posible, ya que este no es problema de carácter tecnológico sino político y social. Como se puede observar, el término sostenible se ha unido a cada uno de los procesos de la cadena logística dando luz a la logística verde, la cual se puede ver sintetizada en la siguiente gráfica número 2.

Fuente: Elaborado con base en: http://logiverde.org/sostenibilidad.aspx.

Para Hobsbawm cualquier solución positiva de los problemas ambientales es posible,

siempre y cuando no sean los mercados quienes tomen estas decisiones: “Hay algo indudable, este equilibrio sería incompatible con una economía mundial basada en la búsqueda ilimitada de beneficios económicos por parte de unas empresas que, por definición, se dedican a este objetivo y compiten una contra otra en un mercado libre global.

METODOLOGIA

El enfoque de esta investigación es de tipo cualitativo, ya que se enfatiza la importancia del fenómeno medioambiental, dándole cavidad a la logística verde destacando su contexto, funcionalidad y significado en el entorno real; a su vez esta permitirá contextualizar y describir el problema desde la diferentes posturas teóricas, logrando caracterizarlo con el objetivo de poder comprender esta problemática que actualmente es prioridad en las agendas internacionales de los países.

Partiendo de bibliografía especializada (libros- artículos) relacionados con temas logísticos, permite que se maneje un tipo de investigación documental, en el que se pueda realizar una revisión del tema, logrando extraer información que logre mostrar a la luz de hechos reales, como este fenómeno adquiere mayor relevancia a nivel mundial. Por consiguiente, el nivel de investigación será de tipo descriptivo / analítico, ya que se pretende hacer una aproximación acerca de la importancia que tiene la logística verde en las empresas comercializadoras como en las que prestan servicios logísticos, visualizado el alcance que este tema tiene a luz de la óptica comercial.

RESULTADOS

Analizando la prioridad del sistema internacional por acumular capital, se logra comprender la necesidad por la cual los productores recurren a diferentes formas desesperadas para disminuir sus costos de producción en lo máximo posible. El mecanismo más efectivo y barato para alcanzar esta disminución es la externalización de costos. Un productor externaliza sus costos en tres formas: “Elimina los desperdicios sin procesar al exterior de su propiedad sin pagarle a alguien que lo procese; compra materias primas al costo que las consigue pero sin pagar el costo de su sustentabilidad; emplea infraestructura construida a costa de la colectividad. Estas

tres maniobras no son poca cosa en la reducción del costo de producción y por tanto incrementan la tasa de utilidad" (Wallerstein, 2003: 209). La externalización de costos es inicialmente un mecanismo exitoso para contrarrestar los altos costos de producción, de tal manera que sea solo las empresas las encargadas de coordinar como llevar y traer los productos, es decir diseñar el proceso logístico que permita el intercambio de bienes.

Sin embargo, a nivel de resultados se puede observar como los gobiernos, que son una variable significativa dentro del problema medioambiental, las empresas nacionales y multinacionales son, sin lugar a dudas, los actores principales dentro del modo de producción capitalista. De la misma forma en que existen buenos y malos ejemplos de gobiernos, hay buenas y malas conductas entre las organizaciones. Es así, como se evidencia la influencia de la política

GO GREEN en la cadena logística, permitiendo actuar mancomunadamente no solo a los operadores logísticos con sus clientes, si no que a través de entidades gubernamentales como son las aduaneras, a que emitan un control riguroso sobre todas las mercancías que entren y salgan del país, con el fin de poder concientizar a todos los que conforman la cadena logística, que no solo es beneficiarse de un negocio lucrativo, sino de que al mismo tiempo hay que preservar el medio ambiente, y que parte de esto empieza al interior de cada una de las empresas que son las que fabrican y despachan.

Por ende, el principal objetivo de este tipo de prácticas es mejorar el desempeño ambiental de las empresas, ya que las prácticas ambientales, tales como la gestión ambiental interna, el eco-diseño, la colaboración ambiental y la logística de reversa se enfocan en desarrollar mecanismos y medidas para disminuir el impacto negativo sobre el medioambiente, mediante el uso eficiente de las materias primas, el desarrollo de programas de prevención de la contaminación y la gestión de los productos al final de su vida útil.

CONCLUSIONES

En el mundo globalizado, la discusión acerca de las responsabilidades empresariales, están ligadas al debate de la protección contra el medio ambiente y como estas prácticas pueden favorecer o no al mundo empresarial, empezando con la normatividad que se empieza a ejecutar dentro de la cadena logística a fin de que se utilicen materiales reciclables y se adapten procedimientos menos dañinos a este.

La logística verde es un tema que en cualquier país no se ha desarrollado completamente, esto evidenciado en que las empresas no tienen las certificaciones de calidad referente a sus procesos y las que la tienen están en proceso de certificación, lo que impide que la política Go Green no se desarrolle dentro del marco medioambiental sino por el contrario desde el punto de vista de acumulación de capital. Al analizar las posibilidades internas que representaban los gobiernos y las empresas como actores globales del sistema para solucionar el problema, se puede observar que el sistema capitalista se contradice en muchos aspectos con los esfuerzos de conservación natural, ya que no todas van en el mismo direccionamiento, adoptando por un lado conducta de acumulación de riqueza y otras, conductas ambientales ligadas a sus procesos internos. La tragedia de lo común, los conflictos de intereses y la ambición por el capital a corto plazo, juntos y al mismo tiempo, componen una mezcla explosiva que obstaculiza la convivencia armónica entre el medioambiente y el capitalismo.

