

3^{er}

CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

RETOS Y OPORTUNIDADES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

SEPTIEMBRE
25 al 27 de 2019

TEMÁTICAS:
RELACIONES INTERNACIONALES, COOPERACIÓN Y MIGRACIÓN
MERCADEREO Y GERENCIA ESTRATÉGICA INTERNACIONAL SOSTENIBLE
LOGÍSTICA EN LOS NEGOCIOS VERDES

ORGANIZA

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

INDIA - SUIZA - BRASIL - ALEMANIA - PUERTO RICO - COLOMBIA

3^{er} CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

RETOS Y OPORTUNIDADES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

Accreditación Institución
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años

SEPTIEMBRE

25 al 27 de 2019

TEMÁTICAS:
RELACIONES INTERNACIONALES, COOPERACIÓN Y MIGRACIÓN
MERCADEREO Y GERENCIA ESTRATÉGICA INTERNACIONAL SOSTENIBLE
LOGÍSTICA EN LOS NEGOCIOS VERDES

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

Vigilada Mineducación

III CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES – CIANI 2019

Bucaramanga, Colombia 25, 26 y 27 de septiembre de 2019

ISSN: 2463-0527

Publicado 11/09/2019

©2019

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, Colombia

Presidente del Congreso

Henry Fernandez Pinto.

Comite Organizador

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

Jaime Sarmiento – Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Julio Cesar Ramírez – Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Helio Armando Fernández – Docente Universidad Pontificia Bolivariana

Gladys Elena Rueda Barrios – 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 Engenharia de Produção e Sistemas. Universidade Federal de Santa Catarina -Brasil.

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

Armando Martín Jiménez 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

EL LIBRE MERCADO: ECONOMÍA CONCENTRADORA DE RIQUEZA A TRAVÉS DE LA MANO INVISIBLE

González, Adalberto

Tecnológico de Estudios Superiores de Valle de Bravo, gonzalez.a@tesvb.edu.mx

Resumen— Desde que el hombre aparece en la faz de la tierra, la riqueza que de ella emana era utilizada de forma natural y sin necesidad de competir por ella. Sin embargo, con el devenir de la historia, aparece una concepción que promueve la libertad y la libre competencia, en la cual se busca maximizar la producción a través de prácticas de competencia. De ello, deriva una manifestación de concentración de la riqueza en muy pocas manos, que generalmente tienen un poder económico y político que ejercen ante un número de pobres que cada día se incrementa incesantemente, cada día más y más personas sobreviven con cantidades de dinero que no alcanzan a cubrir sus necesidades primarias de subsistencia, por lo que este modelo más que nunca se está convirtiendo en injusto y retrógrado. En el presente trabajo se realizó un análisis de información, que va desde el marco conceptual de los significados de comunidad primitiva hasta el modelo económico vigente, denominado de libre mercado o libre competencia; asimismo, se buscaron datos de actualidad que se están divulgando, respecto a la concentración de la riqueza en pocas manos y la consecuente polarización de muchos miles de millones de pobres y unas decenas de ricos; también, se analiza información que permite identificar los mecanismos de concentración de la riqueza financiera a través de esquemas que actualmente están presentes en los sistemas económicos internacionales y que en el marco de ese escenario económico mundial se vuelve común; pero que sin embargo, enmascara una realidad de un sistema concentrador de riqueza y poder en el mundo de los negocios.

Palabras clave

Empobrecimiento, polarización de la riqueza, libre competencia, libertad económica

Key words

Impoverishment, polarization of wealth, free competition, economic freedom

1. Introducción

El trabajo que aquí se presenta, es una descripción de la transición entre dos modelos económicos antagónicos, en la primera parte, se presenta por un lado el de la comunidad primitiva y por el otro el de libre mercado, por ello se realizó un análisis conceptual y descriptivo de los fenómenos político, sociales y económicos que acarrea el actual modelo económico, en el cual la concentración de la riqueza se concentra en muy pocas manos, por un lado; y por el otro, se incrementa paulatinamente un mayor número de pobres en el mundo. En una segunda parte, se revisan algunos datos reveladores, que permiten asumir que esto está ocurriendo. Por otro lado, se revisan datos que permiten aseverar que el actual modelo de competencia económica, es una mascarada en la que se monta un escenario en el que se revela competencia económica, pero con datos que se publican en el mundo financiero se puede discernir que no es así.

2. Marco Teórico

La aparición del hombre en la tierra y su integración en grupo, permite conceptualizarlo como una comunidad que tenía relaciones que les permitía sobrevivir en aquella época y con el nivel de desarrollo tecnológico al que tenía acceso, que aunque insignificante ya mostraba rasgos de haber transformado a la naturaleza; así que podemos definir a esta comunidad primitiva de la siguiente manera:

Primera formación económico-social que existió durante muchas decenas de milenios en todos los pueblos en la etapa inicial de su desarrollo. Las relaciones de producción del régimen de comunidad primitiva surgieron teniendo como fundamento un bajo nivel de desarrollo de las fuerzas productivas, unos instrumentos de producción primitivos, una división natural del trabajo por el sexo y la edad. La base de las relaciones de producción radicada en la propiedad común de los medios de producción (instrumentos de producción, tierra, así como también vivienda, herramientas, etc.). En el marco de la propiedad común, existía también la propiedad personal de las armas, los objetos de uso doméstico, de la vestimenta, etc. En el régimen de comunidad primitiva, la producción se llevaba a cabo

colectivamente, por la gens en su conjunto. Los alimentos se consumían asimismo en común, se dividían en partes iguales. Sólo trabajando unidos, los hombres primitivos podían obtener medios de vida y defenderse contra los ataques de las fieras o de las comunidades vecinas. Sobre la base de la primera gran división social del trabajo (división del trabajo), es decir, de la separación de ganadería y agricultura, las fuerzas productivas de la sociedad primitiva empiezan a desarrollarse con una rapidez sensiblemente mayor. Al aumentar estas fuerzas, surge y se acrecienta el intercambio, aparece la propiedad privada, la desigualdad económica entre los distintos miembros de la comunidad. El surgimiento de la esclavitud intensificó aún en mayor medida la desigualdad económica y contribuyó a descomponer la comunidad primitiva. La producción colectiva y la distribución igualitaria de los productos se convierten en trabas de las fuerzas productivas. En el estadio superior del régimen de comunidad primitiva, ocurre la segunda gran división social del trabajo: la artesanía se separa de la agricultura, lo cual contribuye a que siga desmoronándose la sociedad primitiva. Como resultado aparecen ricos y pobres, la explotación, las clases, surge el Estado. En sustitución del régimen de comunidad primitiva, llega la sociedad de clases: el régimen esclavista y el feudalismo) (Rosental & Judín, 1965)

Libre mercado y la mano invisible.- Los aspectos teóricos del concepto de libre mercado han sido definidos desde Adam Smith en su libro denominado en español: La riqueza de las naciones, en él “considera que el mercado era regulado de manera natural por lo que él llama la mano invisible que hacía que todos los factores de la economía estuvieran en equilibrio, es decir, un mercado perfecto o laissez-faire donde no existe ningún tipo de desigualdad entre los elementos que componen la economía, por lo que todas las personas tienen acceso a los elementos que requieren y es sólo su propia voluntad la que los limita de obtenerlos” (Martínez, 2008).

Asimismo, esta definición puede ampliarse de la siguiente manera:

ha sido concebida como una idealización económica en la cual no existe restricción política, legal, económica o de cualquier otro tipo para que los diferentes factores

económicos circulen de una nación otra. Cuando hablamos de factores económicos se refieren a la circulación de bienes, servicios, dinero, tecnología o conocimientos, los cuales son producidos o generados en una nación y pueden encontrar una demanda de consumo en otra nación diferente (Martínez, 2008).

Hoy en la red global, internet encontramos un sinnúmero de definiciones sobre el concepto de libre mercado entre ellas enunciaremos algunas:

El libre mercado es un sistema en el que el precio de los bienes o servicios es acordado por consentimiento entre los vendedores y los compradores mediante las leyes de la oferta y la demanda. El libre mercado necesita para su implementación de la existencia de la libre competencia, donde el gobierno controla las fuentes de suministros, los precios y la producción.

Si en lugar del gobierno fuesen una o varias empresas las que controlan alguna de estas tres cosas se hablará de monopolio, ésta es una concesión legal de una empresa que le permite la fabricación o control comercial de un producto o servicio en exclusiva, u oligopolio que se refiere al mercado en el cual un número de vendedores ejerce control sobre el precio y acapara la venta de un producto (Definición De, 2019).

En esta concepción se dejan ver conceptos de monopolio y de oligopolio, que alteran o afectan a la concepción de libre mercado, al concentrar el poder económico en una entidad, ente o conjunto de individuos que tienen la capacidad de ejercerlo.

Otra definición que se puede analizar es la siguiente:

Este concepto se usa en el contexto de la economía y las finanzas públicas. Término que se utiliza para designar una economía cuando en ésta existen escasas o nulas restricciones o controles gubernamentales a los intercambios entre individuos y empresas. Un sistema de libre mercado implica por lo tanto que las firmas actúan libremente, buscando maximizar sus beneficios, sin que la planificación estatal o los controles de precios les impidan tomar las decisiones que más les convienen. Del mismo modo, el libre mercado significa que el consumidor es libre para escoger los bienes y servicios que ha de comprar, sin

restricciones a su movilidad ni limitaciones jurídicas o políticas. Las sociedades modernas desarrolladas se han acercado en diverso grado a un sistema de libre mercado, aun cuando en todas ellas existe una proporción más o menos considerable de intervención estatal (Ecofinanzas, 2019).

Por otro lado, la revista Expansión en México (2019), especializada en aspectos de economía y finanzas define al libre mercado como:

Sistema económico basado en el libre juego de las fuerzas de mercado. A través de la información que proporciona el sistema de precios, los agentes económicos van ajustando su oferta y demanda y tomando decisiones de producción, consumo, ahorro e inversión para optimizar aquellos recursos más escasos. El ahorro se define como la cantidad de dinero que se guarda en el presente para destinarla a consumo futuro o en previsión de necesidades futuras; es el resultado de la diferencia entre la renta disponible y los gastos a nivel individual. Por otro lado, la inversión es la compra de bienes de capital o servicios para producir bienes de consumo u otros bienes de capital; es un desembolso destinado a aumentar la producción y, por tanto, se contrapone al consumo. La obtención del beneficio o utilidad indica la eficacia en el ajuste de la oferta y la demanda. El beneficio o utilidad, en contabilidad, es el resultado positivo de deducir de los ingresos de la empresa en un período determinado, teniendo en cuenta todos los costos y gastos devengados durante el mismo; si el resultado es negativo, hay pérdida. El Estado no planifica o dirige la actividad económica, pero crea la seguridad jurídica necesaria para que los particulares ejerzan libremente.

En esta definición, aparecen conceptos financieros que en el mundo de los negocios de hoy son comúnmente utilizados, como son ahorro, inversión, utilidad o beneficio que todas las entidades económicas buscan siempre.

Sin embargo, se encuentra una definición más analítica del papel del estado en una economía de libre mercado como la que señala Castillo de Gallarraga (2000):

Con relación a las funciones reguladora y estabilizadora presenciamos actualmente una discusión enmarcada en el Estado de Derecho. De acuerdo con una visión de este último, las funciones del Estado deben limitarse exclusivamente a lo político, que a su vez obedece sólo al mantenimiento del orden. En efecto, al distinguirse en la sociedad (según el estado de derecho) lo político relativo al estado y lo civil relativo al mercado, entonces el gobierno no puede interferir en el mercado (orden civil) de ninguna manera. De acuerdo con tal planteamiento, el mercado se constituye en generador de una gran proporción de la institucionalidad social, reduciéndose el papel del Estado a una acción mínima, la cual podría devenir en una concepción utópica tal que no necesitaría de acciones de mediación ni de políticos, ya que todo podría decidirse en el mercado incluso por la vía de Internet. Lo antes dicho es propicio para comentar que en muchos casos la discusión pública presenta sesgos con contenidos de utopía en el sentido de que muchas veces se plantean o proponen soluciones para una realidad diferente a la que se percibe.

En este contexto, podemos entender que una economía de libre mercado es aquella en la que los actores que participan en ella, oferentes y demandantes de productos y servicios, actúan de manera voluntaria sin la participación de un ente regulador, aunque Adam Smith lo reconoce así, el reconocía que había algo o alguien que participaba en esa regulación de las fuerzas del mercado a la que denominó como “la mano invisible”; que él atribuía a “que no hay nada malo con que cada persona busque su interés individual. **En un mercado libre el efecto combinado de que todos busquen su interés beneficia al conjunto**” (Equipo Self Bank, 2017). Sin duda ese conjunto al que se refería Smith era el mercado, es decir la oferta y demanda representada por los intereses de los individuos que en ese mercado participan. y es en este caso, como en muchos otros casos, conducido por una mano invisible a promover un fin que no formaba parte de su intención. Al perseguir su propio interés, frecuentemente promueve el de la sociedad más eficazmente que si realmente tuviera la intención de promoverlo [Smith A. 1776, p. 234] como se citó en (Gache & Otero, 2010).

Pero si el mercado es libre, cómo podemos definir al mercado: Philip Kotler citado en (Mesa Editorial, 2010) asegura:

que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Y afirma que en la actualidad se puede hablar de Mercadotecnia 3.0, en donde existen elementos enfocados para que el producto y los valores de éste fortalezcan -en todos los niveles- el lazo con los consumidores y también con los inversionistas, empleados, distribuidores, proveedores y todo aquel que forme parte del equipo, pues su finalidad es generar una relación ganar-ganar. Sin embargo, son pocas las compañías que desarrollan *Marketing 3.0*.

3. Metodología

Con todas estas definiciones podemos entender que, en una economía de libre mercado, existen oferentes: constituidos por los productores o prestadores de servicios en algún sector de la economía; también, están los demandantes, quienes son los compradores que pueden y están dispuestos a adquirir esos productos o servicios en ese mismo sector de la economía. Pero qué pasa verdaderamente en la realidad, se puede observar que efectivamente hay una libre competencia entre los oferentes por obtener la preferencia de los demandantes; sin embargo eso es lo que parece, en el escenario en el que están inmersos los consumidores, los medios de comunicación fortalecen que percibamos que eso verdaderamente ocurre, pero qué hay detrás de ese escenario, quiénes mueven los hilos de los actores que participan en ese mercado en el que percibimos una libre competencia; quién decide el tipo de escenario al cual tenemos acceso los consumidores, pero sobre todo qué persiguen al tratar de montar ese escenario y con qué interés.

Tenemos en la escena del mercado nacional de bebidas y refrescos que la líder es la empresa Coca Cola, compitiendo directamente contra la retadora Pepsi Cola, ambas empresas ocupan una parte importante del consumo nacional de ese tipo de bebidas; así se puede observar a través de una encuesta que aplicó la empresa Febbo Mx (2014) con la intención de comparar el nivel de consumo de bebidas entre Coca Cola y Pepsi Cola a una muestra de 400 hombre y 400 mujeres, obtuvo como resultados más representativos de esa competencia que el 82% prefiere Coca Cola,

un 10% prefiere a Pepsi Cola y un 8% no tiene ninguna preferencia por alguna de ellas, esto en lo que respecta a los refrescos sabor cola, pero en los que respecta a los de sabores, la línea de productos de Coca Cola obtuvo una preferencia del 55%, por un 29% de los que prefieren los refrescos de sabor de Pepsi Cola. Ante estos datos, que sin duda aparecen en el escenario, parecería que del total del mercado mexicano de bebidas y refrescos Coca Cola tendría el 68.5% del mercado nacional, mientras que Pepsi Cola tendría el 19.5% de ese mercado, las cuales representarían juntas el 90% de ese mercado. Lo cual querría decir que el resto del mercado lo tienen pequeñas empresas de presencia local y regional. Con este panorama que efectivamente aparece en la escena pública, parecería que existe la libre competencia en un mercado libre en la que los consumidores, persiguiendo un interés individual, deciden qué bebidas comprar a la hora de saciar una necesidad primaria. Pero, en realidad existe esa competencia o cómo puede identificarse una competencia cuando los propietarios de una son también de la otra, esto se puede constatar en las cotizaciones de los mercados de valores americanos de la bolsa de valores de (NYSE) y del NASDAQ del 18 de enero del 2019, en la cual se puede ver que los accionistas están en ambas compañías como propietarios, tanto directos, institucionales como fondos mutuos; tenemos así que los principales accionistas institucionales en ambas compañías son Vanguard Group Inc, BlackRock Inc, State Street Corporation, Vanguard Investments Australia Ltd, Wellington Management Company LLP, Bank of America Corporation; por otro lado, los propietarios de fondos mutuos como: Vanguard US Total Market Shares ETF, Vanguard Total Stock Market Index Fund, Vanguard 500 Index Fund, SPDR® S&P 500 ETF, SPDR® S&P 500® ETF Trust, Consumer Staples Select Sector SPDR® Fd, entre otros (MSN Money Coca-Cola Co, 2019) y (MSN Money Pepsico INC, 2019).

4. Resultados

Ante esta evidencia, se puede inferir que la competencia entre ambas compañías es falsa, es más bien una pantomima en donde simulan estar compitiendo, pero que considero más bien es con fines publicitarios, lo que hacen es posicionar más en la mente de los consumidores ambas marcas. Pero eso no solo ocurre en este sector de la economía. Si vemos que en la mayoría de las compañías que cotizan en las bolsas de valores de los Estados Unidos de América, tanto en la Bolsa de Valores de Nueva York y el NASDAQ, tienen inversionistas o accionarios, tanto institucionales como de

fondos mutuos que son idénticamente los mismos, como se puede constatar en los indicadores de las bolsas de valores antes señalados. Por todo lo antes expuesto se puede decir que quienes realmente son los propietarios de esas grandes multinacionales son los inversionistas institucionales y los fondos mutuos, que no son más que organismos que integran a las personas más poderosas y ricas del planeta que reúnen la mayor parte de la riqueza mundial. En este orden de ideas, si los propietarios accionistas de las empresas más grandes del planeta son fondos de inversión e instituciones financieras, sin duda estas tendrán personas accionistas, pero la sorpresa surge en la búsqueda de ellos, no aparecen así encontramos que los socios de Vanguard Group Inc, son la misma Vanguard; y se vuelven a presentar los mismos además de la anterior están presentes BlackRock y State Street, es decir el entramado no deja ver a personas. Pero en un artículo publicado en el 2014 se encuentra que estos son los propietarios que controlan Wall Street, el mayor lugar financiero del mundo. Así ante este panorama:

BlackRock/Vanguard/State Street ejercen un poder oculto y su expansión provoca “nuevas formas de riesgo financiero que incluye efectos anticompetitivos e inversiones en manada (investor herding)”. El zoom de los tres grandes empequeñece a los clásicos megabancos que deja muy atrás: J.P. Morgan Chase, Goldman Sachs, Morgan Stanley, Capital Group, T. Rowe Price Group, Fidelity, Wells Fargo, Franklin Resources, Legg Mason, Wellington Management, Dimensional Fund ADV, Renaissance Technologies, etcétera. Hace unos años mil 600 empresas de EU tuvieron ingresos combinados por 9.1 billones de dólares, una capitalización de mercado por más de 17 billones de dólares y emplearon a más de 23.5 millones de personas. En el índice S&P 500 de referencia (benchmark) de las mayores trasnacionales de EU los tres grandes son los principales accionistas en casi 90 por ciento que incluyen Apple, Microsoft, Exxon Mobil, General Electric y Coca Cola. Los tres grandes ostentan 90 por ciento de todos los votos de la dirección y ejercen un género de poder estructural emergente sobre la mayoría de las empresas de EU desde la aviación (American Airlines, Delta y United Continental) hasta la banca: JP Morgan Chase, Wells Fargo, Bank of America y Citigroup. ¡Son los gigabancos de los megabancos! Hoy los tres gigabancos ostentan una posición casi monopólica por lo que los autores de la Universidad

de Ámsterdam exhortan a un mayor escrutinio regulador del consejo de administración permanente que gobierna de facto a las empresas de EU (Jalife, 2017).

Pero la dificultad estriba en encontrar el nombre de un sujeto o sujetos como dueños de la idea, eso parece no estar disponible en la escena financiera mundial, ni siquiera en los mercados financieros más importantes del mundo como son los de la Unión Americana. En esta búsqueda el resultado es una noticia publicada en por Bloomberg (2017) en la cual se señala:

que el fundador de Vanguard, Jack Bogle, considerado como el padre de los fondos indexados, está abriendo la posibilidad de que haya demasiado dinero en pocas manos, ya que BlackRock, Vanguard y State Street Corp. poseen participaciones significativas en las compañías más grandes de los EE.UU. "Eso es aproximadamente el 20 por ciento de propiedad de este oligopolio de tres", dijo Bogle en una presentación el 28 de noviembre en el Council on Foreign Relations en Nueva York. "Es una pena que no haya más personas en el negocio de los fondos indexados". Vanguard está a punto de convertir sus \$ 4.7 billones de activos en más de \$ 10 billones en 2023, mientras que BlackRock podría alcanzar esa marca dos años más tarde, en comparación con los \$ 6 billones actuales, según Bloomberg News según las proyecciones más recientes de las compañías estas tasas de crecimiento promedio anual en activos. Esas ganancias, en parte, reflejan un mercado alcista en acciones que impulsan los activos hacia productos de inversión y pueden no continuar.

5. Resultados

Ante este escenario, totalmente oculto a la opinión pública, en donde la escena preparada para todo el público es un mundo de libertad, libre mercado y libre competencia; el esquema es el de representar, y subrayo representar, una sana competencia entre las diferentes grandes compañías que proyectan competir por los intereses de los consumidores mundiales, representando una economía competitiva y en libertad, pero que solo simulan o representan una simulación perfectamente orquestada y preparada como el mejor guion de teatro. En la cual, el consumidor cree fervientemente elegir de manera libre y conforme a sus mayores convicciones lo que a sus

intereses conviene. Sin darse cuenta que está atado a ese sistema económico y financiero de producción de bienes y servicios totalmente manipulado.

Noticias que hoy vemos en los medios de comunicación dejan ver que esta situación de concentración de la riqueza a través del modelo económico vigente de libre mercado, otorga resultados poco halagadores. En este principio del año 2019, se realiza en Davos, Suiza el World Economic Forum, en donde se reúnen los representantes de las economías más importante del planeta, pero también asisten los representantes de las economías emergentes, se señaló lo siguiente:

la organización no gubernamental Oxfam publicó su estudio sobre la situación de la desigualdad económica en el mundo, encontrando que la riqueza está cada vez más concentrada en menos manos, luego de que en el 2017 unas 43 personas poseyeran las misma riqueza que 3,800 millones de personas, en el 2018 el número de miembros de este selecto grupo se redujo a sólo 26 personas (Martínez L. A., 2019).

Ante este panorama económico sombrío para todas las economías del planeta, la concentración en muy pocas manos de la riqueza económica mundial, propiciado por un modelo de economía de libre mercado que impulsa la libre competencia, la generación de nuevos negocios y sobre todo ambientes de apoyo que suponen propiciar este libre mercado. Así que, si esto ocurre en el mercado de bienes y servicios, que pasa con todos aquellos emprendedores que pretenden e intentan integrarse a ese mercado y dizque competir en pro del libre mercado. La realidad es que el fracaso es el único camino al que se puede llegar, y si por alguna causa lo consiguen, lo inmediato es tener que ceder al poder económico de los tenedores de la riqueza global, ya que competir de tú a tú los condenaría a la desmotivación o a la desaparición.