De esta manera, las empresas no deben ser valoradas únicamente en términos económicos, sino también en términos sociales y medioambientales, con la finalidad de asegurar una maximización de sus resultados en materia de sostenibilidad, rentabilidad y crecimiento que contribuya a superar esta gran problemática de carácter mundial. En otras palabras, “lo que proporciona dinero a una empresa, al menos a corto plazo, puede ser perjudicial para la sociedad en su conjunto” (Diamond, 2007: 572). Es decir, tanto los gobiernos como las organizaciones han demostrado que fácilmente recaen en el conflicto de intereses al tomar decisiones medioambientales (primer gran obstáculo que debemos superar si queremos pensar en soluciones efectivas a largo plazo). En este sentido, es poco probable que los actores globales puedan impulsar una solución al dilema ambiental desde el interior del sistema bajo las condiciones actuales.

RECOMENDACIONES

Los gobiernos poco pueden hacer para determinar una solución global del problema por su reducido margen de maniobra, pero sí pueden avanzar individualmente aplicando políticas medioambientales en sus países. El ejemplo de Holanda es el objetivo por el cual todos los países deben trabajar para fomentar el cuidado mismo de nuestra especie y el de la naturaleza. Lo esencial ya lo hemos identificado: disminuir el conflicto de intereses y desarrollar nuestras vidas sabiendo de antemano el desenlace catastrófico que nos depara si nuestros gobiernos no mejoran.

Nuestros líderes deben darle al problema medioambiental la importancia que se merece

planificando valientemente y de forma acertada, nuevos escenarios posibles con decenios de antelación. Nuestra tarea como ciudadanos es identificar estos problemas para no incurrir en la “normalidad progresiva”, “donde los cambios y tendencias son tan lentos y progresivos que las sociedades se acostumbran a ellos y no los perciben como una amenaza” (Diamond, 2007: 653).Si esto ocurre, se sabrá de antemano que ya no hay forma de concientizar a la humanidad de luchar por el progreso del planeta.

Las multinacionales, en su gran mayoría, aún insisten en restarle importancia al problema., y entre estas encontramos las que continúan capitalizando dinero a costa del medioambiente, las que fingen actuar a favor del medioambiente a través de la falsa propaganda y las que verdaderamente han innovado su forma de producción. La lucha por encontrar un equilibrio entre los procesos productivos y la conservación del medioambiente, será en los años venideros el gran reto para las empresas y del gobierno.

REFERENCIAS

Arnold, D. (1996). La naturaleza como problema histórico y el medio, la cultura y la expansión
de Europa. México: Fondo de Cultura Económica.

Cancelado, H. (2007). Difracción del proyecto occidental en el sistema internacional contemporáneo; una reflexión teórica. Bogotá: Revista de relaciones internacionales, estrategia y seguridad Vol. 2 No. 1 Enero – Junio.

Castellanos, A. (2015). Logística Comercial Internacional. Colombia. Universidad del Norte: Ecoe ediciones.

Climent, V. (1999). Producción y crisis ecológica; Los agentes sociales ante la problemática medioambiental. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Diamond, J. (2007). Colapso: Por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen. Nueva York: Random House Mondagori.

Ferrera, M; Rodríguez, C. (1997). Economía mundial y desarrollo. España: Editorial Acento.

Friedman, T. (2005). La tierra es plana; breve historia del mundo globalizado del siglo XXI. Madrid: Ediciones Martínez roca.

Freeman, E. (2002). El ambientalismo y la nueva lógica de los negocios. México: Oxford.

Giddens, A. (1999). Un mundo desbocado; Los efectos de la globalización en nuestras vidas.

Madrid: Taurus Pensamiento.

Held, D. (2002). Transformaciones globales. México: Oxford.

Hobsbawm, E. (1994). Historia del siglo XX. España: Editorial Crítica. , (1971). En torno a los orígenes de la revolución industrial. Buenos Aires:
Siglo veintiuno editores.

Klare, M. (2001). Guerras por los recursos; El futuro escenario del conflicto global. Barcelona:
Urano, S.A.

Le monde, D. (2007). Atlas der Globalisierung. Klima.

Lomborg, B. (2003). El ecologista escéptico. España: Espasa Calpe S.A.

Lynas, M. (2004). Marea alta; noticias de un mundo que se calienta y cómo nos afectan los cambios climáticos. Barcelona: RBA libros S.A.

Marx, C. (1969). La acumulación originaria del capital. México: Editorial Grijalbo.

Norman, M. (1990). El futuro de la tierra, Soluciones a la crisis medioambiental en una era de
cambio. Madrid: Celeste Ediciones.

Petras, J; y Veltmeyer H. (2003). El sistema en crisis; Dinámica del capitalismo de libre mercado.
Madrid: Popular.

Rivera, O. (2004). El principio del fin. Valle del Cauca: Secretaria de Cultura y Turismo.

Rodal J, Salamanca E, Rodríguez A, Mosquera V, Lynn R, Galland E, Sheehy B, Gonzalez A, y
Mejía, J. (2005). Perspectivas de la Administración Internacional. México: Thomson.

Ruiz, A. (2001). Quemando el futuro; Clima y cambio climático. España: Libros y ediciones.

Wallerstein, I. (2005). Análisis de sistemas-mundo, una introducción. México: Siglo veintiuno
editores.. (1997). The Global Environment and the World-System.
Universidad of California, Santa Cruz, 3 a 5 de abril: Publicado en Iniciativa Socialista, número 50. (1999). El capitalismo ¿Qué es? Un problema de
conceptualización. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONOMICOPARA EL AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA (AMB) BASADOEN LAIMPLEMENTACION DE LA ECONOMIA NARANJA

Víctor Andrés Jerez Fuentes[145] Juan José García Gómez [146]

RESUMEN

¿Tienen poder económico los libros, la música, el teatro, los carnavales, los videojuegos, el diseño, la radio, el arte y la televisión?

La respuesta es sí, pero la mayoría de las personas desconocen el potencial que representan para el desarrollo económico. Desde hace un tiempo venimos hablando del concepto de economía naranja para referirnos al conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Las ideas, el conocimiento y las artes le generan al país ingresos por US$600 millones cada año.

Lo que se pretende con este proyecto es llegar a proponer una estrategia de desarrollo económico para el AMB basado en la implementación de la economía naranja, del cual por medio de él poder hacer más competitiva esta región frente a las demás en Colombia. Basándonos en diagnósticos sobre el desarrollo económico, los beneficios que traería implementarla, identificando áreas o sectores potenciales para poder desarrollarla y así lograr un importante aporte a la economía en el AMB.

[145] Estudiante Administración Negocios Internacionales (Sexto semestre), integrante del semillero SIGI, UPB seccional Bucaramanga. Correo: vjf4205@hotmail.com

[146] Estudiante Administración Negocios Internacionales (Sexto semestre), integrante del semillero SIGI, UPB seccional Bucaramanga. Correo: jj.garcia.gomez@outlook.com

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Planteamiento del Problema: Identificar claramente la pregunta que se quiere responder o el problema, haciendo una descripción precisa.

¿Cuál es la estrategia adecuada para implementar la economía naranja en el AMB?

Justificación:

JUSTIFICACION

El objetivo es dar a conocer el proyecto de investigación enfocado a la implementación de la economía naranja en el área metropolitana de Bucaramanga, así como las estrategias que se pueden utilizar en los diversos sectores para fortalecer la habilidad de los emprendedores en temas de administración y gerencia para lograr proyectos exitosos.

El motivo principal de la investigación radica en que las grandes organizaciones están empezando a entender que la creatividad impulsa la innovación por lo que La economía naranja cada día mueve más dinero y el poder de las industrias creativas se está viendo cada vez con mayor fuerza en la vida diaria.

Particularmente, en Colombia el mercado sigue teniendo un corte muy tradicional, el pensamiento clásico de gerencia sigue rigiendo la dinámica nacional y se puede inferir que la creatividad se irá abriendo espacio dentro de la sociedad. Fenómenos como el éxito de la feria del libro, o diferentes festivales en distintos campos del diseño y el arte, demuestran que nuestro país está dando los primeros pasos para consolidar aún más la economía naranja. Existen muchos eventos alrededor del tema. De acuerdo a lo anterior y dando una mirada a nuestra región, la economía cultural estaría integrada por las actividades artísticas tradicionales como los festivales de cuenteros y piano de Bucaramanga; los Matachines y el Festival de los Hermanos Martínez en Floridablanca; la Celebración de la Semana Santa en Girón y la Guabina Santandereana, entre otras.

Marco teórico y estado del arte: Síntesis del contexto general (nacional y mundial) en el cual se ubica el tema, antecedentes, estado actual del conocimiento del problema, contribución a la solución del problema, oportunidades y relación con trabajos previos**.**

¿Tienen poder económico los libros, la música, el teatro, los carnavales, los videojuegos, el diseño, la radio, el arte y la televisión? La respuesta es sí, pero la mayoría de las personas desconocen el potencial que representan para el desarrollo económico. Desde hace un tiempo venimos hablando del concepto de economía naranja para referirnos al conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

Tomado de: Empleos en América Latina por la Economía Naranja

El universo naranja está compuesto por:

1) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales

2) las áreas de soporte para la creatividad. Lo explica Felipe Buitrago Restrepo, consultor de la División de Asuntos Culturales, Solidaridad y Creatividad del *Banco Interamericano de Desarrollo* (BID), el cual es el autor del estudio sobre la economía naranja.

¿Por qué el color naranja?