6. Referencias

BBVA. (23 de Enero de 2019). *BBVA España*. Obtenido de <https://www.bbva.es/particulares/ahorro-inversion/depositos/calculadora-depositos.jsp>

BBVA Bancomer. (23 de Enero de 2019). *Banco Bilbao Vizcaya Aregntaria Bancomer*. Obtenido de <https://www.bancomer.com/personas/productos/creditos/prestamos-personales/prestamo-personal-inmediato.html>

- Becerra, B. M., Neri, G. J., Rivera, A. P., & Segura, M. F. (2019). *Dimensiones de la Competitividad. Factores internos y externos a las empresas* (Primera edición ed.). México: Plaza y Valdes. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Segura_Mojica/publication/330421996_Dimensiones_de_la_competitividad_Factores_internos_y_externos_a_las_empresas/links/5c3f2cdfa6fdcc6b5b170cd/Dimensiones-de-la-competitividad-Factores-internos-y-externos-a-
- Bloomberg. (04 de Diciembre de 2017). BlackRock and Vanguard Are Less Than a Decade Away From Managing \$20 Trillion. *Bloomberg.com*. Obtenido de <https://www.bloomberg.com/news/features/2017-12-04/blackrock-and-vanguard-s-20-trillion-future-is-closer-than-you-think>
- Castillo de Galarraga, B. C. (2000). Rol del Estado, libre mercado y soberanía nacional. *Revista Venezolana Análisis de Coyuntura*, 71-80. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/364/36400104.pdf>
- Definición de. (10 de Enero de 2019). *Definición de*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/libre-mercado/>
- Ecofinanzas. (10 de Enero de 2019). *Ecofinanzas*. Obtenido de https://www.ecofinanzas.com/diccionario/L/LIBRE_MERCADO.htm
- Equipo Selfbank. (17 de Julio de 2017). *Selfbank*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de <https://blog.selfbank.es/la-mano-invisible-de-adam-smith/>
- Expansión.com. (10 de Enero de 2019). *Diccionario de Expansión*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/economia-de-libre-mercado.html>
- Feebbo mx. (13 de Junio de 2014). *Feebbo México*. Obtenido de <http://blog.feebbomexico.com/coca-cola-vs-pepsi/>
- Frolov, I. T. (1984). *Diccionario de Filosofía*. Moscú, Rusia: Progreso.
- Gache, F. L., & Otero, D. (2010). Adam Smith: La mano invisible o la confianza. *Visión de futuro*, 14(2, Año 7,). Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/3579/357935476001/>
- González, F. A. (2014). Nanoempresa. *Emprendedores de la UNAM*, 45-49.
- INADEM. (3 de Octubre de 2016). *Instituto Nacional del Emprendedor*. Obtenido de <https://www.inadem.gob.mx/en-los-4-anos-de-esta-administracion-se-han-destinado-27-mil-500-mdp-para-apoyar-a-emprendedores-y-pequenas-o-micropequenas-empresas-epm/>
- Jalife, A. (4 de Junio de 2017). *Telesur*. Obtenido de <https://www.telesurtv.net/bloggers/Black-RockVanguardState-Street-los-gigabancos-que-controlan-la-mitad-de-Wall-Street-20170604-0001.html>
- Juárez, B. (14 de Febrero de 2019). Predomina empleo de mala calidad en el mercado laboral mundial: OIT. *El Economista*. Obtenido de <https://www.economista.com.mx/capitalhumano/Predomina-empleo-de-mala-calidad-en-el-mercado-laboral-mundial-OIT-20190213-0104.html>
- Martínez, C. R. (Marzo de 2008). El libre mercado o un mercado libre. (Eumed.net, Ed.) *Contribuciones a la economía* . Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008a/rmc.htm>

- Martínez, L. A. (23 de Enero de 2019). La riqueza mundial se concentra en 26 personas y la pobreza crece, alerta la Oxfam. *El Economista*. Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/economia/La-riqueza-mundial-se-concentra-en-26-personas-y-la-pobreza-crece-alerta-la-Oxfam-20190123-0075.html>
- Mason, C., & Brown, R. (January de 2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *OECD LEED*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/260870819_ENTREPRENEURIAL_ECOSYSTEMS_AND_GROWTH_ORIENTED_ENTREPRENEURSHIP_Background_paper_prepared_for_the_workshop_organised_by_the_OECD_LEED_Programme_and_the_Dutch_Ministry_of_Economic_Affairs_on
- Mesa Editorial. (6 de Octubre de 2010). *Merca 2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/philip-kotler-da-su-definicion-de-mercadotecnia/>
- MSN Money Coca-Cola Co. (18 de Enero de 2019). *MSN Money* . Obtenido de <https://www.msn.com/en-us/money/stockdetails/ownership/fi-126.1.KO.NYS?ownershipType=fund>
- MSN Money Pepsico INC. (18 de Enero de 2019). *MSN Money*. Obtenido de <https://www.msn.com/en-us/money/stockdetails/ownership/fi-126.1.PEP.NAS?ownershipType=fund>
- Rosental, M. M., & Judín, P. F. (1965). *Diccionario Filosófico*. Montevideo, Uruguay: Pueblos Unidos.
- Senderos, M. (26 de Junio de 2018). 10 datos curiosos del emprendimiento en México que debes saber. *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/292067>

Increasing Empowerment and Evolution of Women's Leadership and Roles in Business in the XXI Century

Morales, Adriana Trigos, Brigitte

¹Semillero de investigación SIGI, Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana, ciani.upb2017@gmail.com

Abstract— This paper presents an overview of the increasing empowerment and evolution of the concept of women's roles in business in the XXI Century, taking into account the historical events that have lead the female gender to its current conditions in societies and corporations. The importance of women's participation in business resides on the possibility of increasing the productivity of all sectors of the economy and the fulfillment of the Sustainable Development Goals established by the United Nations as pillars to improve societies by ending poverty, enhance education systems, and promote equal rights for everyone. The main objective of promoting empowerment and women's leadership in business is to raise awareness of the economic, political and sociocultural opportunities of inclusion in the different areas where there is no equality, and how its implementation may contribute to the existing industries, maximizing the international economic system. The document restrains the past current advances in the topic displayed and the consequences, good or bad, that may involve the future course of this subject.

Keywords/Palabras clave— Business, Empowerment, Gender Equality, Leadership, Women

1. Introducción

According to the United Nations (2019), women and girls represent half of the world's population and, therefore, also half of its potential. Despite this fact, women's work hasn't been always recognized and valued in the business world, which has affected in a negative way the development of the economic systems of nations and at the global level as well. Women currently represent an important part of the labor market, but are facing higher unemployment rates besides

discrimination in subjects as rights, working conditions, payment and distribution of working positions; due to the stereotypes and roles given to women historically, which have obstructed in the economic empowerment of women in corporations and relevant positions that involve decision-making.

Throughout history, in one way or another, women have had an important role in the strengthening of stability, progress and continuous development of nations. This progress has been interfered by multiple aspects that limit the participation of the female gender in business, governments and others, impeding their individual and collective growth as important parties in communities. Social and cultural aspects have been largely involved with the remaining gender gap that represents barriers for the opportunities given to women in the business environment, leaving women aside when it comes to important occupations and high ranges. These agents have led to an occupational segregation, which implies women working in tougher situations, receiving lower incomes, and in many occasions, accessing to informal jobs with no security and health warrantee.

To reach gender equality in business and promote the economic empowerment of women, there is needed to take actions in different levels, including quality education, in optimal conditions and with equal opportunities for both genders, being aware of the fact that an educated population is the basis of innovation, productivity and progressive economic and sociocultural growth. All nations may be benefited from the inclusion of women in business to the same extent as men, and it will give long term advantages, as the projection of McKinsey Global Institute (2015), which estimates that 12 trillion dollars could be added to world gross domestic product by 2025. Gender equality is a right that will contribute to face a lot of pressing challenges of this time, and it is everyone's responsibility to achieve this goal to support a sustainable and more inclusive economic system and diversification.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

To analyze the impact of the increasing empowerment and evolution of women's leadership into the business world in the XXI Century.

2.2. Objetivos específicos

- 2.2.1. To identify the historical role of women's work and worth in business and how it has influenced corporations.
- 2.2.2. To determine the main differences and existing gaps within the roles and participation of men and women in business.
- 2.2.3. To analyze the educational and professional opportunities that women have had access to and how it affects their participation in business.

3. Estado del Arte

Women represent an important part of the labor market, but are facing higher unemployment rates, as seen in the *2018 Human Development Statistical Update* of the United Nations, which states that the unemployment level for women is 6% higher than this level for men (UN, 2018).

As cited by VanderBrug (2013), women in emerging markets plough back 90 cents of every additional dollar of income into "human resources", which includes their families' education, health, and nutrition (compared to 30–40% for men), thereby helping their families, communities, and nations. The promotion of female participation in business has made possible the expansion of existing markets and exploitation of productive resources of governments, corporations and international institutions.

As said by Harvard Business School (2017), women are currently leading the following sectors in workforce and entrepreneurship: Professional, Scientific and

Technical Services; Real Estate and Rental & Leasing; Manufacturing, Non-Durable Goods; Utilities; among others. Despite women have participation in new industries, different from the ones they were stigmatized to work in in past times, this performance in new industries represent only the 4, 5% of S&P 500 Companies Overall, number that has hovered at similar levels for a decade.

In accordance with UN Women (2019), women's occupations vary considerably by region and income level: in high-income countries, women are concentrated in the health, education and trade sectors (both wholesale and retail), while in low- and lower-middle-income countries, women work mainly in agriculture. Currently, half of the world's workforce works in the Service Sector, an area in which women predominate, with a participation of 61, 5%, followed by Agriculture and Industry with a female envelopment of 25% and 13, 5% respectively. In addition, at the global level, only 25% of the total parliamentary seats are occupied by women, representing the low percentage of the female gender in decision-making positions; and reaffirming that women are still concentrated in lower-paid and lower-skilled jobs.

In accordance with UN Women (2019), women's occupations vary considerably by region and income level: in high-income countries, women are concentrated in the health, education and trade sectors (both wholesale and retail), while in low- and lower-middle-income countries, women work mainly in agriculture. Currently, half of the world's workforce works in the Service Sector, an area in which women predominate, with a participation of 61, 5%, followed by Agriculture and Industry with a female envelopment of 25% and 13, 5% respectively.

According to the International Monetary Fund (IMF), the promotion of gender equality in business supports the a sustainable and more inclusive economic system, as well as equal incomes for both genders, and economic diversification (IMF,2019).

Women play an important role in the private and public sector and stand for economic and social opportunities, as, a report by the McKinsey Global Institute shows, in which it is estimated that 12 trillion dollars could be added to world gross domestic product by 2025 through promoting gender equality/ the role of women. (McKinsey Global Institute, 2015)

The Report of the UN Secretary-General's High-Level Panel On Women's Economic Empowerment restates the importance of women in business by developing functions as designers, suppliers, contractors, marketers and distributors; business leaders and board members, employees, customers, source of brand value and reputation, and as community members influencing the market and policy conditions; important reasons to support gender-diverse teams in all corporations and businesses (Empower Women, 2019).

Alarmed by the WEF warning that it will take 100 years to close the gender gap globally and 217 only to achieve it in the workplace, it is very important to confront the overcoming prejudices that affect the opportunities of women, which represent an overwhelming economic and moral situation for all nations. (WEF, 2018).

The last decades' women have been more incorporated into the labor force, but only 48.5 percent have paid work worldwide, while the 75.2 percent of men are paid and, in many occasions, have higher incomes. Also, only 22 percent of women at the global level has access to a high position at workplace. There is still a long way to go to reach gender equality, and especially to have equal conditions at work for both men and women. (International Labor Organization, 2018)

As said by UNICEF (2017), quality education revolves around five fundamental dimensions, that currently put women in disadvantage: students' contributions, the learning environment, content, processes and results. Quality education is a priority for reducing

gender disparities, and women are yet object of discrimination and other untoward situations that limit their access to an efficient education.

4. Metodología

The methodology used for the development of this article will be a descriptive analysis from a qualitative approach, because the research will be based on the collection of information mainly from secondary sources such as magazines, articles, books and other research related to women's empowerment. It is of vital importance for this specific research to carry out a historical contextualization on the evolution of the role of women in the workplace in the last century, emphasizing the great impact that the existence of an equal participation for women can have for society and the business area with respect to fundamental aspects such as treatment and salary.

This article also reveals the main difficulties faced by the vast majority of women in the business world on a daily basis. It is concluded that it is a qualitative research due to the nature of the article that mainly seeks to analyze a problem through the interpretation and understanding of different texts that have previously addressed the subject, taking into account different points of view of several published authors such as VanderBurg, McGinn&Ho, Subirats&Brullet, and so on. In addition to considering some other data provided by the Harvard Business School, the International Monetary Fund, the World Economic Forum, UNICEF, ECLAC and others. There will also be a special framework on the implementation of the objective of sustainable development in unit #5 on gender equality, the importance of culture and education in this topic, among other key issues that should be addressed for an understanding to "Increase the empowerment and evolution of women's leadership and their role in business in the XXI Century".

5. Resultados

Women can help to increase the productivity of all sectors of the economy, contributing to the improvement of aspects related to the fulfillment of the objectives of sustainable development established by the UN, such as the eradication of poverty, the improvement of the educational systems and the promotion of equality, with women being able to represent, according to the United Nations, half of the world's population, thus having the possibility of maximizing the international economic system.

Thanks to the different international events, such as the American Civil War, the Second World War and other events of this nature, women were able to prove their worth obtaining

different jobs previously occupied only by men and although they were not categorized as equal to these if they were an important support in these times opening the first opportunities in the workplace, evolving these jobs to the point where women are now more respected and valued in many jobs, helping this gender to the stability and growth of societies, as shown in the statistics of fortune 500, which ensures that companies where women have a voice and can give advice have developed a higher return on sales (42%), capital (53%) and capital invested (66%). Although it is recognized that women have made great contributions to nations and that they can make many more contributions, today there are still great differences between them and men, with inclusion and equality withdrawn, women being denied on multiple occasions the opportunity to occupy important positions within companies or a fair salary solely because of the gender of which they are part. Gender gaps persist in the workplace, which have not improved significantly in approximately 20 years, with the belief remaining that men are suitable for jobs that women are not, and vice versa. This has a significant influence both on the eradication and persistence of these gender ideologies, factors that are strongly intertwined with culture and education, encouraging these two aspects on various occasions, discrimination and segregation of women into work considered inferior and not allowing men to enter work considered feminine.

Recognizing that it would take at least 100 years for the FEM to close the persistent gap between men and women, an alarming figure since the ideal would be that this gender achieve greater participation earlier, due to the important contribution that gender equality can cause in the potentialization of the activities of a company, significantly favoring the work climate and therefore the financial benefits after the better performance of all parts of the organization, being mentioned by VanderBurg the fact that women have great creative skills for the maximum use of resources.

6. Conclusiones

It is still considered that some jobs are more suitable for women, opinion that is not based on academic training, but on certain qualities presented by the female gender, as a greater empathy and communication skills. Despite the contribution of women to the economic system of societies, they still face issues such as higher unemployment rates, lower salaries, uncomfortable working conditions, among other, limiting their potential as active people in the economy. Because of this, many international organizations have called upon all nations to implement inclusive economic practices that are already improving the well-being of individuals, families and societies; knowing that measures that promote the participation of women in business are a significant contribution in a world with a slow economic growth.

Governments and institutions around the globe are paying more attention to gender equality, but progress keeps in a very slow and irregular way, as well as women's participation in public life and in high ranking positions occupied and available for the female gender. There are persisting obstacles on the basis of gender and cultural spheres, which restate the main differences of labor force participation, employment, remuneration and unequal working conditions in formal and informal employment. In spite of the barriers that difficult the performance of women in the business world, some progress has been done, as women are now offered better access to flexible working, and the support for maternity pay is higher. However, to achieve gender equality at all levels, it is needed to ensure equal access and opportunities for both genders, in addition to equal remuneration for equal work and accessibility to all occupations in industries and quality education for all, in order to train productive and efficient professionals, regardless of gender. It is needed more than increasing gender diversity in business, it is needed to ensure supportive relationships and enhance the power of diversity.

Many nations currently invest large quantities of money in the education system, which increases the quantity of education, but not the quality of the same, involving all the dimensions that will guarantee the quality of schooling and completion of studies, ensuring education for all, with no distinction. It is necessary to develop collective efforts between educational institutions, governments, private and public sector and international organizations to set education standards that ensure quality needed to upgrade the opportunities given to women, which are currently limited by this issue. The improvement in education shouldn't be focused only in the availability of student quotas, but in better contents and attitudes developed at school and college, that have future aftermath in the performance of men and women's thoughts related to gender capabilities.

7. Referencias Bibliográficas

- Allen, S., & Truman, C. (2016). *Women in business: Perspectives on women entrepreneurs*. Routledge.
- Baig, M. (2013). *Women in the workforce: What changes have we made*. Huffington Post, 19.
- Calkin, S. (2016). Globalizing 'girl power': corporate social responsibility and transnational business initiatives for gender equality. *Globalizations*, 13 (2), 158-172.

Cotter, A. M. (2017). Gender injustice: An international comparative analysis of equality in employment. Routledge.

Flynn, P., Haynes, K., & Kilgour, M. A. (2017). Integrating gender equality into business and management education: Lessons learned and challenges remaining. Routledge.

Grinstead, N. (2015). Education needs to be reassessed, refocused and redefined. UN Women.

Gutterman, A. (2018). It's Time To Get Serious About Educating Women Around The World. Forbes Magazine.

Hakim, C. (2016). Key issues in women's work: Female diversity and the polarisation of women's employment. Routledge - Cavendish.

Quenzel, G., & Hurrelmann, K. (2013). The growing gender gap in Education. International Journal of Adolescence and Youth 18:2, 69-84.

Stebbins, S., & Frohlich, T. (August de 2018). Employment trends: 20 Jobs that are now dominated by Women. USA Today.

LA SOSTENIBILIDAD GLOBAL EN UNA EMPRESA DE TRANSPORTE URBANO DE VIAJEROS EN AUTOBÚS. ESTUDIO DE CASO.

GLOBAL SUSTAINABILITY IN A TRANSPORTATION COMPANY OF URBAN TRAVELERS BY BUS. CASE STUDY.

Cazallo Antúnez, Ana María¹, Barragán Morales, Camilo Enrique², Salazar Araujo, Dayana Ruth³

Resumen— *La investigación presenta como objetivo el análisis de la sostenibilidad desde sus componentes sociales, económicos y ecológicos por cuanto se considera que estos deben ser el norte para las organizaciones a nivel global, más allá de su actividad económica principal, para tal efecto, se toma como referencia el estudio de caso de empresas de transporte urbano, y por los cuales, estas organizaciones deben regirse para considerarse sostenibles y socialmente responsables como corporación, en aras de generar cambios positivos en estas aristas para el entorno en el que se desenvuelven y la sociedad en general, lo cual, convierte a la empresa objeto de estudio en un punto de referencia, esto apuntando hacia un cambio de tipo global en las organizaciones del sector y sus aportaciones a la sostenibilidad global.*

Metodológicamente, la investigación desarrolla la técnica de estudio de casos para dar solidez al enfoque cualitativo-analítico, por medio del cual, fue posible desglosar estas aristas y generar resultados encaminados a profundizar en la apropiación por parte de estas empresas en materia de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial, los resultados denotan un compromiso por parte de la organización de cara a estas iniciativas, donde el desarrollo de proyectos generadores de cambio son la base fundamental para impactar social, económica y ambientalmente las comunidades a las que pertenecen, por tanto, se concluye que para efectos del modelo de gestión la empresa opta claramente por un modelo tridimensional donde se conjuga lo social, lo ecológico y lo económico.

Palabras Clave: *Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad, Estudio de Caso, Transporte.*

¹ Doctora en Metodología, Técnicas y Análisis del Desarrollo Regional. Profesora investigadora adscrita al grupo de investigación Pensamiento Contable y Gestión Internacional Autor correspondencia. Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar, Avenida 59 No. 59-65, Barranquilla, Atlántico, 080001, Colombia. Direcciones de correo electrónico: ana.cazallo@unisimonbolivar.edu.co (ORCID: PMS0003-0219-0891)

² Administrador de Empresas. Especialista en Gerencia e Innovación, Monitor de Docencia Programa Administración de Empresas, Universidad Simón Bolívar. Investigador adscrito al grupo de Investigación Pensamiento Contable y Gestión Internacional. Correo electrónico: cbarraganm93@gmail.com (ORCID: PT000000-8197-1727)

³ Profesional en formación, Cuarto semestre Comercio y Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia. Correo: dayana.salazar@unisimon.edu.co (ORCID: 0000-0003-3319-2208).

Abstract— The research presents as objective the analysis of sustainability from its social, economic and ecological components because it is considered that these should be the north for organizations at a global level, beyond their main economic activity, for this purpose, it is taken as reference the case study of urban transport companies, and for which, these organizations must be governed to be considered sustainable and socially responsible as a corporation, in order to generate positive changes in these edges for the environment in which they operate and society in general, which makes the company object of study a point of reference, this pointing towards a global change in the organizations of the sector and their contributions to global sustainability.

Methodologically, the research develops the case study technique to give solidity to the qualitative-analytical approach, by means of which it was possible to break down these edges and generate results aimed at deepening the appropriation by these companies in terms of sustainability and responsibility. social enterprise, the results denote a commitment on the part of the organization towards these initiatives, where the development of projects that generate change are the fundamental basis to impact socially, economically and environmentally the communities to which they belong, therefore, it is concluded that for the purposes of the management model, the company clearly opts for a three-dimensional model that combines the social, ecological and economic aspects.

1. Introducción

La investigación describe el caso de éxito de una empresa de servicio de transporte urbano de viajeros localizada en Andalucía (España) cuyo modelo organización apuesta claramente por el desarrollo sostenible y la sostenibilidad global. Es por ello, que desde hace algunas décadas ha apostado claramente por mejorar aspectos relacionados lo ecológico y lo social sin perjuicio de lo económico. Pero, ¿cómo una empresa de transporte puede apostarle al respeto al medioambiente y social sin olvidarse del componente económico? La respuesta es bastante fácil.

En este sentido, Vega y Alonso (2006) resaltan que disponer de un modelo de transporte accesible tiene tres (3) ventajas principales. En primer lugar y desde una perspectiva social, para las personas o colectivos con movilidad reducida disponer de un transporte accesible les permite desplazarse de manera autónoma lo cual reduce no sólo las barreras físicas derivadas de la accesibilidad sino que también, les permite eliminar las barreras psíquicas al disponer de mayor autonomía. En relación al medioambiente, el uso del transporte colectivo implica la minimización del uso del vehículo privado reduciéndose el volumen de contaminación y mejorando la calidad del ambiente. Por último, desde una perspectiva económica, al fomentar y promover el uso del transporte colectivo público tanto por la vía social, permitiendo el acceso a

los individuos con movilidad reducida, como por lo ambiental, sustituyendo el uso del vehículo privado por el transporte público, se incrementa la cantidad demandada del servicio público de transporte lo que se traduce en un incremento en el número de pasajeros y por ende de los ingresos al mismo tiempo que, a nivel organizacional, se mejora la productividad y la eficacia en la gestión.

2. Objetivos

a. Objetivo general

Analizar la sostenibilidad global en las empresas de transporte urbano de viajeros en autobús mediante al caso de estudio de una empresa de transporte urbano para la identificación de los factores determinantes del éxito empresarial.

2.2. Objetivos específicos

Describir el compromiso institucional de la empresa en las tres vertientes de la sostenibilidad global.

Analizar el comportamiento de los diferentes factores que contribuyen al desarrollo de la sostenibilidad global en la empresa de transporte de viajeros en autobús.

Relacionar los diferentes factores que contribuyen a la sostenibilidad social en empresa vinculándolo al desarrollo sostenible de la ciudad.

3. Estado del Arte

Sostenibilidad Global

Para Dourojeanni (1999) la sostenibilidad es explicada desde perspectivas sociales, económicas y ambientales, haciendo alusión a equidad, crecimiento económico y sustentabilidad ambiental, que bien sea dicho, aunque no explican a totalidad el término, si componen una mayoría del

concepto. Esto supone que no existe una articulación efectiva entre las metas ambientales, sociales y económicas dentro de la sociedad.

Siendo entonces, el conjunto de decisiones y procesos que deben llevarse a cabo por parte de los seres humanos, no sólo para la generación actual, sino también para generaciones pasadas y futuras, en un mundo globalizado y de cambios constantes; siendo pertinente destacar que estas decisiones son apropiadas más de manera individual que en colectividades, por tanto, resulta fundamental esclarecer las políticas y directrices gubernamentales en este sentido, para así, administrar de mejor manera los territorios, políticas y directrices que deben ser apropiadas por las empresas o entes económicos que participan dentro del entorno empresarial, que si bien es reconocido que el crecimiento económico es el que trae desarrollo a la sociedad, es necesario, de igual manera, contar con organizaciones preocupadas por generar cambios en materia de sostenibilidad, donde sus negocios estén enmarcados hacia un sentido que busquen no solo satisfacer sus propios intereses (económicos), sino también a la sociedad (sociales) y el entorno (ambiental) dentro del cual desarrolla su actividad.