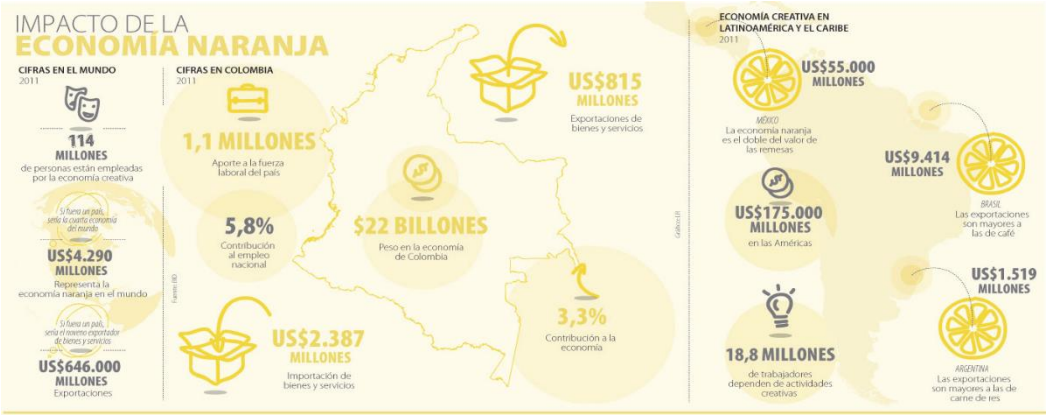
El color naranja suele asociarse a la cultura, la creatividad y la identidad.

"La Economía Naranja es uno de los conceptos que está revolucionando el sector creativo.

Es una oportunidad para tomar en cuenta el talento de otros, intercambiar ideas y dar vida a un producto completamente innovador y lleno de valor intelectual" Young

Marketing

Antecedentes de la economía naranja:



La Economía Naranja encuentra un antecedente en "la Economía Creativa", concepto desarrollado por John Howkins, autor del libro "La economía creativa: transformar una idea en beneficios" publicado en 2001, que comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos. Tomado de la Revista P&M.

Esta economía mueve una buena parte del PIB de los países que la desarrollan y estos son algunos datos al respecto:

En términos de generación de empleo, en 2011, de los 3.266 millones de trabajadores en el mundo, la economía naranja generó 144 millones de empleos, de los cuales 10 millones de puestos correspondieron a América Latina. Tomado del Documento La economía naranja. Una oportunidad infinita.

El Cirque du Soleil emplea a más de 5.000 personas y reporta ventas que superan los 800 millones de dólares anuales. Netflix, el video club por correo físico y virtual, tiene 33 millones de suscriptores y comercializa anualmente 3.600 millones de dólares por año. Tomado del Documento La economía naranja. Una oportunidad infinita.

El XXII Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá, en el 2010, reunión 3.900.000 personas. El Carnaval de Río de Janeiro recibió 850.000 visitantes en 2012 quienes consumieron 828 millones de dólares. Más de 100 horas de video son subidas cada minuto a You Tube, acumulando en agosto de 2013 6.000 millones de horas de video visitadas por

más de 1.000 millones de personas. Tomado del Documento La economía naranja. Una oportunidad infinita.

Presencia de la economía naranja en Latinoamérica:

El tamaño, dimensión y dinámica de la economía naranja puede comprenderse mejor prestando atención a las cuentas satélite de cultura de los distintos países, desde el trabajo pionero de Colombia, pasando por el trabajo de Argentina, Chile, Costa Rica, México y Uruguay, hasta la adopción de estas experiencias por parte de los Estados Unidos. Estas herramientas nos permiten informar el diseño de las políticas, evaluar los programas de desarrollo y ajustar los modelos de negocio de manera más efectiva.

En algunas ciudades se están poniendo en marcha proyectos para apoyar y estimular colaboraciones público-privadas en el ámbito del diseño y la creación. El trabajo del Centro Metropolitano de Diseño de la ciudad de Buenos Aires forma parte del Ministerio de Desarrollo Económico y cuenta con cinco escuelas de capacitación en oficios vinculados a las industrias, Laboratorios I+D (de investigación y desarrollo), impresoras 3D e incubadoras de diseño. A la vez, ofrece una programación anual de eventos vinculados al diseño y las industrias creativas. Es un ejemplo regional y mundial, a la par de iniciativas como la Torpedo Factory en Washington, DC, la Lighthouse en Glasgow y, lo que promete ser, la mayor apuesta Latinoamericana para poner a los contenidos en el centro del desarrollo económico hasta la fecha: la Ciudad Creativa Digital en Guadalajara.

La economía naranja en Colombia:

Las ideas, el conocimiento y las artes le generan al país ingresos por US$600 millones cada año y ya representan 3,5% del Producto Interno Bruto.

“Colombia es pionero a nivel mundial, y gracias al trabajo serio y sostenido por parte del Ministerio de Cultura y del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE),

que hoy el país tiene la Cuenta Satélite de Cultura (en donde se registra la contabilidad focalizada de la economía naranja) más antigua. Esto es un paso muy importante para la visibilización de la economía naranja y el aprovechamiento de sus oportunidades (…) la economía naranja le ofrece a Colombia la oportunidad infinita de convertir su riqueza cultural en la base de su riqueza material.

Esto significa reemplazar la dependencia actual en la volatilidad de los precios de las materias primas y las manufacturas de bajo valor agregado, por la inagotable e irreemplazable versatilidad de las denominadas 'mentefacturas' ", asegura Buitrago quien, en compañía del senador Iván Duque fue uno de los artífices del libro Economía Naranja, escrito para el BID, texto pionero en la definición y los lineamientos de esta actividad económica.

Y es que los avances alcanzados por Colombia no son fortuitos. Comprendida como una política de Estado –es decir, que trasciende de gobierno a gobierno– los esfuerzos orientados a la cultura desde una perspectiva económica cumplen más de una década y han permitido fortalecer la economía naranja de la mano de una sociedad civil cada vez más profesional que entiende la dinámica del emprendimiento como una apuesta de sostenibilidad y mercado.

"Este Gobierno, en los últimos cuatro años, ha promulgado leyes que son absolutamente trascendentales y que han hecho crecer al sector como la Ley de Cine –que hace que Colombia sea un escenario ideal para rodaje de películas– o la Ley de Espectáculos Públicos, que permite que se formalice el sector de las artes escénicas.

Desafíos para implementar la economía naranja en Colombia:

"El gran desafió que tiene Colombia está en superar, por un lado, un déficit comercial en materia de creatividad, que es lo que nosotros importamos versus lo que el mundo compra de nuestros bienes y servicios creativos. Y también la balanza de pagos creativo, que es lo que nosotros le pagamos al mundo por licencias y regalías y lo que el mundo le paga a Colombia por ellas. Hoy tenemos un déficit muy cercano a los US$2.000 millones", indica.

Para superar estas barreras, el congresista de la bancada del Centro Democrático radicará el proyecto denominado **Ley de la Economía Naranja**, orientado a fortalecer los siete pilares del sector: información, instituciones, infraestructura, industria, integración, inclusión e inspiración.

Ley de la Economía Naranja:

La iniciativa contempla que el Gobierno Nacional otorgue incentivos fiscales para las personas naturales y jurídicas que ejerzan mecenazgo, patrocinio y/o auspicio, de las actividades definidas dentro de los sectores de la Economía Creativa.

Asimismo, en desarrollo de actividades como festivales y carnavales, se contemplarán las opciones de otorgamiento de zonas francas temporales para facilitar la contratación y adquisición de bienes y servicios, así como la importación temporal y la exportación de equipos, elementos e implementos.

También se busca que a través de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter) se creen líneas de crédito y cooperación técnica para el impulso a la construcción de infraestructura cultural y creativa en los entes territoriales.

Los proyectos de infraestructura estarán orientados principalmente a infraestructura urbana que estimule estos sectores, infraestructura dedicada tales como museos, bibliotecas, centros culturales, teatros, y otros, e infraestructura digital tendiente a democratizar el acceso a conectividad e Internet de alta velocidad.

Igualmente se promoverá la adecuada financiación que permita desarrollar la Economía Creativa. Para esto, el Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior - Bancoldex abrirá líneas de crédito para emprendimientos creativos, a través de la Unidad de Desarrollo e Innovación (iNNpulsa Colombia), y el Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena).

En igual sentido, se incrementará la disponibilidad de capital semilla y capital emprendedor para emprendimientos creativos mediante procesos concursales rigurosos de acuerdo con la ley.

¿Cuánto empleo se generaría?
En Colombia puede generar empleos, entre 700.000 y 1.300.000. Esto está basado en los proyectos que se realicen. Cabe destacar que la Economía Naranja permite transformar las ideas creativas en bienes y servicios con alto valor agregado que generan ingresos de más de 177.000 millones de dólares anuales a la región.

¿Habrían acuerdos comerciales?
El Fideicomiso de Promoción de Exportaciones -Procolombia construirá en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Cultura, un programa para triplicar las exportaciones de bienes y servicios creativos, y creará un reconocimiento a las empresas que generan las mayores exportaciones en dichos sectores.

En el marco de los acuerdos comerciales suscritos por Colombia el Estado promoverá, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la consolidación de mercados integrados de contenidos originales (Micos), que faciliten la participación conjunta en

actividades como la conutrición, la cocreación, la coproducción, la codistribución, la coprotección y la coinversión en los sectores culturales y cre tivos, abriendo oportunidades de mercado para estos sectores en nuestro país.

Para este propósito, el Estado propenderá por una mejor coordinación institucional y consolidación en lo relativo a la propiedad intelectual, y trabajará mancomunadamente con el sector privado para la protección de los derechos de los creadores, combatiendo con los mejores estándares internacionales la piratería, el contrabando, y otras conductas que afecten los sectores a los que hace referencia la Economía Creativa.

Objetivos: Formulación de un objetivo general y mínimo dos específicos. Los objetivos deben mostrar una relación clara con la descripción del problema.

General:

Proponer una estrategia de desarrollo económico para el AMB basado en la implementación de la economía naranja

Específicos:

Realizar un diagnóstico sobre el desarrollo de la economía naranja en el AMB

Determinar los beneficios de la implementación de la economía naranja en el Área Metropolitana de Bucaramanga

Identificar los sectores en los cuales se puede implementar la economía naranja en AMB teniendo en cuenta aspectos culturales, artísticos, identidad y religiosos con el fin de diversificar la canasta exportadora del departamento.