Sin embargo, para autores como Myers (1993) el término resulta complejo dadas las distintas asociaciones que establecen los problemas que intenta resolver, por tanto, las empresas deben organizar sus actividades y procesos encaminadas a la generación de estrategias que estimulen el desarrollo en este sentido, esto tomando en cuenta, los múltiples cambios que la sociedad presenta de manera vertiginosa

Para Barbier (1989) es el nivel óptimo de interacción entre tres sistemas –biológico, económico y social- el cual se alcanzaría mediante un proceso dinámico y de constantes cambios; en el caso de la empresa Tussam, ha resultado importante la apropiación de este término, ya que se han establecido medidas que abordan estas tres (3) aristas, tanto para conservar el medio ambiente, como para generar rentabilidad, y, a su vez, mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económicas, social y ambiental en sus contextos internos como externos,

considerando las expectativas de todos sus participantes, en palabras de Klisberg (2003) la responsabilidad social empresarial es el pilar fundamental de las instituciones, por lo que éstas deben basar sus actuaciones en el marco ético de los valores compartidos, a fin de ejercer acciones en función de los intereses, así como las necesidades de los grupos relacionados en el que hacer institucional, por tanto, la inclusión de la responsabilidad social empresarial dentro de los valores corporativos y, a su vez, en el direccionamiento estratégico de la organización resulta vital.

Las organizaciones, sin importar su naturaleza, tamaño, estructura o actividad económica, deben crear vínculos que promuevan el mantenimiento de las condiciones del entorno y el bienestar de los actores, lo cual se enmarca dentro de un actuar socialmente responsable (Yepes, Peña & Sánchez, 2007). En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental, esto nace de la necesidad de equilibrar los intereses de la organización, tanto sociales como institucionales (Hartman & Werhane, 2013).

La responsabilidad social empresarial no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque en la última década está adquiriendo una nueva dimensión por el especial interés que conlleva, demandando una gestión cuidada como en cualquier ámbito de valor estratégico, que supere lo anecdótico o lo filantrópico (García, Durán y Martínez, 2018).

En este sentido, González (2005), afirma que la responsabilidad social conlleva la actuación comprometida de mejora continua, que permite a la empresa ser más competitiva, respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera en el entorno, atendido las expectativas de todos sus participantes.

4. Metodología

La investigación se enmarca dentro de un enfoque cualitativo-descriptivo, basado en postulados de Hernández, Fernández y Baptista (2014), ya que se alude a la esencia de personas y cosas, sean estas consumidores o productos, mercados u organizaciones, hablando de sus características, en términos de semejanzas y divergencias.

Del mismo modo, se presenta un diseño que permite llegar a generar resultados ordenados y estructurados, las cuales requieren de un desarrollo acucioso y sobre todo detallado (Krause, 1995).

El cual respaldado por el estudio de casos, aprueba interpretar causalidades y factores que lo motivan, siendo así un diseño a destacar de corte cualitativo.

5. Resultados

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la sostenibilidad global debe entenderse como la conjunción de tres dimensiones: lo ecológico, lo social y lo económico. Es por ello que, los modelos o sistemas de transporte deben conjugarse de acuerdo a estas tres vertientes ya que, en su mayoría, se tratan de servicios públicos cuyo objeto va más allá de lo estrictamente empresarial, es decir, de la maximización del beneficio. La empresa en cuestión, tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de movilidad de la ciudad para lo cual considera necesario el cumplimiento de la misión, la visión y los valores sobre los que se sustenta y que se presentan a continuación (ver tabla 1) (Tussam, 2019a).

Tabla 1. Misión, visión y valores de la empresa

| Misión | Visión | Valores |
|--|--|--|
| Orientada a: <ul style="list-style-type: none"> ● Contribuir a una movilidad sostenible en la ciudad. ● Prestar un servicio a plena satisfacción de las partes interesadas. ● Asegurar la viabilidad económico-financiera de la organización. | Orientada a: <ul style="list-style-type: none"> ● la mejorar la movilidad (ofrecer un servicio de calidad). ● Orientada a las personas (orientación social tanto hacia los usuarios como a los empleados). ● Orientada a la innovación. ● Orientada a la mejora del medioambiente (calidad del aire y reducción de las emisiones). | Orientados a: <ul style="list-style-type: none"> ● Las partes interesadas. ● Integridad y transparencia en la gestión. ● Diversidad. ● Mejora continua de servicios. ● Empresa moderna y sostenible. ● Responsable con el medioambiente. |

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la empresa Tussam, (2019a).

Para profundizar un poco más, se exponen algunos indicadores básicos relativos al servicio prestado por la empresa objeto de estudio destacándose el número total de viajeros transportados (79.846.153 viajeros) en el año 2017 y la disposición de una flota de 400 autobuses de los cuales en hora punta operan 346 (ver tabla 2) (Tussam, 2017a).

Tabla 2. Indicadores de oferta y demanda (2017)

| Indicador | Valor |
|---|--------------|
| Kms recorridos anuales (millones) | 19 |
| Kms recorridos / Día laborable invierno | 60.200 |
| Nº de coches en hora punta | 346 |
| Nº de autobuses (total) | 400 |
| Velocidad comercial (km/h) | 13,1 |
| Plazas Metrocentro / Laborable - hora | 4.300 |
| Viajeros transportados | 79.846.153 |
| | 3 |

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la empresa, (2017)

Dicho esto, en este trabajo se presenta una descripción del comportamiento de estas tres dimensiones relativas a la sostenibilidad global en una empresa de transporte público ubicada en Andalucía (España) de manera que permita conocer el caso de una empresa de transporte sostenible. En primer lugar, desde una perspectiva ecológica, la empresa está comprometida con el medioambiente y prueba de ello son las normas de calidad y medio ambiente que tiene implantadas tanto en lo relativo a la flota como a las instalaciones (Tussam, 2018a):

- Sistema de gestión de la calidad según norma UNE-EN ISO 9001:2008 para el diseño y prestación del servicio de transporte colectivo de viajeros en autobús y tranvía.
- Sistema de Gestión Ambiental según norma UNE-EN ISO 14001:2004 tanto para las instalaciones.

- Certificación de calidad de la línea de Tranvía T1 Plaza Nueva – Prado de San Sebastián según el estándar de calidad UNE-EN 13816.
- Reglamento Europeo 1221/2009: EMAS III tanto para las instalaciones (Tussam, 2017b).

Junto a lo anterior, la empresa demuestra un respeto al medio ambiente y está orientada hacia la búsqueda de un modelo de transporte sostenible en la ciudad realizando otras tareas como:

- Capacitaciones de carácter ambiental y sensibilización ambiental (Tussam, 2015) entre las que hay que resaltar capacitaciones orientadas a la gestión de los residuos, la conducción eficiente (servicio aeropuerto), la descarga de mercancías peligrosas o el cumplimiento de la normativa de ruidos (Tussam, s.f. a).
- Implantación de un sistema de adquisición de datos relacionados con el modo de conducir para así reducir el consumo de combustible y optimizar los tiempos y frecuencias, detectando el sistema aquellas conducciones menos eficientes para poder realizar las mejoras correspondientes (Tussam, 2016).

Por otro lado, desde una perspectiva organizacional, la empresa ha diseñado procedimiento de gestión ambiental evaluación de aspectos ambientales para la identificación de los aspectos ambientales derivados de la actividad y procedimientos utilizados en la empresa y así conocer y reducir el impacto de éstos desde una perspectiva medioambiental y tener un control sobre las actividades y procesos. De esta manera, se logra un procedimiento capaz de identificar y evaluar aspectos medioambientales objetivamente orientados a la mejora continua (Tussam, 2018b). En el documento anteriormente referenciado, se hace hincapié a los aspectos relacionados directamente como son las emisiones a la atmósfera, los vertidos, la contaminación al suelo, la utilización de los recursos naturales, la emisiones de energía térmica, ruidos, olores, polvo, etc. Asimismo, de manera indirecta, se hace referencia a los contratistas, subcontratistas y proveedores donde se evalúa, por parte de la empresa, el comportamiento de éstos en aspectos relacionados con el respeto al medioambiente mediante lo que se denomina la matriz de evaluación de aspectos e impactos ambientales.

Para concluir la dimensión ecológica es preciso mencionar la existencia de cuatro (4) proyectos llevados a cabo por la empresa con objeto de minimizar el impacto medioambiental utilizando innovaciones tecnológicas y la ejecución de un plan de renovación de flota más respetuosa con el

medioambiente (Tussam, s.f. b). El primer proyecto, iniciado en 2007, al que se hace referencia es “*Microbuses eléctricos*” donde la empresa optó por incorporar microbuses de tracción eléctrica que no contaminantes (desde una perspectiva acústica y ambiental) para la prestación del servicio en el centro histórico de la ciudad.

El segundo proyecto denominado “*planta solar de tussoenergía en los aparcamientos de nuestra flota*” donde se genera energía fotovoltaica (energía eléctrica limpia) gracias a la implantación de marquesinas con placas fotovoltaicas en el aparcamiento de los autobuses cuya extensión es de 60.000 metros cuadrados y dispone de más de 400 plazas. La construcción de la planta solar finaliza en 2008 y produce una cantidad de electricidad equivalente a necesaria para satisfacer a mil (1000) viviendas lo cual supone una reducción del consumo eléctrico para la ciudad y contribuye positivamente al desarrollo sostenible de la misma. Además, con la construcción de la planta se da sobre a un total de 315 autobuses lo cual repercute positivamente en la conservación del vehículo sobre todo en verano donde las temperaturas son muy elevadas. Como conclusión se muestra la producción eléctrica mensual de la planta durante el periodo 2009-2013 lo cual pone de manifiesto la eficiencia y eficacia del proyecto.

Tabla 3. Resumen producción fotovoltaica planta solar de TUSSAM (Kwh)

| MES | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Enero | 138442 | 143887 | 152985 | 204142 | 166219 |
| Febrero | 198906 | 148744 | 205056 | 256347 | 190292 |
| Marzo | 228269 | 200629 | 226096 | 261772 | 185253 |
| Abril | 277913 | 266549 | 241326 | 250490 | 260742 |
| Mayo | 303279 | 329625 | 282028 | 299045 | 295285 |
| Junio | 288973 | 291331 | 318722 | 305067 | 295647 |
| Julio | 309028 | 326348 | 318773 | 316019 | 308721 |
| Agosto | 305298 | 285860 | 273637 | 284261 | 294194 |
| Septiembre | 247786 | 263834 | 257577 | 231808 | 236973 |
| Octubre | 239443 | 232522 | 246824 | 204207 | 208890 |
| Noviembre | 178631 | 159177 | 171102 | 142004 | 195186 |
| Diciembre | 126135 | 126794 | 180289 | 148884 | 166357 |
| TOTAL | 2842102 | 2775300 | 2874415 | 2904046 | 2803759 |

Fuente: Tussam, (s.f. b)

En tercer lugar, el proyecto “*utilización de biocombustibles en nuestra flota*” es una apuesta más por parte de la empresa para reducir los niveles de contaminación ambiental y la utilización de combustibles más limpios como el gas natural comprimido o biodiesel y el bioetanol siempre bajo los límites marcados por la Unión Europea (UE) en materia de emisión de gases y partículas contaminantes. Por último destacar “*la implantación de gas natural comprimido en la flota*” proyecto, iniciado en 2006 y que en la actualidad está implantado a gran escala, basado en el uso de gas natural como alternativa al uso del combustible tradicional lo cual contribuye positivamente, desde una perspectiva ecológica, reduciendo las emisiones de gases contaminantes (CO₂, SO₂, NO_x y de CO).

En relación a la segunda dimensión de la sostenibilidad global, lo social, es preciso mencionar que es considerado como algo fundamental a nivel organizacional por su naturaleza pública y por su condición de prestador de servicio público. En este sentido la empresa, de acuerdo a la misión, visión y valores organizativos se establece como eje central las personas, principalmente usuarios y empleados, para la orientación del servicio. En este sentido, la empresa ha logrado avanzar teniendo una red de transporte basada en un modelo radial completado con líneas transversales, circulares y periféricas que permiten dar servicio a todos los barrios de la ciudad adaptándose continuamente a las necesidades de la ciudad y los ciudadanos (Tussam, 2017). En lo referencia a los usuarios se ha establecido unas normas de conducta orientadas a mejorar la calidad y accesibilidad de la toda la población dando prioridad a aquella que pueda situarse en una situación de vulnerabilidad.

De acuerdo a lo anterior y en relación a los usuarios, hay que mencionar que la empresa establece zonas de habilitadas para las personas con movilidad reducida (PMR) (personas de avanzada edad, embarazadas, movilidad reducida, etc.) - disponiendo de asientos prioritarios para ellos con facilidad de acceso (piso bajo) además de disponer de una capacidad máxima por vehículo de tres sillas de rueda o sillas de bebés. En este sentido, se resalta que los autobuses y

tranvías sean de piso bajo con un sistema de inclinación y rampa que facilite el acceso a los usuarios en sillas de ruedas, la existencia de rampas manuales para los casos en los que exista una avería en la rampa automática, barras que faciliten tanto el ascenso como descenso del vehículo, disposición de prioritaria en la zona central del bus para las personas en sillas de ruedas y se ha instalado un sistema audiovisual de información de próxima parada permitiendo a las personas con discapacidad auditiva o visual conocer dicha información (Tussam, s.f. c).

Junto a lo anterior y de manera novedosa, a partir de enero de 2019 se ha implantado un servicio exclusivo para mujeres para viernes, sábados y vísperas de festivos en una línea nocturna llegando a un total de 26 paradas para incrementar la seguridad y prevenir situaciones de acoso y así poder acercarlas más a sus domicilios (Tussam, 2019b). Por otro lado, la empresa ofrece visitas a escolares donde pretende informar y dar a conocer los beneficios del transporte público dando a conocer la organización desde la perspectiva humana, tecnológica y de infraestructuras, entre otras al mismo tiempo que se promueve su uso y se convierte como una alternativa social y ecológicamente sostenible (Tussam, s.f. d). También, dentro de una perspectiva social la empresa ofrece títulos de viaje bajo cobertura social como: tarjeta infantil gratuita para niños entre 3 y 11 años, la tarjeta a la tercera edad (costo de acuerdo al nivel de renta), la tarjeta solidaria para personas desempleadas que cumplan con unas características, tarjeta social para empleados con ingresos inferiores al salario mínimo interprofesional, la tarjeta joven (16 y 29 años que cumplan con unas características) (Tussam, s.f. e). Completando lo anterior, en la siguiente tabla se presenta el número de viajes de cada tipo de título para el año 2017.

Tabla 4. Número de viajes de cada tipo de título para el año 2017

| Títulos de viajes | Demanda | % Uso |
|--------------------------|----------------|--------------|
| Univiajes | 8.222.904 | 10,30% |
| T. Transbordo | 11.387.518 | 14,26% |
| T. sin transbordo | 19.786.470 | 24,78% |
| Transbordo | 5.066.964 | 6,35% |
| 3 edad | 14.251.355 | 17,85% |
| Tarjeta 30 días | 5.326.809 | 6,67% |
| Tarjeta joven | 1.149.358 | 1,44% |

| | | |
|----------------------------------|-------------------|-------------|
| Tarjeta estudiante/universitaria | 2.884.450 | 3,61% |
| Tarjeta solidaria | 4.670.889 | 5,85% |
| Tarjeta consorcio | 6.271.906 | 7,85% |
| Otros | 827.528 | 1,04% |
| TOTAL | 79.846.151 | 100% |

Fuente: Tussam, (2017a)

Dentro de la vertiente social y más en concreto en lo relativo a los empleados, la empresa dentro de sus estándares de calidad establece una serie de acciones que contribuyen al desarrollo profesional y personal de la plantilla. De esta manera se destacan, según Tussam (2017a):

- La inversión en formación del capital humano con un promedio de 20 horas/año siendo ésta en su mayoría impartidas dentro de su horario laboral (95,84%) para así poder conciliar la vida profesional y laboral.
- La prevención mediante reconocimientos médicos y otras actividades sanitarias (revisiones ginecológicas, campaña de vacunación antigripal, mantenimiento de botiquines y la jornada de donación de sangre).
- Lucha contra el absentismo pasando de 3,03 días promedio en 2012 a 2,64 días en 2017.
- Elección del nuevo vestuario para el personal de conducción y taller donde la empresa firmó un acuerdo de colaboración con las Escuelas de Diseño de la ciudad para la elaboración de la nueva imagen corporativa dando participación a los estudiantes de estas escuelas.

Por último, al analizar la dimensión económica hay que hacer referencia a la existencia de una gama amplia de bonos transporte que permiten ofrecer un servicio adaptado a las necesidades un gran número de usuarios. A continuación, se exponen los diferentes bonos de transporte existentes: el billete univiaje, la tarjeta multiviaje sin y con transbordo, la tarjeta turística de 1 y tres días, la tarjeta mensual simple, la tarjeta mensual con descuento por familia numerosa general, la tarjeta mensual con descuento por familia numerosa especial, la tarjeta mensual para familias

monoparentales y monomarentales, tarjeta anual y la tarjeta estudiante (septiembre-junio) (Tussam, 2017a). Además, la empresa ofrece unos servicios adicionales o especiales como el aeropuerto o la feria lo cual facilita que el autobús se convierta en una alternativa para este tipo de desplazamientos no habituales (Tussam, s.f. e).

En definitiva, la empresa ha mostrado como el cambio de modelo de transporte orientado al desarrollo sostenible alineado dentro de la planificación urbana sostenible de la ciudad ha permitido que en la actualidad sea un ejemplo a seguir por sus acciones en materia de sostenibilidad global, consciente que no se puede entender ésta sin la conjunción de las dimensiones ecológica, social y económica.

6. Conclusiones

Para el caso objeto de estudio la empresa ha presentado el desarrollo de un modelo de gestión y explotación del servicio público sostenible que va más allá del beneficio económico y donde también tiene cabida el componente social y medioambiental. Además, se presenta la contribución e integración de la organización con el desarrollo sostenible de la ciudad asumiendo un rol muy importante. Por otro lado, la clave del éxito radica en el componente misional, visional y los valores de la empresa donde se opta claramente por un modelo tridimensional donde se conjuga lo social, lo ecológico y lo económico.

Una vez analizados los documentos de la organización empresarial se pone de manifiesto la posibilidad de diseñar un modelo o sistema de transporte integrado y global en una ciudad donde el rol de la empresa de transporte colectivo urbano tiene un papel muy activo al tratarse de un agente que actúa sobre el entorno y en el entorno. Resulta fácil pensar que este caso estaría justificado por el simple hecho de que se trata de un servicio público prestado por una empresa pública, sin embargo existen otras fórmulas administrativas donde los servicios públicos son prestados por entidades privadas o mixtas. En este caso cabría la pregunta de si estaría justificada

la implementación de un modelo de transporte colectivo bajo el paradigma de una empresa privada o con componente privado.

La respuesta a esta pregunta es positiva ya que a pesar de estar explotada por una empresa privada en diferentes grados, el servicio prestado es de naturaleza pública trae implícito compromisos como lo social y lo ecológico sin que ello pueda mermar el beneficio económico ya que mediante la inclusión personas se incrementa también las ventas, mejora la gestión y productividad empresarial todo ello bajo el paradigma del respeto al medioambiente.

7. Referencias Bibliográficas

- Antropología, G. d. (junio de 2012). Recuperado el 2017, de <http://hdl.handle.net/10481/20644>: <http://hdl.handle.net/10481/20644>
- Baéz, J., & Pérez, T. (2009). *Investigación Cualitativa*. (2da ed.) Madrid: ESIC Editorial.
- Barbier, E. (1989): *Economics, Natural Resource Scarcity and Development*. Londres, Earthscan Publications.
- Dourojeanni, A. (1999). *La dinámica del desarrollo sustentable y sostenible*.
- García Guilianny, J., Durán, S.E., Parra, M.A., & Caraballo, H. R. M. (2018). Inserción, integración y equidad en el ámbito laboral: Escenario empresarial posconflicto en Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 24(3), 36-49.
- Hartman, L. P. & Werhane, P. H. (2013). Proposition: Shared value as an incomplete mental model. *Business Ethics Journal Review*, 1(6), 36-43.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2008) *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Krause, M. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. *Revista Temas de educación*, 7(7), 19-40.
- Klisberg, B. (2003). *Responsabilidad Social para Latinoamericanos*. Madrid: Editorial Deusto.
- MYERS, M (1993): The question of linkages in environment and development. *Bioscience*. 43, pp. 302-310.
- TUSSAM, (2015). Memoria anual 2015. Recuperada de http://www.tussam.es/fileadmin/user_upload/MEMORIA_2015.pdf
- TUSSAM, (2016). Memoria anual 2016. Recuperada de http://www.tussam.es/fileadmin/uploads/pdf/Memorias/Memoria_2016/M2016.pdf

- TUSSAM, (2017a). Memoria anual 2017. Recuperado de http://www.tussam.es/fileadmin/user_upload/MEMORIA_COMPLETA_REDUCIDA.pdf
- TUSSAM, (2017b). Declaración medioambiental Tussam 2017 conforme al reglamento (UE) 2017/1505. Recuperado de http://www.tussam.es/fileadmin/uploads/pdf/MEDIO_AMBIENTE/DECLARACION_EMAS_2017_FIRMADA.pdf
- TUSSAM, (2018a). *Catálogo Tussam 2018*. Recuperado de http://www.tussam.es/fileadmin/uploads/pdf/Publicaciones/Nuevo_diseno_catalogo_2018_FIN_.pdf
- TUSSAM, (2018b). *Procedimiento de gestión ambiental evaluación de aspectos ambientales*. Recuperado de http://www.tussam.es/fileadmin/user_upload/PGA-03_EvaluacionAspectos_ed_10a.pdf
- TUSSAM, (2019a). *Política integral de Tussam*. Recuperada de http://www.tussam.es/fileadmin/uploads/pdf/CALIDAD/ORGANIGRAMA_POLITICA_INTEGRAL_TUSSAM_2019-DEF.pdf
- TUSSAM, (2019b). *Paradas nocturnas a demanda*. Recuperado de <http://tussam.es/uploads/pdf/InformacinParadaAntiacoso.pdf>
- TUSSAM, (s.f. a). *Medio ambiente. La gestión ambiental en TUSSAM*. Recuperado de <http://www.tussam.es/index.php?id=97>
- TUSSAM, (s.f. b). *Proyectos ambientales*. Recuperado de <http://www.tussam.es/index.php?id=461>
- TUSSAM, (s.f. c). *Accesibilidad en autobuses*. Recuperado de <http://www.tussam.es/index.php?id=725>
- TUSSAM, (s.f. d). *Presentación de visitas escolares*. <http://www.tussam.es/index.php?id=276>
- TUSSAM, (s.f. e). *Tarifas a partir de 1 de enero de 2018*. Recuperado de <http://www.tussam.es/index.php?id=192>
- Vega, P. y Alonso, F. (2006). *La accesibilidad del transporte en autobús: Diagnóstico y soluciones*. España: Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO). Recuperado de <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0528801.pdf>
- Yepes, G. A., Peña, W. & Sánchez, L. F. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

La nueva agenda diplomática y comercial México-Estados Unidos en la era de Trump

Contreras Suárez, Aribel

Universidad Iberoamericana Ciudad de México (Departamento de Estudios Empresariales,
Coordinación de la Licenciatura en Administración de Negocios Internacionales),
aribel.contreras@ibero.mx

Resumen— Esta investigación muestra el status actual en que se encuentra la agenda bilateral México-Estados Unidos en términos diplomáticos y comerciales en la era Trump. Es decir, a partir de que el presidente de dicho país llegó a la Casa Blanca hasta la actualidad, la relación se ha convertido en más compleja, complicada e incierta. La metodología utilizada es de un análisis de información de entrevistas proporcionadas por diversos actores políticos y empresariales clave en ambos países, así como de un monitoreo constante —desde noviembre del 2016 hasta nuestro días— a consecuencia de la amenaza de que el país estadounidense se saldría del tratado comercial trilateral. Se enlistarán y analizarán los temas de la agenda política y de la agenda comercial. La primera agenda cuenta con temas como: i) migración, ii) frontera, iii) combate al narcotráfico, iv) seguridad fronteriza y v) cooperación bilateral en diferentes ámbitos. La segunda agenda se basa en el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCAN) el cual se espera ser sustituido por el Tratado México-Estados Unidos-Canadá (T-MEC) una vez que se logre la ratificación en los tres países para que entre en vigor conforme a lo establecido dentro del mismo acuerdo. La importancia de este tema radica en si bien es cierto que la relación política es asimétrica, la relación comercial es simétrica. Sin embargo, esta relación bilateral se encuentra por el lado estadounidense con: amenazas, caracterizadas por darse a través de las redes sociales, por enfrentar una incongruencia entre el espíritu mismo de un tratado que es el libre comercio versus el nuevo modelo proteccionista, la construcción de un muro fronterizo y la incertidumbre. Por el lado mexicano, se encuentra sin una postura clara ya que sólo hablan de respeto, pero sin directrices concretas. El futuro de esta relación podrá cambiar a partir del año 2024 cuando se logre un cambio presidencial en ambos países.