Establecer una estrategia para la implementación de la economía naranja en los sectores identificados del AMB

Metodología **Propuesta:**

-Mostrar cómo serán alcanzados cada uno de los objetivos específicos propuestos.
-Selección desde un enfoque metodológico específico hasta la forma como se van a analizar, interpretar presentar los resultados.

-Detallar procedimientos, técnicas, actividades y demás estrategias metodológicas requeridas para el proyecto

-Indicar los procesos que se realizarán.

Cronograma de Actividades: Detallar y desagregar cada una de las actividades especificando la fecha de inicio y la fecha de finalización

ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE SACHA INCHI AL MERCADO SUECO Y LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS PARA EL ECUADOR

BEDOR ESPINOZA JULISSA CALDERÓN LUCAS GÉNESIS SALTOS RIVERA ANDREINA SÁNCHEZ SÁNCHEZ SHEILA[147]

INTRODUCCIÓN

En el ecuador existen miles de hectáreas de sacha Inchi o Maní de los incas, esta planta semileñosa y perenne, de la familia de las euforbiáceas proporciona múltiples beneficios para la salud humana que la hacen atractiva para comercializarla en el mercado nacional como internacional, tanto así que hoy en día es considerada como uno de los productos de la oferta exportable ecuatoriana debido a lo anterior el presente trabajo hace un análisis de las exportaciones de Sacha Inchi dirigida al mercado sueco ya que según datos proporcionados por el Banco Mundial Suecia se encuentra en el puesto número ocho de los países que importan o compran este tipo de productos o dicho de otra manera materia prima. Además de conocer los beneficios económicos que estas representan para el país, se determinará cual es la capacidad exportable de la planta, cuáles son los requisitos que Suecia impone para que un producto ingrese a su territorio, las normas de calidad que se deben seguir para que los productos ecuatorianos se vean bien representados en el exterior. El presente trabajo es de tipo no experimental con un enfoque cuantitativo, el cual se desarrolla mediante el método de investigación científica de tipo descriptivo, la fuente de información utilizada es secundaria, ya que los datos estadísticos han sido obtenidos desde ProEcuador, entidad encargada de medir las exportaciones del país y de promocionar productos nacionales al mundo. Se denotaran cuáles son los beneficios económicos para los productores y agricultores de Sacha Inchi que vieron en esta planta una forma de generar recursos económicos al país y los beneficios locales que esta les deja, además de abrir nuevas plazas de empleo para muchas personas que viven en el campo, en las zonas rurales del país que ven y hacen de la agricultura su sustento de vida.

Palabras Claves:

Sacha Inchi, exportación, beneficios, agricultores, oferta exportable.

ABSTRACT

In Ecuador there are thousands of hectares of Sacchi Inchi or Peanuts of the Incas, this semi-ancient and perennial plant of the family of Euphorbiaceae provides multiple benefits for human health that

[147] REFERENCIAS

make it attractive to commercialize it in the domestic market as international Which today is considered as one of the products of the Ecuadorian exportable offer, due to the above the present work makes an analysis of the exports of Sacha Inchi directed to the Swedish market since according to data provided by the World Bank Sweden is in the Put number eight of the countries that import or buy this type of products or said raw material otherwise. Besides knowing the economic benefits that these represent for the country, it will be determined the exportable capacity of the plant, what are the requirements that Sweden imposes for a product to enter its territory, the quality standards that must be followed so that Ecuadorian products are well represented abroad. The present work is of non-experimental type with a quantitative approach, which is developed by the method of scientific investigation of descriptive type, the source of information used is secondary, since the statistical data have been obtained from ProEcuador, entity in charge of measuring The country's exports and promoting domestic products to the world. The economic benefits for the farmers and farmers of Sacha Inchi who saw in this plant a way of generating economic resources to the country and the local benefits that this leaves them, in addition to opening new places of employment for many people living in The countryside, in rural areas of the country that see and make agriculture their livelihood.

Keywords:

Sacha Inchi, export, profits, farmers, exportable offer.

ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE SACHA INCHI AL MERCADO SUECO Y LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS PARA EL ECUADOR

Aunque la confederación de Suecia es un país relativamente pequeño cuenta con una de las mejores economías del mundo visto desde el punto de su alto desarrollo en tecnologías de vanguardia, sin embargo, un análisis económico de este país a mediados del 2016, indica que el sector agrícola representa menos del 1% de su producto interno bruto, este índice denota carencia en sus producciones emanadas de las actividades que generalmente tienen origen vegetal y que de ésta se pueda obtener materia prima que será o no elaborada dentro de un determinado tiempo.

Gracias a esto se puede deducir que al no tener producción nacional necesita realizar labores de exportación de aquellos productos, asimismo cabe resaltar el alto poder adquisitivo del país en mención; Ecuador por su parte es un país altamente agrícola y agropecuario, debido a la gran capacidad de producción de nuestro país, se ha buscado tratar de establecer vínculos comerciales con Suecia a través de un acuerdo comercial con la EFTA (European Free Trade Association) en español la Asociación Europea de Libre Comercio, el fin de este acuerdo es posicionar a prioridad productos de alta producción hacia este mercado, este es compartido con países como Islandia, Noruega, Liechtenstein de los cuales podemos destacar que sus PIB a precios de mercado alrededor de mil billones de dólares.

Sacha inchi o maní del Inca es un producto agrícola altamente rentable puesto que en términos monetarios se recauda a través de su cultivo y posterior producción cerca de 5.200 dólares por

hectáreas que en contraste con otro tipo de producción esta sería la mejor elección para los productores.

MARCO TEÓRICO

Plukenetia volubilis o también llamado inchi, sacha inchi, sacha maní, maní del Inca o maní jíbaro, es una planta semileñosa y perenne, de la familia de las euforbiáceas, el aceite de Sacha Inchi es un excelente aceite doméstico, industrial, cosmético y medicinal, muy rico en ácidos grasos insaturados (93%) y tiene el más bajo contenido de ácidos grasos saturados (6.19%), superando a las oleaginosas utilizadas en el mundo para la producción de aceites destinados al consumo humano, entre sus beneficios se encuentran los siguientes:

Ayuda con la presión arterial en el corazón y fortificarlo a la vez.

Reduce los índices de colesterol en la sangre que es perjudicial para el organismo. Es un alimento de gran beneficio para las madres en gestación incentivando el desarrollo cerebral del feto.

Agiliza las funciones cerebrales ligadas a la memoria, inteligencia y razonamiento.

Ayuda al equilibrio y buen metabolismo transportando nutrientes por el torrente sanguíneo.

Es un gran antioxidante natural

El estudio científico hecho por (Castaño, Valencia, Murillo, Mendez, & Eras, 2012) señalan el Sacha Inchi como la mejor oleaginosa por su composición y alta calidad nutricional:

El aceite tiene alto contenido en ácidos grasos omega 3 (más de 48%), omega 6 (36%) y omega 9 (8%).

Su digestibilidad es muy alta (más de 96%).

Contiene antioxidantes vitamina A y alfa-tocoferol vitamina E.

Más del 60% de la almendra desgrasada es proteína completa de alta calidad (99% digestible).

Muy rica en aminoácidos esenciales y no esenciales, en cantidades suficientes para la salud.

El Sacha Inchi planta originaria de Sudamérica que se ha vuelto cada vez más interesante para los consumidores que buscan alternativas saludables dado que esta planta posee excelentes propiedades para la salud, por lo que, en los últimos años, el Sacha Inchi (Plukenetia volubilis.) empieza a verse en los almacenes suecos que comercializan alimentos con características especiales.

Este es un producto que presenta un alto contenido de ácidos grasos Omega 3, Omega 6 y Omega 9, además de vitamina A y E. Existen actualmente dos productos en el mercado sueco, aceite y polvo de Sacha Inchi. (PROECUADOR, 2017).

ZONAS PRODUCTORAS DE SACHA INCHI

En Ecuador el proyecto de cultivo de Sacha Inchi que promueve el MAGAP a través del proyecto 2KR empezó como una alternativa rentable para los pequeños agricultores del país quienes hallaron en esta semilla una oportunidad por su compra asegurada al Perú, principal país comprador de la semilla de Sacha Inchi para posterior su transformación en productos finales. (MAGAP, 2014)

El Sacha Inchi, es un sector de la industria agrícola en el país, hasta el momento se conoce que existen 813 hectáreas cultivadas en las diferentes provincias. En su mayoría se vende la materia prima, las semillas, y en pocos casos es industrializado localmente. (MAGAP, 2014)

Con el total de hectáreas producidas en el Ecuador actualmente, se obtiene un promedio de 3.5 toneladas anuales por hectárea; lo que significa que en todo el país existe una producción total de sacha inchi de 2845.5 toneladas, y en términos de porcentajes se calcula que la provincia de Manabí consolida el 30.75% de la producción. (MAGAP, 2017)

El "Maní del Inca" es reconocido por su rentabilidad, porque brinda una producción promedio de 76 quintales por hectárea al año, equivalentes a 5.122 dólares, cifras que superan a otros cultivos. (MAGAP, 2017)

Si bien Suecia es un país desarrollado que posee una de las mejores economías mundiales y entre los países que compran este tipo de productos se ubica en el octavo lugar según el Banco Mundial, lo cual revela que sería un excelente comprador frente al oferta ecuatoriana de semillas y productos a base de Sacha Inchi, para Ecuador sería muy beneficioso puesto que contamos con la capacidad productora además de poder entregar productos de excelente calidad.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Los consumidores suecos, a diferencia del resto de europeos, se fijan sobre todo en la calidad del producto antes que en su diseño o marca. Asimismo, le dan una gran importancia a lo positivo que les traerá a sus vidas el consumir o adquirir un determinado servicio o producto. Esto lo demuestra a diario puesto que a pesar del auge del comercio electrónico muchos suecos prefieren hacer sus compras en persona para evaluar el producto si este cumple con todas las normas de calidad, y se preocupan aún más cuando se trata de alimentos, bebidas, autos y casas.

Ahora bien Suecia tiene una población de 9.799.186 personas, con una paridad de poder adquisitivo al año 2016 del $8.77 según (International Monetary Found, 2016), en cuanto a gastos de consumo de los hogares señala (Fantom, 2016) que en el mismo año reflejaba unos $248.806 por hogar y con un crecimiento anual del 2.2%, siendo la categoría de los alimentos y bebidas no alcohólicas la que ocupa el primer lugar, mientras que la salud se encuentra en sexto puesto.