El objetivo general se dirige hacia un antes y un después de Trump. Los resultados se centran en que la nueva agenda diplomática y comercial bilateral está marcada por el actual mandatario estadounidense. Y como conclusión final se determina que, terminando el mandato de reelección del presidente de los Estados Unidos, la relación bilateral buscará un punto de equilibrio con propuestas concretas y de conveniencia mutua, pero sin un tono amenazante.

Abstract— This paper presents a global overview of the current Mexico-US trade and diplomatic relationship with the Trump Era as a starting point. This refers to Trump's arrival to the White House as the key moment when the relationship changed into a threatening, more complex, and uncertain relation. The methodology used is based on data analysis of interviews provided by

different political and business actors and a media monitoring since 2016 to present day. The two trade and diplomatic agendas will be briefly analyzed. The political agenda refers to: i) migration, ii) narcotics, iii) border protection, and iv) bilateral cooperation in different areas. The trade agenda basically focuses on the North American Free Trade Agreement (NAFTA), which will be replaced by the United States, Mexico, and Canada Agreement (USMCA) once the ratification process is concluded. The importance of this topic emanates from the understanding that even though, the political relationship is asymmetrical, the trade relationship is completely symmetrical. Nevertheless, the current bilateral status has been characterized by: threats from the American president on his social media, facing incongruity between free trade versus protectionism, the border wall, and uncertainty. On the Mexican side, an official position has not become clear as they only talk about respect but with no concrete guidelines. The future of this relationship might change on 2024 when both countries get a new president. The main objective is directed to understand the watershed of a previous and an after era once Trump took office. The findings head that both agendas are according to the will of the current American president. As a final conclusion, it can be easily seen that the bilateral relationship will be different once the US reelection period is over and it will move forward with a cordial and respectful tone.

Keywords/Palabras clave— NAFTA, US, bilateral trade relations, diplomatic relationship, USMCA / TLCAN, Estados Unidos, México, relaciones comerciales bilaterales, relaciones diplomáticas, T-MEC.

1. Introducción

Esta investigación proporciona al lector un panorama general y objetivo sobre el status que actualmente tiene la relación México-Estados Unidos (EU) a partir de la llegada de Donald Trump a la presidencia de dicho país. Dado que apenas lleva dos años y medio en la presidencia es que los autores que hablan sobre el tema es a manera de reportajes, entrevistas y breves blogs. Es decir, aún no hay mucha bibliografía que aporten teorías o propuestas modelos acerca de esta nueva relación.

La importancia de esta investigación radica en ser un tema nuevo y poner en orden el estado de arte que hay –de manera dispersa- en diferentes portales y medios de comunicación.

2. Objetivos

Se tiene un objetivo general y tres objetivos específicos que se enuncian a continuación.

2.1. Objetivo general

Comprobar que la relación bilateral diplomática y comercial es diferente entre México y EU a partir de la llegada de Donald Trump a la presidencia estadounidense.

2.2. Objetivos específicos

- Destacar los acontecimientos clave en la relación diplomática de México con EU a partir de Donald Trump en la presidencia.
- Identificar los hechos concretos en la relación comercial de México con EU a partir de Donald Trump en la presidencia.
- Presentar un breve análisis -a manera de prospectiva- sobre el futuro de la relación México-EU.

3. Estado del Arte

El estado de arte que guarda este tema es por un lado amplio y por otro lado reducido. En cuanto a los antecedentes hay una amplia gama de bibliografía que habla sobre la relación bilateral entre México y EU pero en el periodo específico de los últimos dos años y medio que lleva el Presidente Donald Trump como inquilino de la Casa Blanca, se ha escrito poco en cuanto a información científica. Lo que hay son reportajes, entrevistas, blogs, noticias, entre otros, pero aún no hay un libro como tal dado que apenas ha transcurrido un poco más de la mitad de su mandato.

A continuación, la **Tabla #1** muestra el análisis del estado del arte.

Tabla #1
Estado de Arte

| Autor | Título de la publicación y www en que se ubica | Principales aportaciones |
|-------------------------------------|--|---|
| Benemelis, Juan Felipe et al | Libro <i>The Trump Era, Create Space Independent Publishing Platform, 2017.</i> | Trump representa un sismo político para los Estados Unidos. |

| | | |
|--------------------------|---|---|
| Contreras, Aribel | “Adiós aranceles, bienvenido el T-MEC”. Portal de un periódico https://www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/politica-y-negocios-3657860.html | La eliminación de aranceles al acero y al aluminio favorece la futura ratificación del T-MEC. |
| Contreras, Aribel | “El neoproteccionismo China-Estados Unidos”. https://www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/politica-y-negocios-3624790.html | Estados Unidos trae un modelo neoproteccionista a raíz de la llegada de Trump. |
| Contreras, Aribel | “Acuerdo secreto Jared Kushner-AMLO” https://www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/politica-y-negocios-3305686.html | Acuerdo de que Trump y AMLO serán cómplices para: i) uno se reelige en el 2020 y ii) el otro se mantiene en el poder con su partido por al menos dos sexenios. |
| Contreras, Aribel | Varios videos en You Tube que responden a entrevistas otorgadas en diferentes medios de TV y Radio. www.youtube.com Buscar: Aribel Contreras Suárez Medios: ADN 40, NTN24, El Financiero TV, Excélsior TV, Capital 21, entre otros. | La relación bilateral era una antes de Trump y es otra a partir de la llegada a Trump a la Casa Blanca con gran complejidad en la agenda. |
| Chiavon, Jorge | “Las relaciones México-Estados Unidos en la era Trump” Centro virtual de pensamiento y análisis académico http://anuariocidob.org/las-relaciones-mexico-estados-unidos-en-la-era-trump/ | Temas prioritarios de la agenda: Muro Migración Renegociación TLCAN |
| Ramos, Jorge | Libro <i>Stranger: The Challenge of a Latino Immigrant in the Trump Era</i> , New York, 2018. | Trump no ve obstáculos para construir el muro ya que es su defensa para evitar la migración ilegal en su país a costa de lo que sea. |
| Selee, Andrew | Libro <i>Vanishing Frontiers: the forces driving Mexico and the United States together</i> , Public Affaris, 2018. | La relación bilateral es vista como parches puesto juntos y el muro es más un mero pretexto político que en realidad una agresión hacia la frontera con México. |

Fuente: elaboración propia

4. Metodología

El enfoque que se da a lo largo de esta investigación es mayormente cualitativo con información cuantitativa en cuanto al intercambio comercial y a la inversión extranjera directa de EU hacia México. El contenido cualitativo se basa en dar seguimiento puntual a noticias, asistencia a eventos en la Ciudad de México relacionados al tema, y brindar entrevistas a diferentes medios de comunicación donde hubo un trabajo de lectura previa en diferentes portales de noticias para tener una visión más amplia.

De allí que se logre hacer un análisis, compartir reflexiones y llegar a diversas conclusiones.

5. Agenda política

Antecedentes

Se habla de cuatro momentos álgidos a lo largo de la historia en la relación diplomática entre México y EU:

- 1) La independencia de 1836 de Texas lo que culminó en su anexión a territorio estadounidense en 1845.⁴
- 2) La guerra de 1846 entre ambas naciones, la cual duró casi dos años, ocasionada justamente por el conflicto de la anexión de Texas.⁵
- 3) El Tratado Guadalupe-Hidalgo de 1848⁶ que tuvo como consecuencia la pérdida del entonces territorio de California⁷ que a la fecha es lo que corresponde a: Arizona, California, Colorado, Nevada, Nuevo México, y Utah⁸.
- 4) La llegada de Trump a la oficina oval de Washington.

A raíz de Trump la política exterior de EU cambió. Con respecto a México, desde que estaba en campaña, el tono de los adjetivos descalificativos se endureció y el uso de su cuenta de redes

⁴ <https://www.lhistoria.com/america/guerra-mexico-estadounidense>

⁵ *Ibid.*

⁶ <https://books.google.com.mx/books?id=Xm9YBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=historia+de+la+relacion+mexico+estados+unidos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEWjVsdC58r7iAhUEXqwKHUemDEUQ6AEIOjAC#v=onepage&q=historia%20de%20la%20relacion%20mexico%20estados%20unidos&f=false>

⁷ <https://www.informador.mx/Mexico-y-Estados-Unidos-una-vecindad-compleja-l201710100003.html>

⁸ https://revistadiners.com.co/actualidad/cronicas/36329_breve-historia-la-difcil-relacion-mexico-estados-unidos/

sociales⁹ ha sido la manera en cómo se comunica con dicho país. En dos ocasiones se canceló la visita de estado entre Trump y el entonces presidente mexicano Enrique Peña Nieto¹⁰ dado que prometió cumplir su promesa de construir el muro fronterizo y que México lo pagaría¹¹.

Después de la firma del nuevo acuerdo comercial trilateral el 30 de noviembre de 2018 en Buenos Aires¹², se creyó que se suavizaría un poco sus amenazas, pero no fue así. Para él, ya eran tiempos de precampaña por lo que se tensó más aún, cuando perdió la mayoría en la Cámara de Representantes cuando los Demócratas ganaron más escaños.¹³ Esto agudizó el tema del presupuesto federal, llevando a EU al cierre de gobierno¹⁴ (conocido como *shutdown*) más largo de toda su historia. Después de 35 días, los Demócratas llegaron a un acuerdo con Trump y le otorgaron 1,375 millones de dólares para construir sólo una parte del muro y evitar más un segundo cierre¹⁵ para este año 2019.

El muro ha sido el tema de la agenda nacional de Trump para asegurar su reelección.

Sin embargo, el gobierno actual de México no se ha pronunciado¹⁶ ni a favor ni en contra al respecto pese a las críticas y cuestionamientos de la sociedad civil, sector empresarial, ámbito académico y el gremio político de la oposición. Ya que su argumento ha sido interpretar a su conveniencia los principios normativos de la política exterior plasmados el Artículo 89, Fracción X, en la Constitución de México¹⁷ donde toma el principio de no intervención para justificar su falta de postura ante las declaraciones y acciones del presidente de EU. Es importante resaltar que esta reacción del presidente mexicano es probable que la tenga porque no se quiere confrontar con Trump por conveniencia política. Es decir, es factible que como hay altas probabilidades de que

⁹ <https://www.forbes.com.mx/trump-marca-agenda-mexico-eu-al-ritmo-del-tuit/>

¹⁰ <https://expansion.mx/nacional/2018/02/24/pena-nieto-cancela-visita-a-la-casa-blanca-tras-llamada-con-trump>

¹¹ <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46803101>

¹² <https://www.gob.mx/tlcan>

¹³ https://elpais.com/internacional/2018/11/07/estados_unidos/1541552942_049690.html

¹⁴ <https://cnnespanol.cnn.com/2019/01/12/cierre-gobierno-record-historia-estados-unidos/>

¹⁵ <https://www.proceso.com.mx/571388/democratas-conceden-a-trump-una-parte-del-muro-para-evitar-cierre>

¹⁶ <https://www.voanoticias.com/a/el-discurso-de-trump-mantiene-dividido-a-ee-uu-y-genera-reacciones-en-mexico-/4735430.html>

¹⁷ <https://mexico.justia.com/federales/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos/titulo-tercero/capitulo-iii/#articulo-89>

Trump se reelija¹⁸, también el presidente de México tiene una visión de prolongarse en el poder no sólo por un sexenio, sino de manera indefinida. Tal vez no con la reelección directa pero sí con un candidato que pueda manejar y seguir gobernando a la distancia. Por lo que poner a Marcelo Ebrard (ME) como Canciller, es su estrategia política para acercarlo a EU sin confrontarlo y que de esa manera sean cómplices políticos. Dicho lo anterior, la prospectiva política que se da es que ME podría ser el candidato presidencial para el 2024.

El 30 de mayo pasado, Trump puso en su red social que a partir del 10 de junio implementaría un 5% de aranceles por tener un problema migratorio con México¹⁹. Si bien es cierto que las agendas no deben contaminarse, también lo es que dicho tema es su bandera de reelección por lo que su mejor forma de presionar a México para que le ayude indirectamente a las elecciones presidenciales.

6. Agenda comercial

La agenda comercial ha estado marcada desde el año de 1994 por el acuerdo comercial conocido comúnmente como TLCAN. Ante la presión de Trump de renegociarlo o que iba a salirse de dicho instrumento jurídico, Canadá y México accedieron sentarse a negociar a partir del 16 de agosto del 2017. Para el 30 de septiembre del 2018 se obtuvo el texto final del nuevo acuerdo comercial que sustituirá al TLCAN. México puso todo de su parte²⁰, aunque fueron rondas tensas, llenas de incertidumbre y con más interrogantes que respuestas. El 30 de noviembre de dicho año se firmó por parte de los tres mandatarios. A la fecha de la publicación de esta investigación, en los tres países ya se dio inicio al proceso de ratificación en los congresos pero aún no ha sido ratificado. Se espera que al menos, por parte de Canadá y México ya lo estén para finales de junio. Quedando sólo pendiente la parte de Estados Unidos mientras se resuelve la división política entre los Demócratas y los Republicanos.

¹⁸ <https://thehill.com/homenews/campaign/445668-3-modelers-predict-trump-reelection>

¹⁹ <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1134240653926232064>

²⁰ <https://expansion.mx/economia/2019/04/12/en-busca-de-la-mejor-relacion-de-la-historia-con-estados-unidos>

Comercio exterior

En cuanto al intercambio comercial entre México y EU se puede decir que, a partir del TLCAN, México cuenta con un superávit comercial, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla # 2

Subsecretaría de Comercio Exterior

| Balanza comercial de México con Estados Unidos | | | | |
|--|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Valores en miles de dólares | | | | |
| Año | Exportaciones | Importaciones | Comercio Total | Balanza Comercial |
| 1993 | 42,911,543 | 45,294,656 | 88,206,199 | -2,383,113 |
| 1994 | 51,618,594 | 54,834,155 | 106,452,749 | -3,215,561 |
| 1995 | 66,273,641 | 53,902,492 | 120,176,133 | 12,371,149 |
| 1996 | 80,570,022 | 67,536,101 | 148,106,123 | 13,033,921 |
| 1997 | 94,376,864 | 82,002,208 | 176,379,072 | 12,374,656 |
| 1998 | 103,001,767 | 93,258,366 | 196,260,133 | 9,743,401 |
| 1999 | 120,262,033 | 105,267,312 | 225,529,345 | 14,994,721 |
| 2000 | 147,399,940 | 127,534,433 | 274,934,373 | 19,865,507 |
| 2001 | 140,564,406 | 113,766,783 | 254,331,189 | 26,797,623 |
| 2002 | 141,897,649 | 106,556,722 | 248,454,371 | 35,340,927 |
| 2003 | 144,293,352 | 105,360,681 | 249,654,033 | 38,932,671 |
| 2004 | 164,521,981 | 110,826,707 | 275,348,688 | 53,695,274 |
| 2005 | 183,562,833 | 118,547,326 | 302,110,159 | 65,015,507 |
| 2006 | 211,799,370 | 130,311,025 | 342,110,395 | 81,488,345 |
| 2007 | 223,133,251 | 139,472,828 | 362,606,079 | 83,660,423 |
| 2008 | 233,522,728 | 151,334,587 | 384,857,315 | 82,188,141 |
| 2009 | 185,101,145 | 112,433,820 | 297,534,965 | 72,667,325 |
| 2010 | 238,684,422 | 145,007,347 | 383,691,769 | 93,677,075 |
| 2011 | 274,426,516 | 174,356,027 | 448,782,543 | 100,070,489 |
| 2012 | 287,842,151 | 185,109,805 | 472,951,956 | 102,732,346 |
| 2013 | 299,439,147 | 187,261,910 | 486,701,057 | 112,177,237 |
| 2014 | 318,365,502 | 195,278,358 | 513,643,860 | 123,087,144 |
| 2015 | 308,864,381 | 186,802,029 | 495,666,410 | 122,062,352 |
| 2016 | 302,575,327 | 179,507,190 | 482,082,517 | 123,068,137 |
| 2017 | 326,866,277 | 194,543,397 | 521,409,674 | 132,322,880 |
| 2018 /1 | 328,059,274 | 199,229,538 | 527,288,812 | 128,829,736 |

Fuente: SAT, SE, BANXICO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México (1993 - 2018). SNIEG. Información de Interés Nacional.

Nota 1: Las estadísticas están sujetas a cambio, en particular las más recientes

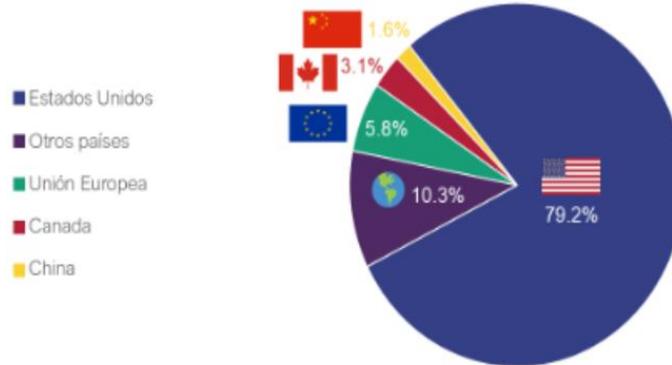
Nota 2: Las exportaciones de 1993 a 2001 la atribución de país sigue el criterio de país comprador. A partir de 2002 el criterio utilizado es el de país destino /1 enero-noviembre

Fuente: <http://www.gob.mx/se>

México se confió de este superávit comercial y su actual composición de diversidad comercial es que no hay tal, del total que exporta al mundo, el 82% lo concentra hacia el mercado estadounidense tal y como lo muestra la gráfica siguiente:

Gráfica #1
Composición comercial de las exportaciones mexicanas 2018

Exportaciones mexicanas por destino
 % del total, enero - agosto 2018



Elaborado por México, ¿cómo vamos? con datos del INEGI



Fuente: <https://www.animalpolitico.com/2018/11/mexico-es-el-segundo-mayor-exportador-de-eu/>

De esta información, es que el presidente de EU se basó para considerar que México era el único beneficiado de este acuerdo comercial y por eso presionó hasta lograr su renegociación. Sin embargo, cabe destacar que dado el tiempo que había transcurrido sí era conveniente actualizar algunos temas, de allí que se muestra a continuación una tabla un comparativo de los capítulos del TLCAN vs. del T-MEC :

Tabla #2
Comparativo TLCAN-TMEC

| | | |
|---|---|----|
| 5 Procedimientos aduaneros | Procedimientos de origen | 5 |
| 6 Energía y petroquímica básica | Mercancías textiles y del vestido | 6 |
| 7 Sector agropecuario y medidas sanitarias y fitosanitarias | Administración aduanera y facilitación del comercio | 7 |
| 8 Medidas de emergencia | Reconocimiento de la propiedad directa, inalienable e imprescriptible del Estado Mexicano sobre hidrocarburos | 8 |
| 9 Medidas relativas a normalización | Medidas sanitarias y fitosanitarias | 9 |
| 10 Compras del sector público | Remedios comerciales | 10 |
| 11 Inversión | Obstáculos técnicos al comercio | 11 |
| 12 Comercio transfronterizo de servicios | Anexos sectoriales | 12 |
| 13 Telecomunicaciones | Contratación pública | 13 |
| 14 Servicios financieros | Inversión | 14 |
| 15 Política en materia de competencia, monopolios y empresas del estado | Comercio transfronterizo de servicios | 15 |
| 16 Entrada temporal de personas de negocios | Entrada temporal de personas de negocios | 16 |
| 17 Propiedad intelectual | Servicios financieros | 17 |
| 18 Publicación, notificación y administración de leyes | Telecomunicaciones | 18 |
| 19 Revisión y solución de controversias en materia de antidumping y cuotas compensatorias | Comercio digital | 19 |
| 20 Disposiciones institucionales y procedimientos para la solución de controversias | Derechos de propiedad intelectual | 20 |
| 21 Excepciones | Política de competencia | 21 |
| 22 Disposiciones finales | Empresas propiedad del estado y monopolios designados | 22 |
| | Laboral | 23 |
| | Medio ambiente | 24 |
| | Pequeñas y medianas empresas | 25 |

Fuente: <https://twitter.com/mexicocomovamos/status/1068595406106435584>

Inversión extranjera directa (IED)

En cuanto a la IED se puede decir que para este 2019, México tuvo un descenso como efecto de las medidas de Trump pero también por la llegada del nuevo gobierno de izquierda a México.²¹ EU compone el 38% de la IED que llega a México pero desde el 2017, empresas de EU decidieron regresarse a su país de origen por los incentivos fiscales que brindó Trump como promesa de campaña.²²

7. Prospectiva en la relación bilateral

Si bien es cierto que no se puede asegurar el futuro, lo único que sí tenemos claro es que la relación será diferente una vez que el actual mandatario de los EU deje la Casa Blanca que coincide también con un nuevo presidente en México. Esto ocurrirá en el año 2024. Por lo que podría decirse que la agenda bilateral tendrá matices de la actual relación pero se ajustará a ser una relación cordial y de verdadero respeto. El peso mexicano se depreciará frente al dólar cada vez que haya una amenaza de Trump sobre México y los mercados bursátiles reaccionarán dependiendo del tamaño de lo que ponga en sus redes sociales.

8. Resultados

Se comprobaron las tres hipótesis

- Destacar los acontecimientos clave en la relación diplomática de México con EU a partir de Donald Trump en la presidencia.

Cancelación de dos visitas de Estado entre Trump y el anterior presidente mexicano, amenazar con la construcción de un muro y decir que México lo pagaría, enviar militares a la frontera entre estos dos países para repeler el ingreso de migrantes ilegales, la amenaza de imponer aranceles comerciales a un tema migratorio.

- Identificar los hechos concretos en la relación comercial de México con EU a partir de Donald Trump en la presidencia.

Renegociación del TLCAN, imposición de aranceles al acero y al aluminio y luego su eliminación, imposición de aranceles al jitomate mexicano del 17.5% y finalmente, la amenaza de los aranceles del 5 al 25% por un tema migratorio.

- Presentar un breve análisis -a manera de prospectiva- sobre el futuro de la relación México-EU.

La relación bilateral seguirá siendo incierta por la personalidad del presidente estadounidense y por la estrategia de no confrontarse por parte del presidente

²¹ <https://expansion.mx/economia/2019/03/25/la-inversion-extranjera-en-mexico-se-deteriora>

²² <https://sipse.com/mundo/donald-trump-amenazas-inversion-mexico-retiro-ford-237242.html>

mexicano. Será hasta el año 2024 en que la relación diplomática y comercial tomará otros matices más claros y menos agudos.

9. Conclusiones

Dentro de los hallazgos más importantes se puede concluir que los tres objetivos específicos se cumplieron. El monitoreo constante del tema permitió tener un análisis claro, objetivo y minucioso sobre la historia y la actualidad de la relación bilateral. En cuanto a la agenda comercial, se logró renegociar el TLCAN a pesar de las amenazas de Trump y ahora está la parte más crítica que es destrabar la confrontación política entre el mandatario estadounidense con la presidenta de la Cámara de los Representantes para avanzar en la ratificación del T-MEC. Respecto a la agenda política, el tema de migración es el más relevante y de aquí parte la contaminación a la agenda comercial a través de la imposición de aranceles del 5% a toda la gama de productos que México exporta a EU porque el presidente de EU considera que no se hace nada respecto al tema migratorio y mientras el gobierno de México no muestre un verdadero plan de acción para contener esta ola migratoria, los aranceles podrían subir hasta el 25% para el 1 de octubre.

Así que hay grandes retos para la actual administración federal de México donde tendrá que negociar este gran tema migratorio para resolver la parte comercial y así no afectar al sector empresarial nacional y extranjero. Pero algo importante que no se puede perder de vista, es que la gran constante es la incertidumbre y no se puede confiar cuando se llegue a un acuerdo ya que mientras esté en la Casa Blanca, la incertidumbre prevalecerá en su política exterior.

10. Referencias Bibliográficas

Libros

- Benemelis, Juan Felipe et al (2017) *The Trump Era*, Create Space Independent Publishing Platform, 2017.
- Lajous, Roberta, *Historia mínima de las relaciones exteriores de México 1821-2000*, Colegio de México, México, 2014.
- Ramos, Jorge (2018) *Stranger: The Challenge of a Latino Immigrant in the Trump Era*, New York.
- Selee, Andrew (2018) *Vanishing Frontiers: the forces driving Mexico and the United States together*, Public Affairs.

Artículos de periódico

- Contreras, Aribel “Adiós aranceles, bienvenido el T-MEC”. Portal de un periódico <https://www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/politica-y-negocios-3657860.html>

Contreras, Aribel “El neoproteccionismo China-Estados Unidos”.
<https://www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/politica-y-negocios-3624790.html>

Contreras, Aribel “Acuerdo secreto Jared Kushner-AMLO”
<https://www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/politica-y-negocios-3305686.html>

Blogs

Chiavon, Jorge, “Las relaciones México-Estados Unidos en la era Trump” Centro virtual de pensamiento y análisis académico. Consultado el 10 de mayo de 2019 en <http://anuariocidob.org/las-relaciones-mexico-estados-unidos-en-la-era-trump/>

Entrevistas en medios de comunicación

Contreras, Aribel

Varios videos en You Tube que responden a entrevistas otorgadas en diferentes medios de TV (ADN40, El Financiero TV, Excélsior TV, Capital 21, NTN24, y TeleSur) y Radio (Imagen Radio, Ibero Radio, Radio Fórmula, y Enfoque Noticias).

Internet

<https://books.google.com.mx/books?id=Xm9YBAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=historia+de+la+relacion+mexico+estados+unidos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjVsdC58r7iAhUEXqwKHUemDEUQ6AEIOjAC#v=onepage&q=historia%20de%20la%20relacion%20mexico%20estados%20unidos&f=false>

<https://cnnespanol.cnn.com/2019/01/12/cierre-gobierno-record-historia-estados-unidos/>

https://elpais.com/internacional/2018/11/07/estados_unidos/1541552942_049690.html

<https://expansion.mx/nacional/2018/02/24/pena-nieto-cancela-visita-a-la-casa-blanca-tras-llamada-con-trump>

<https://expansion.mx/economia/2019/04/12/en-busca-de-la-mejor-relacion-de-la-historia-con-estados-unidos>

<https://expansion.mx/economia/2019/03/25/la-inversion-extranjera-en-mexico-se-deteriora>

<https://mexico.justia.com/federales/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos/titulo-tercero/capitulo-iii/#articulo-89>

<https://sipse.com/mundo/donald-trump-amenazas-inversion-mexico-retiro-ford-237242.html>

<https://thehill.com/homenews/campaign/445668-3-modelers-predict-trump-reelection>

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1134240653926232064>

<https://twitter.com/mexicocomovamos/status/1068595406106435584>

www.adn40.com.mx

www.animalpolitico.com/2018/11/mexico-es-el-segundo-mayor-exportador-de-eu/

www.bbc.com/mundo/noticias-46803101

www.capital21.com.mx

www.cnn.com

www.elsoldetoluca.com.mx/analisis/autor/aribel-contreras-suarez

www.forbes.com.mx

www.forbes.com.mx/trump-marca-agenda-mexico-eu-al-ritmo-del-tuit/

www.gob.mx/tlcan

www.informador.mx/Mexico-y-Estados-Unidos-una-vecindad-compleja-1201710100003.html

https://revistadiners.com.co/actualidad/cronicas/36329_breve-historia-la-dificil-relacion-mexico-estados-unidos/

www.expansion.com

www.gob.mx/economia

www.gob.mx/sre

www.lhistoria.com/america/guerra-mexico-estadounidense

www.proceso.com.mx/571388/democratas-conceden-a-trump-una-parte-del-muro-para-evitar-cierre
www.twitter.com

www.ucsusa.org/center-science-and-democracy/state-of-science-trump-era

www.voanoticias.com/a/el-discurso-de-trump-mantiene-dividido-a-ee-uu-y-genera-reacciones-en-mexico-/4735430.html

www.youtube.com

www.wto.org

Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano

Molina Medina, Branda Vanessa¹, Romero Silva, Moraima²

¹*Universidad del Atlántico (Grupo de Investigación Organizaciones Sostenibles, Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Administración de Empresas),
brandamolina@mail.uniatlantico.edu.co*

²*Tecnológico de Antioquia Instituto Universitario (Grupo de Investigación INVIUS, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Programa Administración Comercial),
moraimaromero@tdea.edu.co*

Resumen - La investigación que se presenta analiza e interpreta el crecimiento de la comercialización de productos con manufactura artesanal frente a las grandes empresas regionales, nacionales y multinacionales que dinamizan la economía del Caribe Colombiano. Quienes desarrollan procesos productivos a gran escala y con tecnología de punta, elevando su nivel de competencia ante las generaciones de emprendedores que hoy conservando sus tradiciones de producción artesanal promoviendo el desarrollo de una región, proyectándose como ejemplos para futuros inversionistas y líderes comerciales por ende se desarrolla la presente investigación. El impacto del mercadeo ético incide en las prácticas comerciales de estos productores artesanales, quienes desde su cultura y tradiciones confeccionan y comercializan artículos representativos de la Región Caribe Colombiana. Para alcanzar los objetivos propuestos se utilizó un enfoque etnográfico bajo la perspectiva de obtención de datos por observación en la interacción y una entrevista semi-estructurada realizada a 30 productores artesanales de 03 municipios de la Región Caribe Colombiana. La información será validada haciendo triangulaciones entre investigadores, expertos, y teóricos. Se utilizarán registros de información y diarios de campo, como pilares del análisis de información a partir de los cuales los investigadores discutirán y validarán sus impresiones en relación con el trabajo de terreno, sometiendo esta información a un análisis e interpretación cualitativa de categorización para identificar en primera instancia procesos comerciales exitosos de productores artesanales de la Costa Caribe Colombiana en base al mercadeo ético. Se evidencian como resultados de la presente investigación el carácter sociocultural del proceso comercial de productos de manufactura artesanal, las estrategias de comercialización ética de productos de manufactura artesanal en la Costa Caribe Colombiana y el aumento de emprendimientos por nuevos microempresarios en la comercialización de productos artesanales que promueven el crecimiento éxito de la Región Caribe Colombiana.

Palabras clave— Comercialización, Mercadeo Ético, Manufactura artesanal y Caribe Colombiano.

Abstract - The research presented analyzes and interprets the growth of the commercialization of products with artisanal manufacturing in front of the large regional, national and multinational companies that stimulate the economy of the Colombian Caribbean. Those who develop productive processes on a large scale and with state-of-the-art technology, raising their level of competence

before the generations of entrepreneurs who today preserve their traditions of handicraft production promoting the development of a region, projecting themselves as examples for future investors and commercial leaders therefore develops the present investigation. The impact of ethical marketing affects the commercial practices of these artisanal producers, who from their culture and traditions make and market items representative of the Colombian Caribbean Region. To achieve the proposed objectives, an ethnographic approach was used from the perspective of obtaining data through observation in the interaction and a semi-structured interview with 30 artisan producers from 03 municipalities of the Colombian Caribbean Region. The information will be validated by making triangulations between researchers, experts, and theoreticians. Information records and field journals will be used as pillars of the analysis of information from which researchers will discuss and validate their impressions in relation to field work, submitting this information to a qualitative analysis and interpretation of categorization to identify in first instance successful commercial processes of artisanal producers of the Colombian Caribbean Coast based on Ethical Marketing. The socio-cultural nature of the commercial process of handicraft products, ethical marketing strategies for handicraft products in the Colombian Caribbean Coast and the increase of undertakings by new microentrepreneurs in the commercialization of handicraft products are evident from the present investigation. promote the growth success of the Colombian Caribbean Region.

Keywords— *Ethical Marketing, Craft Manufacturing and Colombian Caribbean.*

1. Introducción

En la actualidad, el Caribe Colombiano ha obtenido un crecimiento económico positivo en la última década. El productor artesanal de hoy desarrolla iniciativas comerciales para dar respuesta a la crisis económica actual, con ideas innovadoras plasmadas en pequeños negocios que representan con sus productos su historia familia. Implica una diversidad de actividades económicas que representan sus valores e historia cultural, representados en artesanos, panaderos, sastres, fabricación de calzados y confecciones textiles. Que en la mayoría de los casos comienzan como una fuente de ingresos familiar y no como un tema de transcendencia de la cultura, luego pasan a ser, un grupo de personas emprendedoras con habilidades y destrezas innatas, representando valores, actitudes y creencias, quienes trabajan mantener sus hogares, pero se sienten plenos al representar su identidad en los productos que comercializan.

Estas iniciativas de emprendimiento y creación constituyen el primer paso a constituirse como microempresarios quienes en su mayoría no cuenta con los conocimientos comerciales

necesarios para comercializar sus productos, ante productos comerciales de producción industrial. Lo que dificulta el posesionarse en el mercado de la Costa Caribe Colombiana.

La utilidad de esta investigación radica en la profundización del estudio de los del Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano, lo cual identificar aspectos necesarios para alcanzar la aceptación y permanencia en el mercado y consecuentemente el éxito comercial. En virtud permite deducir que existen diversos factores internos y externos que contribuyen a explicar la acogida positiva del mercado de productos de manufactura artesanal, analizando las estrategias de mercadeo ético para ser desarrolladas en los procesos de comercialización de productos referidos en el Caribe Colombiano, permitiendo alcanzar el logro del éxito comercial y por consiguiente su contribución al desarrollo económico de su entorno inmediato.

Este estudio representa para los autores una oportunidad de trascender a la generación de conocimientos, permite describir con sus resultados el Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano, de igual manera, la presente investigación da a conocer los procesos de comercialización de productos de manufactura artesanal en la Costa Caribe Colombiana. En el campo de investigación, el tema es de trascendental importancia porque revela oportunidades para que todos los microempresarios de la región Caribe Colombiana, tiendan a una mejora en sus procesos comerciales. Generando nuevos conocimientos en relación a las prácticas de Mercadeo Ético para la comercialización de productos realizados de forma artesanal representando la cultura caribeña colombiana.

Este proyecto brindará estrategias de Mercadeo Ético para la comercialización de productos de manufactura artesanal. El diseño de esta investigación formará en competencias claves en las que se adquieren habilidades y destrezas que permitan reflexionar sobre temas referidos relacionados al entorno organizacional y el comportamiento administrativo idóneo para el éxito comercial en el Caribe Colombiano.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Analizar el Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano

2.2. Objetivos específicos

- Conocer los procesos de comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano
- Identificar las prácticas de Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano
- Presentar un análisis del Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano

3. Estado del Arte

A finales de los noventa especialistas de mercadeo prestaron especial atención al enfoque de las prácticas éticas, las cuales comprometen a las organizaciones a brindar un beneficio a la comunidad, sus clientes y usuarios, relacionados con las actividades de producción, distribución, promoción y ventas de servicios o productos, respondiendo al logro de objetivos organizacionales.

Por ello el mercadeo ético, comprende más que actividades de Responsabilidad Social empresarial, el mismo pretende comercializar no sólo las posibles bondades o atributos de bienes, servicios y productos en un mercado, si no también brindar información a los públicos internos y externos (grupos de interés) acerca de los valores que dinamizan las comunidades de las diversas organizaciones.

El mercadeo tal como se plantea en la actualidad según Viudes (2003), implica no sólo el acto propio de la publicidad y la venta, incluye además la producción, relación con clientes, trabajadores, proveedores, esto al final es lo que puede venderse como mercadeo ético. Este concepto se desarrolla en base al surgimiento de nuevas tendencias del mercado en Estados Unidos.

Es necesario considerar, las empresas, instituciones u organizaciones comienzan a percibir la realidad globalizada donde se encuentran inmersas, la necesidad de enfocar sus estrategias mercadológicas a la ética, dado los consumidores o clientes tienen la urgencia de encontrar en sus ofertas una diferenciación en relación a las prácticas éticas durante la producción, distribución, comercialización, consumo de productos, servicios y bienes. Las acciones de mercadeo ético favorecen la confianza, mantiene la relación entre consumidores o usuarios o proveedores de servicios y productos.

En este orden de ideas, Castillo (2007), expresa que el mercadeo ético es el respeto a la dignidad de las personas, en el reconocimiento de los derechos e intereses de los consumidores, y en el fomento de un consumo responsable en términos económicos, sociales y medioambientales.

Lo que permite, estimular la creatividad en el ámbito de la comunicación comercial en base a sus principios y valores, instando a las agencias de publicidad contratadas, en relación a la propia Entidad, adopten dichos principios en el proceso de creación publicitaria e innovación en el ámbito del mercadeo y la ética. El referido autor (2007) diseña un programa formativo para sus empleados en el ámbito del mercadeo ético, con el objeto de que las relaciones comerciales con la entidad se desarrollen en un entorno ético y en el diálogo con las partes interesadas sea lo más eficiente posible.

Por ende, se debe considerar la ética en todos los procesos de mercadeo, por ejemplo, en oportunidades se detectan fallas graves en diferentes modelos de vehículos, lo cual se desencadena en accidentes que pueden causar daños graves a la integridad de las personas, en muchas de las oportunidades culminando en la muerte. Es allí cuando se cuestiona cuánto le cuesta a la compañía responder a las demandas realizadas por los familiares de los afectados, lo que se limita en la mayoría de los casos a una compensación económica como acto de responsabilidad ante la situación, pero esa remuneración metálica no sustituye la incapacidad de un ser ninguna cantidad de dinero puede llegar a sustituir al familiar fallecido.

La ética no debe ser una tendencia de moda para el mercado, esta debe ser una prioridad en el mercadeo de productos, bienes y servicios. La cual permite evitar situaciones desfavorables para los usuarios y consumidores y por ende para las empresas u organizaciones responsables de los procesos de comercialización, considerándola no solo como un método preventivo, sino por el

contrario como parte del proceso de mercadeo de los mercados modernos, en los que tampoco se limita a la reducción de costos por consecuencias de acciones no éticas.

Se evidencia entonces, como un elemento del mercadeo actual, el cual tiene como propósito fundamental comercializar sus bienes, productos o servicios, para la obtención de beneficios económicos que se sustentan el bienestar común. Algunas empresas de consumo masivo o tiendas minoristas (Kraft, Wal-Mart, Nestlé), exponen que no tienen nada que ocultar por ello mencionan que su mercadeo es ético, también conocido como las marcas que no tienen nada que ocultar.

Continuando con lo expuesto, se menciona el caso de Nestlé como práctica de Mercadeo no ético, para entender cuáles son las características del mercadeo ético. Esta empresa ha sido criticada desde los años 70 por su agresiva publicidad para los sustitutos de leche materna. Estos productos son diseñados para reemplazar la leche materna en los casos en los que la madre no pueda amamantar a su hijo, ya que la leche materna, la madre pasa anticuerpos al bebé que lo protegen de infecciones virales o bacterianas.

Se considera entonces, que las prácticas poco éticas conducen a disminuir los esfuerzos de las áreas claves de la actividad que, a medio plazo, afectan la marcha del negocio. Por ende, se entiende que la ética como aplicación del Mercadeo, debe considerarse como fuente de ventaja competitiva para las empresas modernas.

Por ello es imperante, que las organizaciones adoptan una postura responsable y dicten políticas de mercadeo sobre ética. Por lo general, los empleados no tienen las suficientes herramientas gerenciales como para saber cuál es la decisión adecuada cuando se enfrentan a una situación de naturaleza ética. En estos casos los empleados buscan en sus gerentes la asesoría para actuar cuando se encuentran con la oportunidad de beneficiarse de una situación o cuando les toca decidir cuál es la opción correcta y cual no es la más adecuada.

Considerando lo anterior, tener una ética personal en oportunidades no es suficiente para tomar la decisión correcta en el entorno laboral. Es probable que los especialistas en mercadeo que cuenten con una buena dosis de ética personal no sepan cómo aplicar sus creencias a las complejas cuestiones del mercadeo en los mercados actuales. Algunas investigaciones sobre esta temática en las organizaciones demuestran que la mayoría de las personas siguen las directrices impartidas y

podrían tomar decisiones antiéticas, si la política gerencial presenta estas acciones como necesarias.

En este contexto, se debe considerar el caso de “Sears, donde el presidente Ed. Brennan, asumió la responsabilidad por los sobrepagos cobrados a los clientes por los empleados de reparación de automóviles. Eliminó los incentivos salariales y los sistemas de fijación de metas para los asesores en reparación de automóviles de Sears, quienes trataban de cumplir con los traen consigo bonificaciones e incentivos salariales.

Es importante mencionar, que las prácticas del mercadeo basadas en la ética en Latinoamérica, hoy en día son vistas como agentes que influyen de manera significativa en los mercados donde la toma de decisiones de compra de servicios, bienes y productos dinamizan los procesos de comercialización.

En ciudad de México cambió la concepción del mercadeo ético por ejemplo en CAJAMAR, organización comercializadora de productos y servicios estimula la creatividad en relación a la comunicación comercial en base a sus principios y valores éticos, incentivando a las agencias de publicidad que contratan, que adopten estos principios en el proceso cupos de ventas en productos tales como amortiguadores de choque.

De igual modo, en Indonesia Greenpeace promueve la práctica del mercadeo ético colocando como ejemplo a Unilever, consolidado en el mercado como una empresa cuyo mercado le está haciendo aumentar sus beneficios, pero puede considerarse ética cuando tiene que ofrecer algo más.

De igual modo, se evidencia como práctica de mercadeo ético en Unilever, el fabricante de Dove, según esta organización defensora de los recursos naturales del planeta, es el mayor consumidor de aceite de palma de las selvas de Indonesia. Las plantaciones de palma son las causantes vertiginosa deforestación de las islas y el daño irreversible a su biodiversidad muchas veces endémica, como es el caso del tigre de Bali, el rinoceronte de Java y los orangutanes.

Estas prácticas, suelen confundirse en ocasiones con la Responsabilidad Social. En los últimos años en América Latina, el mercadeo ha sido pieza clave en el logro de objetivos comerciales organizacionales, en este orden de ideas, este resultado deseado es producto de la proyección que permite realizar el mercadeo a través de sus herramientas.

De forma paralela, en Colombia se impulsa la ética en muchas de sus actividades comerciales, el mercadeo ético en la actualidad es una herramienta gerencial en las organizaciones. Se han dado los primeros pasos para hacer mercadeo desde la perspectiva de la ética, logrando el cambio de imagen y concepción de los procesos de manufactura artesanal en Colombia, se comienza asociar a los productos y servicios ofertados con un conjunto de valores para los diferentes públicos de interés.

En el Departamento del Atlántico, los productores artesanales cuentan con la herramienta del mercadeo, pero por lo general esta no se vincula con la ética, lo que no permite proyectar de forma correcta la comercialización de sus productos. Deben proyectar a su entorno, no solo los atributos diferenciales de sus productos, también un conjunto de valores que dinamizan su proceso productivo y comercial en la Región Caribe Colombiana.

Es importante señalar, que el mercadeo ético, contribuye de manera significativa a esta labor, revalorizando los recursos dirigidos al cumplimiento de metas comerciales, haciendo atractivos y diferenciados sus productos desde una perspectiva cultural, obteniendo una buena percepción por el mercado meta.

Considerando lo antes expuesto, esta práctica ética en el mercadeo es un indicador válido de que las cosas se están haciendo adecuadamente, tal como el índice de ventas o las encuestas de satisfacción al cliente que determinan la calidad de los productos de manufactura artesanal ofertados.

En el presente estudio se plantea conocer relación del mercadeo ético y la comercialización de productos de manufactura artesanal en el caribe colombiano cuya característica social “se refiere, al estudio del conjunto de las variaciones que afectan las relaciones que establece una persona (conjuntos de personas) en tiempos y espacios determinados”. (Palant M. 2005) y este va ligado al concepto de cultura. La cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres. (citada per Kahn).

Por otro lado, el Caribe Colombiano se puede definir desde diferentes perspectivas, la primera, geográficamente, geográficamente esta región se encuentra ubicada al norte de Colombia,

que a su vez está al norte de América Latina, esta región está integrada por siete departamentos continentales (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre) y uno insular (Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina), la otra perspectiva es la parte histórica y cultural, la costa colombiana a través de la historia ha sufrido diferentes cambios y cada uno de sus departamentos y a veces ciudades ha pasado por situaciones muy diferentes, sin embargo, esas situaciones han dado como resultado una transculturización que ha hecho de esta región lo que es hoy en día. Negros, españoles, Indígenas, más tarde turcos, alemanes, holandeses, chinos y demás han aportado con sus culturas a lo que es el caribe. Desde un punto de vista económico, la región ha presentado importantes aportes con sus puertos y capital humano a la economía colombiana, estos aportes no han sido significativos en comparación con otras regiones del país, debido a diferentes acontecimientos que han llevado a la parte andina del país a resaltar más, sin embargo, no significa que la costa no sea clave en la economía de Colombia.

Así mismo el emprendimiento se ha apoderado de la región Caribe, por tanto esta se ha convertido en la ventana de la economía de la Costa Caribe, en este sentido la Región Caribe posee características geográficas y emprendedoras propias que le permite participar en los procesos de internacionalización del país apoyando al nacimiento de nuevas empresas, consolidación y expansión de otras. Con la finalidad de desarrollar las acciones mencionadas anteriormente, se hace necesario un capital humano con competencias suficientes para enfrentar las situaciones que se presentan día a día en el dinámico ambiente de los mercados regionales y nacionales para lo que se es necesario contar con el conocimiento, experiencia y visión global emprendedora.

El emprendedor que se forja en el Caribe Colombiano, cuenta hoy en día con el apoyo de actores determinantes que le permitirán fortalecer su idea a través de la detección de oportunidades y del desarrollo de planes de negocios con una clara visión global. En éstos, se identifican las condiciones adecuadas de su proyecto en función del mercado internacional, la factibilidad financiera, las condiciones técnicas, legales y operativas, así como del proceso propio del montaje de la empresa. Tres de estos actores principales se encuentran representados en: El Gobierno Nacional a través de sus políticas de apoyo al emprendimiento; El sector educativo, principalmente en las universidades en las que pueden encontrar centros de emprendimiento, y las Redes

nacionales e internacionales de emprendimiento, en las que confluyen además del gobierno y el sector educativo, las Cámaras de Comercio y las organizaciones con y sin ánimo de lucro que hacen parte del proceso emprendedor y que dependiendo del objeto mismo de la propuesta empresarial, podrán hacer parte de éste desde su génesis hasta el fortalecimiento empresarial.

Aunado a lo anterior, los procesos de globalización que viven en la actualidad los países a nivel mundial, promueven un consumo desmedido, fomentan la pérdida de valores, maltrato a la naturaleza, abuso a los trabajadores, entre otros. En la actualidad se considera al mercadeo ético como una tendencia de la moda; es importante no confundir y relacionar este término con acción social y la responsabilidad social empresarial, no es considerado en la proyección de valores antes sus diferentes clientes.

En esta perspectiva, el presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental analizar las prácticas de mercadeo ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano. En consideración, surge la necesidad de llevar a cabo la presente investigación que permita conocer las prácticas del mercadeo ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano.

4. Metodología

A continuación, se describe la orientación epistemológica, el paradigma de la investigación, el método, el tipo de investigación, los grupos o unidades a investigar, la técnica e instrumento seleccionado para la data, la validez y fiabilidad de los mismos, la categorización de las variables, contrastación y teorización.

En relación con el método de investigación, se considera el Cualitativo Hernández y otros (2006), señalan que "utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación" El enfoque de investigación, para el presente proyecto es cualitativo seleccionado porque el conocimiento se basa en la fundamentación de las cosas sin afectar, ni pasar por desapercibida ninguna idea, por ello alcanza el conocimiento con precisión y certeza.

El paradigma pospositivista, definido por Martínez (2010), la orientación efectúa un rescate del sujeto y de su importancia. Así, la observación no sería pura e inmaculada, sino que implicaría una inserción de lo observado en un marco referencial o fondo, constituido por nuestros intereses, valores, actitudes y creencias, que es el que le daría el sentido que tiene para nosotros. Se determinará por un Paradigma pospositivista, el cual permitirá recolectar la información directamente de los sujetos que la generan y en el espacio donde se origina. Sin considerar datos e información sin sentido o sin basamento en la realidad donde se estudian las categorías consideradas en la investigación, lo que permite generar un nuevo conocimiento con propiedad. Por ende, se consideró este paradigma como postura científica ante el desarrollo de la presente investigación.

El tipo de investigación, en el presente proyecto sobre el Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano, es aplicado definido por Sabino (2002), como “Una investigación es aplicada cuando persigue la utilización inmediata y directa de los conocimientos obtenidos”.