Los estudios realizados por (Santander Trade Portal, 2017), señala que más del 65% de los suecos responden favorablemente al consumo de productos que ayudan a la salud y a la buena alimentación.

METODOLOGÍA

El presente trabajo es de tipo no experimental con un enfoque cuantitativo, el cual se desarrolla mediante el método de investigación científica de tipo descriptivo, la fuente de información utilizada es secundaria, ya que los datos estadísticos han sido obtenidos desde ProEcuador.

Según (Rodríguez Peñuelas, 2010) señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza datos numéricos y estadísticos, que facilitan la interpretación del estudio y ayudan a una presentación de resultados más óptima y de mayor entendimiento, y ésta se apoya en "La investigación descriptiva que es aquella que busca especificar las propiedades, características, y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis". (Danhke,

1989). Esta metodología facilitará la investigación para tener una conclusión real y detallada sobre las exportaciones de Sacha Inchi al mercado sueco y los beneficios que se estas han aportado a la economía ecuatoriana.

RESULTADOS

Mediante la información secundaria recolectada sobre el comportamiento de los consumidores el mercado sueco, y las crecientes tendencias de la variable "exportaciones" desde Ecuador hasta dicho territorio, podemos concluir que es factible a través de las relaciones comerciales entre los dos países en mención la realización de actividades transaccionales del producto Sacha Inchi y agregamos se debe impulsar la producción masiva ya que además de ser beneficioso para crear fuentes de empleos dirigidos a los ecuatorianos, los suecos brindan una amena acogida a productos de tan alta calidad dicho esto, en referencia al denominado Maní Inca, por los nutrientes aportados que visto de cierto modo beneficia la salud del consumidor; y porque su precio no es exorbitante, o sea, es accesible al costo que estarían dispuestos a pagar por su adquisición.

CONCLUSIONES

Para concluir se puede afirmar que las exportaciones futuras hacia el mercado sueco aportaran a la economía nacional ya que el Ecuador se verá beneficiado no solo con el ingreso de capitales, sino que además se abrirán nuevas plazas de empleo digno, todo esto basado en el objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir que tiene como fin mejorar la calidad de vida de la población. Además, se tendrán más cuidados en el tratamiento de los suelos ya que estos son los que germinan la planta y posterior se obtendrán mejores cosechas y como resultado un producto final de mejor calidad apoyando al desarrollo sostenible y sustentable que es propuesto en el objetivo 7 del Plan Nacional del Buen Vivir que tiene como fin garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los datos presentados sobre el número de hectáreas plantadas de Sacha Inchi en el Ecuador y partiendo de que este producto ya se exporta a Perú se recomienda:

Capacitar a los productores de la planta, dándoles a conocer las exigencias que el mercado sueco requiere para que el producto ingrese a ese mercado.

Que los productores de esta planta se visualicen exportando el producto a otros países como Suecia

Que el estado ecuatoriano cree planes de incentivos para la comunidad agricultora de Sacha Inchi, ya que esto traerá consigo un auge de agricultores interesados en aportar al país y generar ingresos monetarios personales.

Bibliografía

Castaño, D., Valencia, M., Murillo, E., Mendez, J., & Eras, J. (2012). COMPOSICIÓN DE ÁCIDOS GRASOS DE SACHA INCHI (Plukenetia volúbilis Linneo) Y SU RELACIÓN CON LA BIOACTIVIDAD DEL VEGETAL. *Revista Chilena de Nutrición*, 45-52.

Danhke. (1989). *Enfoque Cuantitativo*.

Fantom, N. (2 de Enero de 2016). *Banco Mundial*. Obtenido de https://blogs.worldbank.org/opendata/es/clasificacion-de-los-paises-segun-el-ingreso

International Monetary Found. (2016). *International Monetary Found.*

MAGAP. (17 de Enero de 2014). *Magap Impulsa Producción de Sacha Inchi en el Oro*. Obtenido de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: http://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-produccion-de-sacha-inchi-en-el-oro/

MAGAP. (Mayo de 2014). *Unidad Técnica 2kr el Proyecto*. Obtenido de MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA ACUACULTURA Y PESCA: http://www.agricultura.gob.ec/unidad-tecnica-2kr-el-proyecto/

MAGAP. (3 de Febrero de 2017). *En Archidona y Tena agricultores viven de la comercializacion de Sacha Inchi*. Obtenido de http://www.agricultura.gob.ec/en-archidona-y-tena-agricultores-viven-de-la-comercializacion-de-sacha-inchi/

PROECUADOR. (Febrero de 2017). *Sacha inchi en el mercado sueco* . Obtenido de ProEcuador: http://www.proecuador.gob.ec/pubs/sacha-inchi-en-el-mercado-sueco-febrero-2017/

Rodríguez Peñuelas. (2010). *Métodos de Investigación.*

Santander Trade Portal. (Abril de 2017). *Santander Trade Portal*. Obtenido de https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/suecia/llegar-al-consumidor