Con un diseño no experimental, en tal sentido Hernández y otros (2006), expresan “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. Observar el fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En este diseño de investigación no se construyen situaciones, se observan la que ya existen, no hay manipulación de la variable por parte del investigador, ya que el investigador no tiene control sobre las mismas, de igual manera no puede influir sobre ellas ni generan efectos porque ya sucedieron.

En tal sentido, las unidades a investigar consideradas en esta investigación están conformadas por 30 microempresarios (comercializadores de productos de manufactura) de tres municipios (Barranquilla, Bolívar y Soledad) del Departamento del Atlántico Colombiano.

En relación a la entrevista, Pelekais y otros (2007), refieren es la técnica basada en dialogo o conversación “cara a cara” entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información que requiere. Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Se utilizará como

técnica, para la obtención de datos una entrevista semiestructurada y la observación directa o participativa, adaptable y aplicable a sujetos en diversas situaciones, permite profundizar en las categorías, subcategorías y sus respectivas unidades de análisis.

La información obtenida, sobre el Mercadeo Ético en la comercialización de productos de manufactura artesanal en el Caribe Colombiano, en el presente proyecto de investigación, se analiza a través de la técnica de la triangulación de datos. La cual permite describir las diferentes situaciones, a la cuales es sometida la información obtenida, tales como el registro, tabulación y codificación de la misma para concluir con el análisis de la información. En la definición del autor, Martínez (2006), expone que el investigador cualitativo, para facilitar el proceso de corroboración estructural, cuenta con técnicas muy valiosas: la triangulación, de diferentes fuentes de datos, de diferentes perspectivas teóricas, de diferentes observadores, de diferentes procedimientos metodológicos, entre otros y las grabaciones de audio, de video, que le permitirán observar, analizar los hechos repetidas veces.

5. Resultados

Resultados encontrados mediante técnicas estadísticas descriptivas, inferenciales, econométricas, u otras cuantitativas o cualitativas se presentarán en el desarrollo de la Ponencia, considerando que la investigación se encuentra en proceso en la fase de aplicación de instrumentos.

6. Conclusiones

La proposición final que destaca los hallazgos más importantes encontrados y su relación con la revisión teórica se presentará en el marco del desarrollo de la ponencia, considerando que la investigación se encuentra en proceso.

7. Referencias Bibliográficas

Badot, Olivier y Otros. The Contribution of Ethnology to Research in Consumer and Shopper Behavior: toward Ethnomarketing. Londres: Recherche et Applications en Marketing, vol. 24, n 1. 2009

- Baccarani, C. Y Giaretta, E. (2000). Evolucionedeglorientamenti d´impresa e scelteetichedi marketing. UniversitaCa´Foscari. Venezia. Convegno “le tendenze del marketing in Europa”. Venezia. Italia.
- Bufalini, p. (2003). Il marketing ético. Agra Editrice. Vía nomentana 257. Roma. Itlalia.
- Cauduro, D (2003). A ética no marketing. Revista de administracão contemporanea. Curitiba. Brasil.
- Lambin, J. (1996). Strategic marketing management. Editorial. Macgraw Hill. Libri Italia seconda edizione. Roma. Italia.
- Ortiz, Nicolás (2014). Etnomarketing: Estrategias de negocios desde las raíces culturales. Revista de ciencias de la gestión, 1(1), 136-148.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/viewFile/14874/15414>
- Páramo, Dagoberto. Etnomarketing, la dimensión cultural del marketing, revista gerencia libre Año 1 - Volumen 1 Universidad Libre, Sede Cartagena Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables ISSN: 2422-1732
- Paramo y Ramírez. Gerencia prospectiva del marketing un enfoque cultural 2005, PAG 29-32
- Ortiz, Nicolás. Etnomarketing 360: Revista de ciencias de la gestión, Vol. I, N° 1 pp. 136-148 / ISSN 2518-0495 Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sciarelli, S. (2006). Ética e marketing: Questione teoriche e aspetti pratici. Revista. Micro & macro marketing, numero 3. Milano. Italia.
- Smith, C. Y Quelch J.A., Ethicsin marketing, McGraw Hill, New York, 1996.

Direcciones web:

- <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/conozca-las-historias-de-los-emprendedores-jovenes-del-caribe-364939>
- <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/wetsunday-es-un-modelo-de-negocio-facil-de-entender-525002>
- <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/experiencia-de-marca-el-truco-de-patricia-velez-523904>

Negociación Gerencial Para El Fortalecimiento De La Competitividad En Empresas Petroleras Socialmente Responsables

Salazar Araujo, Dayana Ruth¹, Barragán Morales, Camilo Enrique²

García Guiliany, Jesús Enrique³

Resumen— La investigación categorizó los componentes requeridos dentro de la negociación gerencial para fomentar, desarrollar y fortalecer la competitividad, siendo este caso particular, el de las empresas petroleras bajo un marco de responsabilidad social, bien sea dicho, estos componentes deben ser utilizados a la hora de estrechar vínculos de corte transnacional entre las organizaciones en general, y así, enriquecer los acuerdos entre ellas. Para el desarrollo metodológico, la investigación se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo-descriptivo, la población de estudio estuvo conformada por los gerentes y empleados que laboran en el departamento administrativo de organizaciones del sector petrolero, con oficinas en Bogotá, Colombia, esto permitió a los investigadores caracterizar y describir la problemática. Los hallazgos encontrados sugieren el desarrollo de habilidades gerenciales encaminadas a fomentar negociaciones de larga duración, donde el análisis crítico de las necesidades, la identificación de situaciones, la selección de la estrategia adecuada entre otras variables, abren paso a panoramas competitivos de mayor complejidad, en aras de organizaciones sostenibles y altamente comprometidas con el arista social en términos de sostenibilidad, esto permite a las organizaciones del sector objeto de estudio considerarse socialmente responsables. Por tanto, se concluye, la evidente aplicación de técnicas de negociación por parte de los gerentes para la consecución de objetivos relacionados con la competitividad de las organizaciones en mención, sustentadas en su sostenibilidad. Para futuros estudios, se recomienda considerar este documento como insumo para la construcción de documentos de divulgación científica, relacionados, bien sea, con temáticas asociadas a sostenibilidad, competitividad o habilidades gerenciales.

Abstract— The research categorized the components required within the managerial negotiation to promote, develop and strengthen the competitiveness, being this particular case, that of the oil companies under a framework of social responsibility, that is to say, these components must be used at the time of strengthen transnational links between organizations in general, and thus, enrich the agreements between them. For the methodological development, the research is framed within a quantitative-descriptive approach, the study population was made up of the managers and employees that work in the administrative department of oil sector organizations, with offices in Bogotá, Colombia, this allowed aa The researchers characterize and describe the problem. The findings suggest the development of management skills aimed at promoting long-term negotiations, where the critical analysis of needs, the identification of situations, the selection of the appropriate strategy among other variables, open the way to competitive scenarios of greater complexity, in For the sake of sustainable organizations that are highly committed to the social edge in terms of sustainability, this allows organizations in the sector under study to be considered socially responsible. Therefore, it is concluded, the evident application of negotiation techniques by

managers to achieve objectives related to the competitiveness of the organizations in question, based on their sustainability. For future studies, it is recommended to consider this document as an input for the construction of scientific dissemination documents, related, either, with themes related to sustainability, competitiveness or managerial skills.

Keywords/Palabras clave— *Competitividad, Gerencia, Habilidades Gerenciales, Negociación, Sostenibilidad.*

1. Introducción

Las organizaciones están llamadas a suministrar los nuevos conocimientos, para generar ideas innovadoras requeridas y poder participar en un mundo globalizado, cada día más competitivo. En este contexto, las empresas se ven presionadas a dar respuesta inmediata a los cambios y transformaciones sociales, para alcanzar los objetivos establecidos.

De allí, el alto compromiso para los gerentes, de mantener una articulación dentro de su direccionamiento estratégico (misión, visión, valores, principios), elementos que definen el horizonte para lograr mejor productividad, a su vez; mayor capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes tanto internos como externos (García et al, 2017, Prieto et al, 2014), manteniendo sus competencias necesarias y permitiendo articular efectivamente las actividades o citas presentadas. Hoy día, el factor organizacional, impacta el funcionamiento de cualquier empresa. Frente a esto, las organizaciones se ven obligadas a procurar ajustes para adaptar de una manera más eficiente al medio que lo rodea, estudiando las necesidades de su equipo humano, logrando establecer consensos efectivos entre sus miembros.

Es así como la gerencia forma parte de una respuesta dada a la sociedad, permitiendo asumir un compromiso social en el tiempo a través de un proyecto dirigido a los gerentes de las empresas como protagonistas principales del proceso, los cuales serán los factores que conlleven a crear planes, evidenciando las acciones gerenciales sobre los ambientes adecuados para laborar satisfactoriamente, siendo sustentados específicamente dentro de las características de estimulación, coordinación, dirección de actividades llevadas a cabo con la finalidad de obtener el mejoramiento cualitativo de éstos, dentro del marco de la efectividad organizacional.

En consideración a lo anterior, si el proceso de negociación gerencial tiene la buena utilización de los recursos disponibles, tales como la planificación estratégica (Alcalá y García, 2013), designación adecuada del negociador, o equipo, así como la selección de las tácticas, la preparación de la información, entre otros, permite encontrar las opciones viables para conseguir el acuerdo de una manera confiable, buscando los mayores beneficios a esperar sin afectar las relaciones.

En este orden de ideas, aquellas organizaciones que solo se ocupan en dar solución a problemas de índole económico, político, financiero, contable, entre otros, dejando a un lado aspectos de corte social y ecológico, los cuales terminan impactando dentro del desempeño organizacional y su percepción por parte de los grupos de Interés, tienden a desaparecer, pues, el reto de la gerencia del siglo XXI, está enmarcado en desarrollar un escenario que posibilite el establecimiento de nuevos actores en un entorno socialmente tanto favorable como responsable. Los objetivos de cada organización se alinean con los fines del estado para alcanzar su desempeño, mediante la productividad, la cual para Martínez y Pico (2013) citando a Krugman (1994), es el único camino para lograr mejoras en la calidad de vida de la población, en un largo plazo, siendo la competitividad empresarial el pilar fundamental para este fin.

Para Alvarado (2008) la competitividad empresarial no se puede dar sino en un marco de libertades económicas, personales e individuales. Aunque no son suficientes, ni ejercen un impacto inmediato en la colectividad. El desarrollo competitivo requiere de grandes estrategias encaminadas a asegurar la estabilidad y la eficiencia de múltiples esfuerzos sociales.

Por ello, una empresa es competitiva en el mercado global cuando sus productos o servicios han sido hechos pensando en el cliente y el entorno con el cual este se involucra. Al hablar de competitividad se debe referirse a las variables vinculadas a los aspectos gerenciales del desempeño de cada empresa, así como a políticas socio-económicas seguidas por cada país, entonces, la competitividad no surge espontáneamente; por el contrario, se crea a través de un largo proceso de negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica empresarial, que según lo expuesto por Freeman (1984), son todos aquellos grupos que están involucrados con la organización e influyen sobre el desempeño de la misma.

Teniendo en cuenta los factores clave fomentadores de la competitividad, es importante que las empresas, en general y en el caso de las empresas del sector petrolero se orienten en la búsqueda continua de mercados locales, nacionales e internacionales, con el objetivo fundamental de ser competitivas dentro de un escenario globalizado. Por tanto, la negociación gerencial efectiva está estrechamente relacionada con la competitividad empresarial, por tanto ambas contribuyen al fortalecimiento de la productividad, rentabilidad y procesos de organización y dirección en las empresas de servicios del sector petrolero permitiendo desarrollar estrategias orientadas al desarrollo de organizaciones globalizadas e igualmente sostenibles.

De allí la importancia de realizar una investigación orientada a describir la negociación gerencial como estrategia de competitividad en empresas petroleras socialmente responsables, ubicadas en este caso en la ciudad de Bogotá, donde se recolecta información, a través de la opinión de unidades informantes, para confrontar la realidad empresarial con los sustentos teóricos, alcanzando así el objetivo del estudio, mediante la caracterización de las cualidades de negociación para aumentar los niveles de negociación efectivas en estas empresas, y describir los principales factores del proceso de negociación, generando información para ser socializada en beneficio de las organizaciones observadas, en pro del fortalecimiento de su competitividad empresarial, contribuyendo en potenciar las acciones a seguir o estrategias a realizar por para seguir siendo sostenibles y socialmente responsables con su entorno.

2. Estado del Arte

Negociación Gerencial

Para Robbins y Coulter (2010) la negociación se produce cuando una parte tiene algo que otra necesita o desea, y está preparada para negociar y obtenerlo. Para estos autores, las negociaciones tienen lugar con mucha frecuencia en las actividades diarias de una empresa, en su interior y hacia afuera. En relación a esto, la Universidad Tecnológica de Helsinki (2007), plantea que cada negociación es diferente, pero posee tres elementos básicos: a) Partes de la negociación: identificar las partes no es una tarea trivial, ya que en muchos problemas existen grupos de interés, y no queda

muy claro quiénes pueden participar como parte de una negociación. B) Los conflictos y problemas que se negociarán: son un elemento importante del proceso de negociación. Sin embargo, si en el problema de la división se le agrega dinero, se generan dos problemas. C) Mejor alternativa para un acuerdo negociado: tiene un efecto considerable al cerrar una negociación, todos los autores contemporáneos lo destacan. El MAAN (mejor alternativa para un acuerdo negociado) es un seguro, sirve como referencia con el cual se comparan todos los posibles resultados. El mismo protege a las partes de aceptar un acuerdo desfavorable y de rechazar acuerdos beneficiosos.

Por tanto, lo que debe hacer el negociador para tener éxito es intentar la máxima racionalidad, controlando las emociones, no dejarse llevar por los impulsos y en cada momento posible poner en práctica de la forma más inteligente posible, los consejos y reglas analizados anteriormente.

En opinión de Prieto y Cazallo (2017), lo más importante en cualquier proceso de negociación, es lograr convencer a la otra parte de que se busca satisfacer los principios e intereses comunes, esto, producirá resultados positivos tan buenos o mejores a los que se pudieran obtener al utilizar alguna otra técnica de negociación, y resultará más eficiente y menos costoso para las relaciones humanas o profesionales. En consideración a lo anterior, plantean Robbins y Coulter (2010) que una vez que ha tomado el tiempo necesario para evaluar sus propias metas, para considerar las metas e intereses de la otra parte y para desarrollar una estrategia, está listo para comenzar una verdadera negociación.

Los planteamientos de Robbins y Coulter (2010), Helsinki (2007), constituyen un aporte para el estudio dado que permiten el abordaje de la negociación y las claves para el desarrollo efectivo del mismo, logrando alcanzar los objetivos, en este caso ganar – ganar.

Empresas socialmente responsables

Para Guédez (2006), la responsabilidad social es el ejercicio ético de la competitividad, en este sentido, la comisión europea (2001) expresa que ser socialmente responsable, implica para las organizaciones no solo ir más allá del cumplimiento en pleno de las obligaciones jurídicas de la compañía, sino también una ejecución de inversiones detalladas para estimular el capital humano, el entorno y sus interlocutores. Por su parte, Añez y Bonomie (2010) exponen que mediante la

puesta en marcha de acciones efectivas en materia social, estas deben resaltar una relación entre productividad, comunidad y medio ambiente (aspectos fundamentales dentro de las empresas del sector objeto de estudio), además de la formulación dentro de la filosofía de gestión de estas acciones, es el primer paso para que una empresa pueda considerarse socialmente responsable.

Siendo así, las empresas pasan de un plano individualista a uno que promueve el establecimiento de instituciones colectivas, dialécticas y por sobretodo, socialmente responsables. Resulta pertinente destacar la existencia de una conciencia propia como organización, una identidad según la cual se trascienden las acciones de responsabilidad social empresarial (Paz, Prieto y García, 2015), por ende, tanto gerentes como empleados deben tener noción de las consecuencias de su accionar, prácticas o procesos, por tanto, se debe anteponer la sustentabilidad para grupos de interés internos y externos (Prieto et al, 2018). En este sentido, se considera importante el desarrollo de negocios donde las responsabilidades de las partes y la influencia de estas iniciativas están dirigidas hacia estos grupos de interés, por tanto es un estado de conciencia compartido (Chirinos, Fernández y Sánchez, 2012).

Guédez (2006) considera que todas las acciones de responsabilidad social ejecutadas por las empresas deben contar con tres (3) francos relacionados, las necesidades de la sociedad como máxima, las prioridades gubernamentales, y por supuesto, los intereses y capacidades de la empresa (triangulación de la responsabilidad social); esto, a su vez, nos lleva a considerar el concepto de sustentabilidad, el cual en palabras de Mórros y Vidal (2006) implica un crecimiento empresarial basado en el pleno empleo, el respeto organizacional hacia el medio ambiente y la competitividad.

3. Metodología

La investigación se enmarca dentro de un corte cuantitativo-descriptivo, puesto que recolecta los datos para la aprobación de una hipótesis usando para ello la medición numérica y el análisis estadístico (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). La población de estudio estuvo conformada por los gerentes y empleados que laboran en el departamento administrativo de organizaciones del

sector petrolero socialmente responsables, con oficinas en Bogotá, Colombia (dichas empresas no permiten que su nombre se divulgue en la investigación), los cuales se presentan a continuación:

Cuadro 1. Características de la población de estudio

| EMPRESAS | GERENTES | EMPLEADOS |
|----------|----------|-----------|
| A | 1 | 12 |
| B | 1 | 8 |
| C | 1 | 6 |
| D | 1 | 7 |
| E | 1 | 8 |
| F | 1 | 10 |
| TOTAL | 6 | 51 |

Fuente: Departamento de Recursos Humanos de las empresas (2018).

4. Resultados

Para la consecución de los objetivos presentados por la investigación se relacionan a continuación, los resultados para tal efecto:

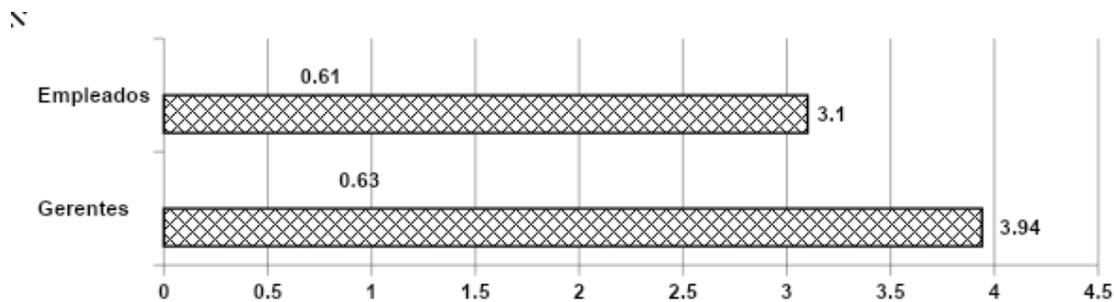
Tabla 1. Variable: Negociación gerencial

| Dimensión | Gerentes | Empleados |
|-----------|----------|-----------|
|-----------|----------|-----------|

| | Promedio | Desviación | Promedio | Desviación |
|---------------------------|----------|------------|----------|------------|
| Cualidades de negociación | 3,94 | 0,64 | 3,06 | 0,65 |
| Proceso de negociación | 3,96 | 0,61 | 3,14 | 0,58 |
| Promedio General | 3,95 | 0,63 | 3,10 | 0,62 |

Fuente: Elaboración propia (2018)

Gráfico 1. Variable: Negociación gerencial.



Fuente: Elaboración propia (2018)

En cuanto a la variable negociación gerencial, se evidencia una muy baja dispersión de 0.63; afirmando que se consideran dentro de la negociación, las cualidades, así como el proceso que permite realizar estas actividades sobre la base de las necesidades de las partes involucradas, logrando alcanzar los objetivos establecidos. Para las respuestas de los empleados, se visualiza una muy baja dispersión de 0.61; afirmando los encuestados que con este nivel se realiza la negociación gerencial considerando las partes involucradas.

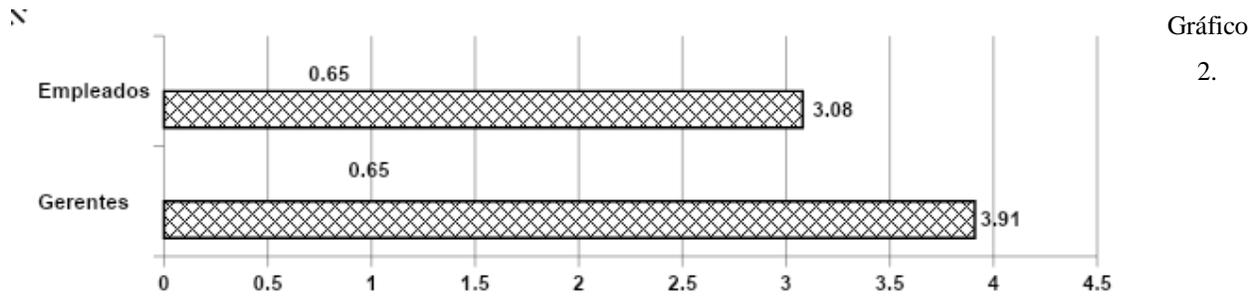
Los resultados anteriores, coinciden con los hallazgos de García (2007) quién señala que la negociación constituye una herramienta para solventar las situaciones que se puedan presentar dentro de una organización, la cual contribuye con el desarrollo de las actividades sobre la base de una planificación establecida.

En cuanto a la caracterización de las cualidades de negociación de los gerentes de organizaciones petroleras en Bogotá, se presentan los siguientes resultados:

Tabla 2. Dimensión: Cualidades de negociación

| Dimensiones | Gerentes | | Empleados | |
|------------------|----------|------------|-----------|------------|
| | Promedio | Desviación | Promedio | Desviación |
| Escucha activa | 3,98 | 0,66 | 3,06 | 0,72 |
| Empatía | 3,89 | 0,61 | 3,10 | 0,61 |
| Visión proactiva | 3,99 | 0,64 | 3,05 | 0,61 |
| Integridad | 4,01 | 0,63 | 2,97 | 0,71 |
| Promedio General | 3,94 | 0,64 | 3,06 | 0,65 |

Fuente: Elaboración propia (2018)



Dimensión: Cualidades de negociación.

Fuente: Elaboración propia (2018)

Para la dimensión cualidades de negociación, se evidencia un promedio para las respuestas de los gerentes de 3.94, con una muy baja dispersión de 0.64; ubicándose dentro de la categoría alta; afirmando que se considera la escucha activa, inteligencia emocional, empatía, visión proactiva, así como la integridad, la cual contribuye con el desarrollo de una negociación que beneficie a todas las partes involucradas.

Lo anterior, sustenta lo planteado por Robbins y Coulter (2010) quienes señalan que la negociación como estrategia más útil para la gestión del conflicto, es una situación donde dos o más partes interdependientes, reconocen divergencias en sus intereses, decidiendo un acuerdo a través de la comunicación. Las partes cuentan, por un lado, con sus propios recursos, pero necesitan los recursos de la otra parte, y están dispuestos a intercambiarse entre sí estos recursos.

Para Robbins (2005) y Robbins y Coulter (2010), una persona puede ser, al mismo tiempo, adaptativa en sus formas de conducta, manteniendo sus convicciones y creencias, en espera del momento adecuado para su implantación o a otros cambios en el entorno.

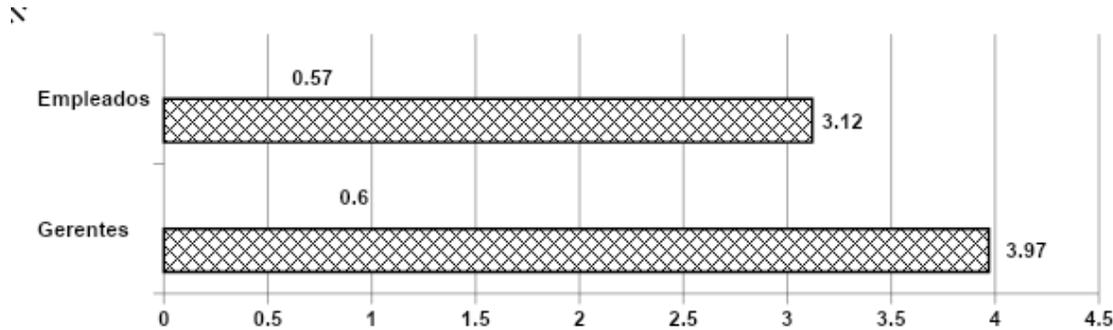
En lo que respecta al análisis del proceso de negociación empleado en las organizaciones del sector petrolero en Bogotá, se presentan los siguientes resultados:

Tabla 3. Dimensión: Proceso de negociación

| Dimensiones | Gerentes | | Empleados | |
|---------------------------------------|----------|------------|-----------|------------|
| | Promedio | Desviación | Promedio | Desviación |
| Identificación de la situación | 3,76 | 0,70 | 3,18 | 0,63 |
| Resultados deseados | 3,96 | 0,51 | 3,20 | 0,56 |
| Resultados críticos | 4,18 | 0,58 | 2,93 | 0,55 |
| Análisis de necesidades | 3,96 | 0,65 | 3,25 | 0,55 |
| Identificación de la necesidad básica | 4,15 | 0,66 | 3,11 | 0,53 |
| Balance del poder | 3,85 | 0,67 | 3,30 | 0,60 |
| Selección de la estrategia | 3,73 | 0,62 | 3,15 | 0,69 |
| Orientación de la posición inicial | 4,02 | 0,63 | 3,33 | 0,58 |
| Análisis de la posición final | 4,00 | 0,55 | 2,86 | 0,58 |
| Planificación táctica | 4,02 | 0,55 | 3,05 | 0,56 |
| Promedio General | 3,96 | 0,61 | 3,14 | 0,58 |

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 3. Dimensión: Proceso de negociación.



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto a la dimensión Proceso de negociación, se evidencia un promedio para las respuestas de los gerentes de 3.96, con una muy baja dispersión de 0.61; afirmando que se considera la identificación de la situación; resultados deseados; resultados críticos; análisis de necesidades; identificación de la necesidad básica; balance del poder; selección de la estrategia; orientación de la posición inicial; análisis de la posición final y la planificación táctica.

Como destaca Wheeler (2008) la negociación es un proceso consensual en donde los acuerdos ocurren cuando, y sólo cuando, las partes creen que en consideración a todas las cosas, el trato que han logrado los deja mejor de lo que estarían si abandonaran la mesa de negociación.

Señala Dessler (2008) que la mayoría de las negociaciones que realizan las personas no tienen trascendencia económica ni social, más allá del gusto personal en un momento dado, de manera temporal. Pero cuando se plantea negociar asuntos, acuerdos, agendas o contratos, con verdadero contenido, así como significado económico y social es cuando necesitan comprender el entorno.

Por tanto, para Hellriegel y Slocum (2009), al pensar en el proceso negociador hay que pensar que la mayoría de las negociaciones significativas tienen lugar en una sala, es decir, se materializan en una reunión con los negociadores alrededor de una mesa. Naturalmente, toda negociación significativa debe ir precedida por una comprensión profunda de aquello que se negocia así como de los diferentes aspectos que pueden intervenir en el propio acto de negociación.

De acuerdo a Wheeler (2008), existe un status relativo de los negociadores. Bajo tal criterio las negociaciones pueden clasificarse en horizontales, cuando las partes se encuentran en un mismo

nivel de la escala jerárquica; vertical, cuando las partes que negocian se encuentran vinculadas a través de una relación de subordinación directa; o diagonales, cuando la negociación se produce entre partes que se encuentran en diferentes posiciones de la pirámide jerárquica.

Plantea Garcés (2008), que en contraste con cada uno de sus intereses, revise minuciosamente cada uno de los puntos del acuerdo. Si necesita alguna verificación, comprobación o autorización final pida tiempo y cerciórese, ya que la prisa es uno de los enemigos del buen acuerdo.

En el indicador Balance del poder, los resultados para los gerentes visualizan un promedio de 3.85, señalando que emplea la autoridad durante el proceso de negociación logrando que lo planteado sea respetado. Señala Ivancevich (2005) que en la mayor parte de los casos, la negociación ha ido creando un clima y una actitud general proclives al acuerdo. Esto es, en general, bueno y deseable, no obstante, es preciso prevenirse contra el deseo, casi natural en esta fase, de precipitar el acuerdo. Por ello, vigile y revise minuciosamente cada nueva propuesta que haga o reciba. No caiga en el acuerdo, alcáncelo.

Señala Garcés (2008), que durante esta misma fase se producen los primeros intercambios en los que las partes hacen algunas cesiones a cambio de otras, obteniendo así los primeros acuerdos parciales. La suma de acuerdos parciales va engrosando el conjunto de los puntos en común y creando un ánimo colectivo que propicia la entrada y el desenlace positivo del acuerdo final.

Considera, entonces de manera precisa Ivancevich (2005) tener en cuenta que aun cuando en esta fase se sustancia el desenlace final de la negociación, su desarrollo y resultado está ya muy condicionado por la disposición, actitud de las partes que han venido prefiguradas por cuestiones anteriores, ajenas a la propia discusión por ejemplo, actitud de los representantes; escenario, así como condiciones, posicionamiento y estrategia elegida; presentación de las partes; exposición del problema y fase de tanteo.

Expone Garcés (2008) una vez que se inicia la negociación y están frente a la otra parte no hay tiempos muertos. Todo vale, las palabras, gestos, actitudes, comportamientos; lo que dicen e incluso lo que callan está siendo tomado en cuenta por las partes.

5. Conclusiones

En lo que respecta objetivo de la investigación, se caracterizó las cualidades de negociación de los gerentes de las empresas del sector petrolero ubicadas en Bogotá, consideradas socialmente responsables, concluyendo que existen diferencias en las respuestas emitidas por las fuentes de información en cuanto a la aplicación de las cualidades vinculadas a la escucha activa, inteligencia emocional, empatía, visión proactiva e integridad, señalando los gerentes la consideración de los elementos descritos durante la negociación, lo cual es fundamental que se logre una consolidación para que la negociación pueda generar los beneficios esperados, en un contexto de sostenibilidad.

Asimismo, se describió el proceso de negociación en las empresas estudiadas, evidenciando la existencia de una alta aplicación de las etapas de la negociación de acuerdo a la percepción de los gerentes, las cuales se encuentran vinculadas con la identificación de la situación, resultados deseados, resultados críticos, análisis de necesidades, identificación de la necesidad básica, balance del poder, selección de la estrategia, orientación de la posición inicial, análisis de la posición final y planificación táctica, logrando generar resultados cónsonos para las partes involucradas, sin embargo de acuerdo a la percepción de los empleados, se emplean con un nivel moderado, por lo cual es fundamental su evaluación para alcanzar los objetivos establecidos, sustentados en su compromiso de ser socialmente responsables.

Para futuros estudios, se hace pertinente recomendar el desarrollo de investigaciones que tomen en cuenta, por ejemplo, empresas de sectores en lo posible, divergentes, ya que esta podría ser una revisión interesante y que permitiría ampliar el panorama y el nuevo conocimiento en materia de negociación gerencial a escalas globales, las habilidades requeridas para esto, las cuales en palabras de García, Prieto y García, (2016), son de gran relevancia en el mantenimiento y generación de éxito empresarial, es decir, las posiciones de estas empresas visto desde un ámbito meramente social, el cual, como fue mencionado, repercute en la consecución de objetivos por parte de las organizaciones y en sus resultados a corto, mediano y largo plazo.

6. Referencias Bibliográficas

- Alcalá, M. & García, J. (2013). El enfoque de la planificación estratégica en empresas constructoras. *Revista Coeptum*, 5 (1), 24-40
- Alvarado, D. (2008). *Gestionando al talento humano*. Ed. McGraw-Hill. México, D.F.
- Chirinos, M. E., Fernández, L., & Sánchez, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. *Razón y palabra*, 17(81).
- Comisión Europea (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
- Freeman, R. (1984), *Strategic Management: A Stakeholders Approach*, Pitman, Boston, MA.
- Garcés, A. (2008). *Gestión del talento humano en las organizaciones del siglo XXI*. Editorial McGraw Hill. México, D.F. Robbins (2005)
- García-Guiliany, J.E., Prieto Pulido, R.A. & García Cali, E.R. (2016). Competitividad en PyMES de confección textil. Una perspectiva desde las habilidades humanas de sus directivos. En Amado Olivares Leal, Martha Lucía Moya Pardo, Josefina Ochoa Ruiz y Francisco Espinoza Morales (Coordinadores). *Factores explicativos de competitividad empresarial*. México: Qartuppi, S. de RL. De C.V. <http://www.qartuppi.com/2016/FACTORES.pdf>
- García, F. (2007). *Comunicación y Movimientos estratégicos de la negociación*. Artículo España.
- García, J.; Durán, S.; Cardeño, E.; Prieto, R.; García, E. & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, Vol. 38 (52), 16-30
- Guédez, Víctor (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Caracas: Venezuela. Editorial Planeta.
- Hellriegel, Don; Jackson, Susan y Slocum, Jhon (2009). *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Thomson editores, S.A, de C.V. México.
- Helsinki, O. (2007). *La era del negociador*. Editorial McGraw-Hill Histeramericana, S.A. México.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, Ed: 6ª. México: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, C. A., & Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Revista de Formación Gerencial*, 9(1), 144-168.
- Ivancevich, J. (2005). *Principios de la Administración*. México, D.F.: Editorial CECSA
- Ivancevich, J. (2008). *Administración de Recursos Humanos*. México: Editorial Pearson Educación.
- Krugman, Paul (1994). *The age of Diminished Expectations*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, Londres. Inglaterra. En: *Revista Banco de la República*, del mes de Febrero.

- Martínez, H. R., & Pico, J. J. (2013). Eficiencia y productividad en el comercio del sector manufacturero entre Venezuela y Mercosur. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(62).
- Morrós, Jordi y Vidal, Isabel (2006). Responsabilidad Social Corporativa (RSC). España.
- Paz, A.; Prieto, R. & García, J. (2015). Responsabilidad social como alianza para el desarrollo sostenible en empresas carboníferas. Memoria Primer Congreso Internacional de Energías Renovables. Ciergo, Riohacha, Guajira. Colombia.
- Porter, M. (2007). Calidad y competitividad. Editorial McGraw Hill. México, D.F.
- Prieto, R.; García, J. & González, D. (2014). Liderazgo Estratégico: factor de competitividad del Sector Industrial de la Región Caribe Colombiana. Ponencia presentada y publicada en memorias del I Congreso Internacional de Investigación Dr. Adolfo Calimán “Visión transdisciplinaria e integradora de la investigación, Universidad Dr. José Gregorio Hernández, Maracaibo
- Prieto, R. & Cazallo, A. (2017). Desarrollo organizacional y gestión humana en contextos globalizados. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad Simón Bolívar
- Prieto, R.; Urribarri, A. & Paz, A. (2018). Sustentabilidad en las organizaciones. Acciones y perspectivas del presente con visión de futuro. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad Simón Bolívar
- Robbins, S. (2005). Comportamiento Organizacional. México (México): Editorial Pearson Educación.
- Robbins, S. y Coulter, (2010). Fundamento Organizacional. México: Editorial Pearson Educación.
- Wheeler, R. (2008). La gerencia del personal. México: Editorial McGraw Hill.

POTENCIAL EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS RECICLADORAS DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA

Romero Zúñiga, Carmen Milagro,¹ Acuña Medina, Doris Isabel,² Alfaro Fonseca, Ana Milena,³

¹Universidad de la Guajira Grupo de investigación Cañaguatè, e-mail carmenmilagro@uniguajira.edu.co

²Universidad de la Guajira, Grupo de investigación Cañaguatè, [email -dorisisabel@uniguajira.edu.co](mailto:dorisisabel@uniguajira.edu.co)

³Universidad de la Guajira, Grupo de investigación REDITUR e-mail alfaro@uniguajira.edu.co

Resumen---- El presente artículo, como objetivo general diseñar un plan estratégico de exportación de residuos sólidos no peligrosos para las empresas recicladoras del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, el objetivo específico Determinar el potencial exportador de las empresas recicladoras del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha. La investigación se basó en los fundamentos teóricos sobre la variable objeto de estudio, “plan Estratégico” de Brenes B (2003), Agustín Reyes Ponce (2000) y de Residuos Sólidos no peligrosos el Decreto 1713 de 2002, lo que permitió tener conocimiento científico, que permitiera abordar la problemática que presentan las empresas recicladoras en el Distrito de Riohacha. Los resultados de la investigación dieron a conocer las falencias que existen en las empresas de reciclaje establecidas en este Distrito, así mismo, la metodología utilizada fue de tipo descriptivo, con un enfoque cuantitativo y diseño no Experimental, la población estuvo compuesta por 5 empresarios del reciclaje, la encuesta como técnica y el instrumento que consta de 25 preguntas estilo Likert, los resultados muestran que los factores que más afectan a los recicladores es la falta de recursos económicos para dotarse de maquinarias, y vehículos para el transporte de la carga a los puertos. Palabras clave: plan exportador, Residuos sólidos no peligrosos, empresas recicladoras, capacidad económica,

Abstract---- The present article, as a general objective to design a strategic plan for the export of non-hazardous solid waste for the recycling companies of the Special, Tourist and Cultural District of Riohacha, the specific objective To determine the export potential of the recycling companies of the Special Tourist and Cultural District of Riohacha The research was based on the theoretical foundations on the variable object of study, "strategic plan" of Brenes B (2003), Agustín Reyes Ponce (2000) and of solid non-hazardous waste Decree 1713 of 2002, which allowed to have scientific knowledge, that would allow addressing the problems presented by recycling companies in the Riohacha District. The results of the investigation made known the shortcomings that exist in the recycling companies established in this District, likewise, the methodology used was of a descriptive type, with a quantitative approach and non-experimental design, the population was composed by 5 businessmen of the recycling, the survey as a technique and the instrument consisting of 25 Likert-style questions, the results show that the factors that most affect recyclers is the lack of economic resources to equip themselves with machinery, and vehicles for the transport of cargo to ports.

Keywords: export plan, non-hazardous solid waste, recycling companies, economic capacity,

1. Introducción

Los Residuos Sólidos (RS) con el pasar de los años ha aumentado su generación de manera acelerada por factores como la globalización, el crecimiento poblacional y el consumismo excesivo, los cuales están ocasionando un problema de gran magnitud en el medio ambiente a nivel mundial. “Los residuos sólidos son cualquier objeto, material, sustancia o elemento resultante del consumo o uso de un bien, actividades domésticas, industriales, comerciales, institucionales, de servicios, que el generador abandona, rechaza o entrega y que es susceptible al aprovechamiento o transformación de un nuevo bien, con valor económico o de disposición final”, según Bustos, (2007).

Por su parte, países como Suecia han desarrollado un sistema avanzado de reciclaje que ha hecho posible la disminución excesiva de residuos sólidos llegando al extremo de tener que importarla para luego utilizarla en sus plantas de combustión. Dicha basura es transformada en energía y materia prima, seguidamente están Austria, Alemania, los Países Bajos y Noruega, uno de los países que cuenta con el índice de reciclaje más elevado a nivel global (OCDE,2013).

Teniendo en cuenta el Decreto 2676 de 2000, los residuos sólidos se clasifican en peligrosos (Químicos, Radiactivos y Riesgos Biológicos) y no peligrosos (Biodegradables, Reciclables, Inherentes y Ordinarios o Comunes). Las etapas que constituyen el manejo de residuos sólidos son: generación, almacenamiento, recolección, transporte, transferencia, tratamiento y disposición final. El manejo de residuos sólidos está comprendido por todas las actividades funcionales u operativas relacionadas con la manipulación de los residuos sólidos desde el lugar donde son generados hasta la disposición final de los mismos (Ochoa, 2009).

En Colombia se recolecta 26.975 toneladas diarias de residuos sólidos, según el estudio estadístico realizado por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) en el 2016. En dicha publicación se identificaron las ciudades que más aportan residuos sólidos como Bogotá (6.300 toneladas), Antioquia (3.260 toneladas), y Atlántico (1.907 toneladas). Por otro lado, el Ministerio de

Ambiente reveló que el país anualmente genera 11,6 millones de toneladas de basura en el que solo se aprovecha un 17%. (DNP, 2015).

Ahora bien, la exportación de basura es una nueva estrategia de comercio internacional, que se orienta a impulsar la sostenibilidad y el aprovechamiento de los residuos sólidos a través de su adecuado manejo. Hoy más que nunca existe la necesidad de aprovechar al máximo los residuos que se generan diariamente en el país y en lo posible tratar de no desperdiciarlos para así obtener beneficios tanto económicos como ambientales.

En uno de los diagnósticos más recientes del DNP (2016), señala que los sitios no autorizados para disposición final se localizan principalmente en los departamentos de La Guajira, Bolívar, Magdalena, Chocó, Vichada, Guainía, Guaviare, Caquetá, Putumayo, Nariño y Amazonas. En estas zonas es donde más contaminación ambiental hay por la quema de basura y botadero a cielo abierto.

El potencial exportador de las empresas de las empresas recicladoras en el DETC de Riohacha, diseño del plan estratégico para la exportación de residuos sólidos no peligrosos.

Teniendo en cuenta que los residuos sólidos son considerados fuentes de riesgo para el medio ambiente y la salud, estos son generados a partir de actividades de servicio, agrícola, domésticos, industriales, constituyen un tema ambiental de suma importancia si se tiene en cuenta que el volumen aumenta cada día como consecuencia del proceso de desarrollo económico, también se les considera fuentes de ingreso.

La Guajira durante años, ha sido un departamento caracterizado por la recolección, compilación y transporte de residuos sólidos no peligrosos. Es un gran proveedor para empresas transformadoras del mismo. Esta actividad es el sustento de muchas familias, se genera una cantidad razonable de empleos directos e indirectos pero la realidad económica de las empresas recicladoras y de las familias recolectoras sería distinta si se centraran los esfuerzos en exportar dichos residuos, así se disminuiría la contaminación ambiental y visual, aumentaría la competitividad y empleo.

Actualmente existen legalmente constituidas en la Cámara de Comercio de La Guajira aproximadamente 39 empresas de reciclajes dedicadas a la recolección y comercialización de residuos sólidos no peligrosos, identificadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIU de todas la actividades económicas estipuladas a nivel nacional, mediante el código 3830 como recuperación de materiales. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2009).

Es así la problemática que enfrentan las empresas recicladoras en el DTEC de Riohacha involucra diferentes factores: Se dedican solo a la recepción de los residuos sólidos; no se le brinda tratamiento a los residuos sólidos, no se tiene la infraestructura financiera ni económica para la adquisición de maquinarias, equipos ni tecnología avanzada que les permita mejorar los procesos de reciclaje, así como para la implementación de nuevos procesos productivos e innovadores de dichos residuos. (DNP y BM. 2015)

Sin embargo, Inter aseo S.A.E.S.P que es la empresa que se encarga de prestar el servicio de aseo municipal en la Ciudad de Riohacha realiza transporte y recolección de las basuras; además, también tienen la administración del relleno sanitario, dicha empresa no se dedica a la actividad del reciclaje, pero si realiza campañas de sensibilización y capacitación ambiental a la comunidad en general. Por otro lado, la Corporación Autónoma Regional de La Guajira (Corpoguajira) bajo el artículo 91 del decreto 2981 de 2013, realiza campañas de sensibilización y proyectos de capacitación con los ciudadanos y comunidades indígenas, para realizar un adecuado manejo de los residuos sólidos y así evitar la contaminación del medio ambiente.

2. Objetivos

a. Objetivo general

Diseñar un plan estratégico de exportación de residuos sólidos no peligrosos para las empresas recicladoras del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

2.2. Objetivos específicos

Determinar el potencial exportador de las empresas recicladoras del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha.

3. *Estado del Arte*

3.1 *Antecedentes investigativos*

López (2009), realizó una “propuesta de un programa para el manejo de residuos sólidos en la plaza de mercado de Cereté Córdoba. En este trabajo la autora utilizó una investigación descriptiva, por que describe el estado, las características, factores y procedimientos presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural, sin explicar las relaciones que se identifiquen. Su alcance no permite la comprobación de hipótesis ni la predicción de resultados Lerma (2003). A través de esta metodología se realiza la descripción, registro, análisis e interpretación del problema ambiental; originado por el inadecuado manejo de los residuos sólidos en la plaza de mercado.

Además analizó las causas y las consecuencias acerca de los efectos del manejo inapropiado de los residuos sólidos en CEREABASTOS. Por tal motivo también es explicativa. Para ello López en primer lugar recurrió a la información bibliográfica existente al respecto, posteriormente el procesamiento de la información obtenida y por último el análisis de los datos que le permitió determinar las conclusiones y recomendaciones de esta investigación (Galeano, 2001)

En conclusión en este proyecto se realizó una identificación de cómo se está desarrollando el proceso de manejo de residuos sólidos dentro de la plaza de mercado y los tipos de impactos que se están causando a nivel del ecosistema urbano; para dar como resultado una serie de soluciones o alternativas; que contribuyan a disminuir la situación ambiental, que afronta el municipio; en cuanto a contaminación se refiere.

El aporte que se tomó de la tesis de López fue de tipo metodológico como la aplicación de técnicas de recolección de datos utilizando los siguientes instrumentos de investigación: entrevistas, encuestas y observación directa, debido a que será de suma importancia para describir y reconocer los factores internos y externos que limitan la aplicación de un plan estratégico para exportar los residuos sólidos no peligrosos en las empresas recicladoras del DTEC de la ciudad de Riohacha.

Pachón (2007) Plan de negocios para una empresa recicladora de plástico PET en la ciudad de Bogotá D.C. El plan de negocios propuesto para una empresa recicladora de plástico tiene como

objetivo la reutilización adecuada de los residuos sólidos como alternativa económica, la cual se llevó a cabo con la caracterización realizada a través de censos y estudios financieros a las empresas.

Los resultados arrojaron que el estudio arrojó que la reutilización de residuos sólidos y en especial el PET es una actividad muy lucrativa debido a su demanda en el mercado, permitiendo el desarrollo sostenible de los ciudadanos de Bogotá que realizan dicha actividad; que se puede evaluar su viabilidad por medio de la evaluación financiera realizada. El medio del cálculo que utilizó para comprobarlo fue el del VPN y el de la TIR.

Por otro lado el autor afirma que es posible de mejorar los procesos de transformación de los residuos a través de un desarrollo tecnológico, ya que cada día el mercado es más competitivo y el sector del reciclaje va en crecimiento y se halla la necesidad de implementar nuevas maquinarias y herramientas en los métodos productivos.

Es este caso se tomó como aporte teórico-práctico la evaluación a las empresas recicladoras a medida que se avance en la investigación para mostrar su factibilidad financiera utilizando herramientas como VPN y la TIR, una vez comiencen a ejecutar el plan estratégico que les permita mejorar sus procesos productivos para luego exportar. Es notable que la aplicación de nuevas tecnologías en el proceso de reciclar cumplen un papel fundamental para transformar nuevamente los residuos en materia prima aprovechando de sus beneficios, de lo contrario se presenta una gran limitante al momento de llegar a competir en el mercado.

Seguidamente Rozo (2014) realizó la PROPUESTA PARA EL PLAN DE MANEJO AMBIENTAL DE RESIDUOS SÓLIDOS Y PELIGROSOS EN UNA EMPRESA DE EXTRUSIÓN DE PLÁSTICO El plan de trabajo para el logro de los objetivos trazados en la presente propuesta señala la estrategia que abarca el levantamiento de la línea base en cuanto a la generación, clasificación y manejo de los residuos en cada una de las etapas del proceso. En cada etapa del proceso se evaluarán todas las actividades relacionadas con los residuos sólidos y peligrosos, desde la generación, las actividades de separación en la fuente, la recolección, el transporte, el almacenamiento y la disposición final. De acuerdo con el Decreto 4741 de 2005, se

realizará la clasificación de los residuos peligrosos, RESPEL (Residuos Peligrosos) identificados en el proceso productivo, con el objetivo de establecer el manejo, control y disposición final de dichos elementos.

Una vez se obtendrá la información recolectada en cuanto a la clasificación de RESPEL (Residuos Peligrosos) de acuerdo con el Decreto 4741 de 2005, ha de elaborarse una clasificación minuciosa de cada elemento encontrado como residuo peligroso; esto es, identificar las características de peligrosidad de los insumos químicos y materiales usados en el proceso productivo con el fin de determinar la mejor opción técnica de dichos elementos. Finalmente se hará una propuesta que abarque la consolidación de estrategias claras de opciones de prevención, mitigación y disposición de los residuos sólidos y peligrosos identificados en el proyecto.

El Plan de Gestión Integral de Respel, debe contener los procedimientos, actividades y acciones necesarias de carácter técnico y administrativo, para prevenir la generación y promover la reducción en la fuente de los Respel, así como, garantizar un manejo ambientalmente seguro de aquellos residuos que fuesen generados. Los componentes y elementos básicos de dicho Plan serán ajustados o modificados por el generador de acuerdo a sus condiciones, recursos y necesidades específicas. No se tienen establecidas políticas para los residuos que sea posible devolver a los proveedores, ni contacto con comercializadoras de residuos reciclables.

3.2 Bases teóricas

3.2.1 Potencial Exportador de Residuos Sólidos Según la Ley N° 23.922/92, el Convenio de Basilea, los residuos sólidos deben ser exportados para su tratamiento y/o disposición final, en países que cuenten con tecnologías apropiadas. Adicionalmente los residuos deben ser embalados, etiquetados y transportados de conformidad con los reglamentos y normas internacionales generalmente aceptados y reconocidos. Con base a lo expresado en el Convenio de Basilea los exportadores de residuos sólidos deben cumplir con los mismos requerimientos de exportación que los demás productos, no por ser residuos sólidos se van a exportar de manera irresponsable e inadecuada.

La planeación estratégica propuesta Reyes (2000) es el más adecuado a la investigación ya que las organizaciones diseñan planes estratégicos en pro de alcanzar objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la necesidad de las mismas. Ha de destacarse que de la planeación eficiente se obtiene mejores resultado, por tal razón, considerarse que se requiere conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las organizaciones. En otras palabras, hay que tener claro un análisis del contexto para así poder obtener mejores resultados.

3.2.2 **Capacidad de exportación** está determinada capacidad de producción del volumen solicitado por el importador.

Capacidad económica para exportación está representada por la capacidad económica de las empresas para poder exportar a los mercados internacionales.

3.2.3 **Característica de los residuos** Según el decreto 1713 de 2002 los residuo sólido o desecho es cualquier objeto, material, sustancia o elemento sólido resultante del consumo o uso de un bien en actividades domésticas, industriales, comerciales, institucionales, de servicios, que el generador abandona, rechaza o entrega y que es susceptible de aprovechamiento o transformación en un nuevo bien, con valor económico o de disposición final. Es importante la clasificación adecuada de los residuos sólidos para llevar a cabo un excelente aprovechamiento y esto depende de varios factores como su composición, uso, propiedades y origen. Una vez clasificado se puede continuar con la disposición final.

Los residuos sólidos no peligrosos según Lara y Velázquez (2016) se clasifican en:

Biodegradables: son aquellos restos químicos o naturales que pueden ser descompuestos por la acción natural de organismos vivos, como lombrices, hongos y bacterias. Este fenómeno permite que los elementos que forman tales residuos queden disponibles para su nueva incorporación a la naturaleza de una manera útil, entre estos se encuentran los vegetales, residuos alimenticios no infectados, plástico, jabones y detergentes biodegradables, madera y otros residuos que pueden ser transformados fácilmente en materia orgánica.

Lo residuos reciclables: son aquellos que no se descomponen fácilmente y pueden volver a ser utilizados en procesos productivos como materia prima, entre estos residuos se encuentran algunos papeles, cartones, plásticos, chatarra, tetra pack, vidrio, radiografías, partes y equipos obsoletos o en desuso entre otros.

Inertes: son aquellos que no se descomponen, ni se transforman en materia prima y su degradación natural requiere grandes periodos de tiempo.

Ordinarios o comunes: son aquellos generados en el desempeño normal de las actividades. Esos se generan en oficinas, pasillos, área común, cafetería, salas de espera, auditorios y en general en todos los sitios del establecimiento del generador.

3.3. **Medio de transporte** El transporte es, sin dudas el componente verbal de la cadena logística, por ello es fundamental conocer las diferentes opciones que se presentan y determinar técnica y jurídicamente cual se ha de utilizar ya que la competitividad de los productos que vas a ser comercializados depende del transporte y del costo de éste, del tiempo necesario desde su origen hasta su destino; de la factibilidad de la entrega, y de la seguridad del medio utilizado. Castellanos (2015).

Murillo (2011), manifiesta que un proceso de transportarte se evaluó como satisfactorio en cuanto a calidad, cuando el mismo se ha efectuado sin ningún detrimento cuantitativo y cualitativo para las cargas y en plazos de tiempos estipulados; de igual manera se evalúan en las cadenas de transporte. El incumplimiento de alguno de estos dos requisitos trae como consecuencias sanciones al transportista, a menos que las causas de la pérdida en las cargas o de tiempo fuesen provocados por otros participantes del proceso o por causas de fuerza mayor.

Según la ciencia de la administración, la DFI (Distribución física internacional) busca integrar una serie de actividades y operaciones destinadas a ordenar, manejar y coordinar el movimiento y traslado de la carga (producto) desde la línea de producción en el país exportador hasta el punto final de utilización o consumo en el país importador, tomando como actividades y operaciones las acciones secuenciales para seguir: como primera actividad, la preparación y el arreglo de la mercadería, que incluye el embalaje, marcado, etiquetado, y la unitarización; como segunda

actividad, el manejo de los documentos de exportación, el DEX, Factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, visto bueno en caso de requerirse; según el medio de transporte, el documento de transporte. Como tercera actividad está el manipuleo; la siguiente actividad, el almacenamiento nacional e internacional de las cargas durante el proceso exportador partiendo desde ex work hasta llegar a DDP, Murillo (2011).

Como quinta actividad está asegurar la mercancía durante el trayecto y estadía en los puertos, aeropuertos o terminales. Como sexta actividad está el manejo de los agentes de carga o freight forwarder. Como séptima actividad está la gestión bancaria, es decir, la gestión del cobro, ya sea de la carta del crédito documentario o el giro, y por último están los agentes y la administración de la gestión de la cadena y logística comercial internacional.

Así mismo Chopra y Meind (2008) definen al transporte de mercancías como el movimiento de un producto de un lugar a otro en su recorrido desde el principio de la cadena de suministro hasta el cliente.

3.3.3 Transporte terrestre como eslabón en la cadena Intermodal

Según el SENA (2014), para el transporte terrestre hay mucha oferta de vehículos, para carga general, con dimensiones estandarizadas y para carga de condiciones particulares como extra pesada y extra dimensionada, con plataformas especiales; de igual forma, se determinan capacidades y restricciones para camiones con y sin remolques de diferentes tipos, sus condiciones son reguladas por el Ministerio de Transporte.

Los equipos utilizados hoy día para el manejo de la carga son diversos, los más comunes son los montacargas, las grúas, las bandas transportadoras, los ductos (sistema muy especializado) y los que se utilizan para carga específica como el traslado de la correspondencia. También se tiene como equipo para el manejo de carga las volquetas o camiones de gran tamaño, especialmente utilizados en las minas. El transporte terrestre es un importante eslabón de la cadena intermodal, pero también en algunas regiones se usa para el intercambio comercial internacional. Su papel en el intermodalismo es unir el puerto marítimo o la estación del ferrocarril con el punto de origen local o destino final. Long (2006, p.144).

3.3.2 Transporte marítimo.

El transporte marítimo consiste en una actividad mediante la cual se traslada a personas o mercancías a bordo de una embarcación por vía marítima. Con el auge de la aviación, el transporte de las personas por mar ha quedado relegado a pequeñas travesías o a las grandes en forma de cruceros.

3.3.3 Transporte multimodal.

Según Moiraghi (2003), quien toma por referencia a la convención de las Naciones Unidas de 1980 sobre Transporte Internacional Multimodal de Mercancías, el Transporte Multimodal se define como el transporte de mercancía utilizando, al menos dos modos de transporte diferentes, cubierto por un contrato de transporte multimodal, desde un sitio en un país donde el operador de transporte multimodal se encarga de ellas, hasta un sitio designado para entrega, situado en un país diferente.

Según SENA (2014), el transporte multimodal es la combinación de dos o más modos, se aprovechan las economías de escala y de distancia. Normalmente una o varias personas naturales o jurídicas se responsabilizan de entregar una misma unidad de carga desde el lugar de origen al destino final utilizando distintos modos y medios de transporte.

4. Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, por cuanto se considera que la investigación representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

El enfoque cuantitativo “se desarrolla mediante un proceso sistemático, formal y objetivo, que se vale de los datos numéricos para obtener toda la información del mundo, utiliza método hipotético-deductivo, que se refiere al origen hipotético con base al material empírico recolectado a través de procedimientos de observación y experimentación, los cuales, permiten deducir planteamientos particulares” (Hernández, Fernández y Baptista.2012).

La investigación, es de diseño no experimental.” La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes; se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador. Esta investigación también se conoce como investigación ex post-facto (los hechos y variables ya ocurrieron), y observa variables y relaciones entre éstas en su contexto natural.” Kerlinger. 1979. P 165) El diseño no experimental, descriptivo que permitirá la recolección de la información sobre las variables Plan estratégico, exportación, residuos sólidos no peligrosos. Según el autor Arias F. (2012. P 106) la investigación de campo “(es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes, se allí su carácter de investigación no experimental”. En la investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. POBLACIÓN la población está conformada por Propietarios y/o administradores de empresas de reciclaje y recicladores en el DETC de Riohacha. 4 empresas (Corpecam S.A., Combita, Rio Plast y Recuperadora Reciclemos Guajira) y una asociación (Asociación de Recicladores de Riohacha). Para un total de 5 que se encuentran actualmente en funcionamiento.

5. Resultados

Tabla. 1 Potencial exportador de residuos sólidos no peligrosos

| Indicadores | Capacidad | | Características | | | Medios de transporte | |
|-----------------------|-----------|------|-----------------|------|------|----------------------|---|
| | F.A. | F.R. | F.A. | F.R. | F.A. | F.R. | |
| Totalmente de acuerdo | 5 | 1 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | |
|--------------------------------|---|----------|-----|------|-----|----------|----------|
| De acuerdo | 4 | 3 | 30 | 5 | 100 | 2 | 0 |
| Imparcial | 3 | 1 | 10 | 0 | 0 | 5 | 20 |
| En desacuerdo | 2 | 3 | 30 | 0 | 0 | 2 | 50 |
| Totalmente en desacuerdo | 1 | 2 | 20 | 0 | 0 | 1 | 20 |
| Total | | 10 | 100 | 5 | 100 | 10 | 10 |
| Por Indicador | | 2,8 | | 4,0 | | | 2,8 |
| Categoría por indicador | | Moderado | | Alto | | | Moderado |
| Por dimensión | | | | | | 3,2 | |
| Categoría por dimensión | | | | | | Moderado | |

Fuente: Romero, Solano y Móvil (2019)

5.1 Indicador: Capacidad

El 30% de los encuestados se encuentran de acuerdo, y consideran que tienen la capacidad para ser exportadores de residuos sólidos no peligrosos, mientras que el 30% está en desacuerdo, lo que indica que estas empresas no producen las toneladas necesarias para iniciar una exportación. Lo anterior, da a entender que es primordial la unificación de las empresas para realizar un plan estratégico de exportación.

En cuanto a la capacidad económica, el 40% respondieron tenerla, mientras que el 60% restante no tienen la capacidad. Con relaciona la capacidad tecnológica, La empresa tiene la capacidad económica y tecnológica para exportar residuos sólidos no peligrosos el 40% dicen contar con tecnología que les pueda facilitar la exportación. Si se tiene en cuenta que estas empresas no cuentan con los equipos ni maquinaria adecuados para desarrollar la actividad. Lo que indica que requieren de una inversión en tecnología, equipos, y maquinarias.

5.2 Indicador: Características

Las características de los residuos sólidos no peligrosos permiten iniciar los procesos de exportación. El 100% de los encuestados se encuentran de acuerdo, y consideran que las características cumplen con los requerimientos para la exportación.

5.3 Indicador: medios de transporte

Se tiene conocimiento sobre los medios de transporte para la exportación de los residuos sólidos no peligrosos, el 50% se encuentra indeciso, mientras que el 20% están de acuerdo. Este ítem se refiere a que si las empresas recicladoras cuentan o conocen los medios de transporte para la exportación, es decir, transporte (camiones) de Riohacha hacia el puerto escogido para el transporte de los residuos sólidos (Santa Marta, Cartagena, Barranquilla), Las empresas cuentan con camiones que transportan hacia la Costa los residuos sólidos que son comercializados en el departamento del Atlántico.

Los recicladores cuentan con medios de transporte moderno para la recolección eficiente de los residuos sólidos no peligrosos. Los medios de transporte utilizados (40%) de acuerdo no son modernos. Lo que indica que al momento de iniciar las exportaciones requieren de la inversión en vehículos para el transporte hacia el puerto de descargue.

Así mismo, el desempeño de los indicadores se ve reflejado en el valor de la media para cada indicador , dando como resultado de la media aritmética de la dimensión Potencial exportador de residuos sólidos: indicador: capacidad = 2.8, Características = 4.0 y Medios de transporte = 2.8, con un valor en el rango de dimensión de 3.2 , considerado Moderado Lo que demuestra que los empresarios de reciclaje en el Distrito de Riohacha, No tienen la capacidad, ni los medios de transportes, si poseen las características con las cuales pueden iniciar un plan estratégico para la exportación.

De acuerdo a los resultados obtenidos se contrasta con la siguiente teoría el reciclaje es a menudo justificado, ya que genera bienes públicos, expresado en términos de beneficios ambientales, como la conservación de los recursos naturales porque son menos hectáreas para rellenos sanitarios, la prevención de la contaminación o la prevención del cambio climático global, debido que al reciclar la huella ecológica se disminuye siendo menos toneladas de CO2 generadas por el metano (CH4) acumulado en las pilas de residuos sólidos. Tonjes, (2013).

Teniendo en cuenta que en las costas del Departamento de la Guajira existen puertos para la exportación se debe aprovechar esta investigación con los resultados arrojados del potencial exportador que tenemos en el distrito que estos residuos sean comercializados en el exterior ya que

tenemos la salida al mar y es la forma de que la carga salga a los mercados internacionales vía marítima. En la actualidad, los buques se destinan, principalmente, al transporte internacional de mercancías y se pueden clasificar según su capacidad y el tamaño de la carga en: graneleros, portacontenedores, tanques, frigoríficos, de carga rodante, costeros, transbordadores, cruceros y barcasas Moldtrans (2014).

6. Conclusiones

De acuerdo al potencial exportador las empresas encuestadas, consideran que tienen la capacidad para exportar residuos sólidos, el 30% dicen no tener la capacidad, pero las características de los residuos sólidos si les permite incidir los procesos de exportación las características cumplen con los requerimientos para la exportación.

Una debilidad de las empresas es la falta de vehículos para el transporte de los residuos al sitio de descargue, (40% están de acuerdo), por cuanto no tienen camiones para el transporte, mientras el 60% no los poseen.

Se concluye que los factores que más afectan a los recicladores es la falta de recursos económicos para dotarse de maquinarias, y vehículos para el transporte de la carga a los puertos. Por eso se dedican a recolectar y vender a empresas radicadas en otros departamentos de Colombia. Teniendo en cuenta que en la Guajira existen costas y que Puerto nuevo fue habilitado para exportación y se comenzó la exportación a la Isla de curazao está pertenece a los Países bajos existe un mercado potencial que se puede aprovechar.

Se recomienda capacitar a los recicladores para que cumplan con la capacidad exigida para la exportación de los productos sólidos no peligrosos, la generación de residuos sólidos siempre ha tenido un impacto en el ambiente y en la salud de las personas. El problema no radica solo en la generación de residuos, ya que toda transformación o utilización de bienes genera desechos, la

problemática de la gestión de residuos sólidos implica también manejar tareas con un alto nivel de complejidad como el transporte o la disposición final de los mismos. Hoy en día “uno de los problemas que enfrenta el creciente desarrollo tecnológico e industrial de las sociedades modernas es la progresiva generación de residuos, la cual trae consecuencias negativas para el medio ambiente y la salud” (Montes 2005: 130). Podemos señalar entonces que el proceso de industrialización tuvo como consecuencia un aumento en la cantidad como en la peligrosidad de los residuos sólidos.

Es necesario Gestionar ante entidades o instituciones públicas o privadas la consecución de medios de transportes para la recolección de residuos sólidos en el Distrito.

Dotar a los recicladores de elementos de protección personal para prevenir enfermedades propias de la actividad.

Esta investigación aporta a los ODS Objetivo 12 producción y consumo responsable El consumo y la producción sostenible consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. Todo ello se traduce en una mejor calidad de vida para todos y, además, ayuda a lograr planes generales de desarrollo, que rebajen costos económicos, ambientales y sociales, que aumenten la competitividad y que reduzcan la pobreza.

12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

Mediante esta investigación se adopta el objetivo 12 de los ODS, ya que este objetivo es una estrategia de empleo para las personas vulnerables en la reducción de la pobreza, mediante el reciclaje las personas obtienen recursos económicos y estamos ayudando al planeta a su conservación con la reducción de desechos reciclando lo que se desperdicia por el consumo desmedido en el mundo en el cual habitamos.

7. Referencias Bibliográficas

- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación: introducción a la investigación científica. (6^o Ed). Caracas, Venezuela: Episteme C.A.
- Bastos, B. (2007) Distribución logística y comercial Editorial casa del Libro
- Brenes B (2003), Dirección estratégica para direcciones inteligentes Editorial universidad estatal a distancia Costa Rica
- Cámara de Comercio de La Guajira 2016
- Castellanos, A. (2015). Logística comercial Internacional, Editorial Eco editores Universidad del Norte Barranquilla Colombia.
- Chopra y Meind (2008) Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación. Tercera edición. PEARSON EDUCACIÓN, México
- Código 3830 como recuperación de materiales. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2009).
- Corporación Autónoma Regional de La Guajira (Corpoguajira) bajo el artículo 91 del decreto 2981 de 2013
- Decreto 1713 de 2002, "Por el cual se modifica el Decreto 1713 de 2002 sobre disposición final de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones".
- DNP (2015). Departamento administrativo de Planeación Nacional
- Hernández, Fernández y Baptista (2016) Metodología de la Investigación México Editorial McGraw-Hill.
- Kerlinger, F (1979) Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento. México, D.F: Nueva Editorial Interamericana. Actualmente se publica por McGraw Hill interamericana.

Lara y Velázquez (2016) propuesta para el manejo de los residuos sólidos generados en la plaza de mercado del casco urbano del municipio de la Mesa Cundinamarca. Universidad Libre. Bogotá D. C.

Ley N° 23.922/92, Convención de Basilea sobre el Control de los Movimientos Transfronterizos de los Desechos Peligrosos y su Eliminación)

López, N. (2009) propuesta de un programa para el manejo de residuos sólidos en la plaza de mercado de Cerete Córdoba Universidad Pontificia Javeriana Maestría En Gestión Ambiental Bogotá, ^[1]_{SEP}2009

Moiraghi (2003), El Transporte Multimodal: una nueva modalidad contractual, su aplicación regional.

Moldtrans (2014), importante crecimiento de los servicios de transporte terrestre con Alemania del Grupo Moldtrans

Murillo, Jorge A. (2011). Exportar e internacionalizarse. 5ta edición, Bogotá, Colombia: Panamericana editorial.

OCDE, 2013 <https://ecoinventos.com/articulos-destacados/> Sistema avanzado de reciclaje.

Ponce, A. (2000) de Residuos Sólidos no peligrosos

ROMERO, C. Móvil, I. SOLANO, S. (2019) PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS PARA LAS EMPRESAS RECICLADORAS DEL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA, Centro de Investigaciones Universidad de la Guajira.

Rozo, A. (2014) PROPUESTA PARA EL PLAN DE MANEJO AMBIENTAL DE RESIDUOS SÓLIDOS Y PELIGROSOS EN UNA EMPRESA DE EXTRUSIÓN DE PLÁSTICO, Universidad Libre de Colombia.

Sáez, Alejandrina, Urdaneta G., Joheni A., Manejo de residuos sólidos en América Latina y el Caribe. Omnia [en línea] 2014, 20 (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 23 de mayo de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73737091009>> ISSN 1315-8856 Manejo de residuos sólidos en América Latina y el Caribe

SENA (2014), Sena (2014), Modos y medios de transporte. Tecnología en logística de transporte.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Motivadores endógenos y exógenos para la creación de empresas: el caso de UPB Bucaramanga y Medellín.

Vélez-Zapata, Claudia Patricia¹; Gómez-Zuluaga, María Eugenia²; Reyes-Rodríguez, Juan Felipe³; Rueda-Barrios, Gladys Elena⁴; Villarraga-Plaza, Alejandro⁵; Delgado-Rodríguez, Leidy Katherine⁶; Mesa-Múnera, María Camila⁷

¹ Profesora Titular, Grupo de Estudios Empresariales, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, e-mail: claudiap.velez@upb.edu.co

² Profesora Titular, Grupo de Estudios Empresariales, Centro de Desarrollo Empresarial, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, maria.gomez@upb.edu.co

³ Profesor Asociado, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: juanf.reyes@upb.edu.co

⁴ Profesora Asociada, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: gladys.rueda@upb.edu.co

⁵ Profesor Asociado, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: alejandrovillarraga@upb.edu.co

⁶ Estudiante, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: leidy.delgado.2017@upb.edu.co

⁷ Estudiante, Facultad de Ingeniería Administrativa, Escuela Ingenierías, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, e-mail: maria.mesam@upb.edu.co

Resumen— En el marco del emprendimiento, la creación de empresas representa un área sustancial de estudio debido a su vinculación directa con el desarrollo económico de un país. La investigación orientada a estudiar los determinantes de la intención de creación de empresas se ha basado fundamentalmente en la Teoría del Comportamiento Planeado y bajo diseños metodológicos guiados por un paradigma cuantitativo. La teoría plantea que las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido son determinantes de la intención de creación de empresas. La literatura ha planteado ir más allá del estudio de la influencia de dichos determinantes en individuos que tienen la intención de creación de empresas y orientarse en el conocimiento de los determinantes reales en individuos que han creado empresas en sí.

Particularmente, esta investigación se enfoca en explorar los impulsores de la creación de empresas, bajo un paradigma cualitativo, apoyados en una entrevista semiestructurada aplicada a tres perfiles de informantes en las ciudades de Bucaramanga y Medellín: estudiantes o egresados con empresa, estudiantes o egresados en proceso de acompañamiento por parte de Centros o Unidades de emprendimiento de la Universidad Pontificia Bolivariana y expertos del ecosistema

emprendedor en estas ciudades. Los resultados muestran que hay dos grandes motivadores: endógenos y exógenos. Los motivadores endógenos comprenden competencias axiológicas y pragmáticas del individuo, en tanto que los motivadores exógenos involucran aspectos de dos ecosistemas emprendedores: a nivel micro y a nivel macro.

Palabras clave— Creación de empresas, estudiantes universitarios, motivadores, munificencia emprendedora percibida.

Abstract — *New business creation has become a relevant research topic as it is associated to the economic development of any country. Research on the determinants of entrepreneurial intentions is mainly based on the Theory of Planned Behaviour and follows predominantly quantitative approaches. The theory posits that attitudes toward entrepreneurship, subjective norms and perceived behavioural control determine entrepreneurial intentions and, ultimately, entrepreneurial behaviour. Literature calls for researching beyond the influence of such determinants among individuals with mere intentions to start a business. Instead, it is necessary to understand the real drivers of entrepreneurial intentions and behaviour among individuals that have actually started a business.*

Particularly, this research focuses on the exploration of such drivers following a qualitative approach based on semi-structured interviews applied on three profiles of informants based in Bucaramanga and Medellín: (i) students and alumni owning a stablished business; (ii) students and alumni in the process of creating a business receiving counselling from a business development centre or an entrepreneurship unit at Universidad Pontificia Bolivariana; and (iii) experts from the entrepreneurial ecosystems in the respective regions. Results show that there are two main motivators for business creation: endogenous and exogenous motivators. Endogenous motivators comprise axiological and pragmatic competencies, whereas exogenous motivators involve aspects from two entrepreneurial ecosystems: at macro and micro level, respectively.

Keywords— Entrepreneurial Motives, New Ventures, University Students, Perceived Entrepreneurial Munificence.

1. Introducción

Emprender significa acometer hacia un fin, que en la mayoría de los casos se ha asociado con la creación de nuevos negocios. El emprendimiento agrupa, entre otros, aquellas cualidades, destrezas, competencias, capacidades, relaciones e iniciativas necesarias para el logro de una determinada meta. A su vez, la creación de empresa está promovida por motivadores que se encuentran en el entorno del individuo, y propios del individuo o subjetivos que estimulan tanto la intención de emprender como la acción emprendedora en sí. Diversos estudios se han dedicado a establecer los motivadores que intervienen en el comportamiento asociado a la intención

empresadora (Marulanda & Morales, 2017). Sin embargo, el contexto geográfico del emprendedor puede contar como elemento de variación en las particularidades de los motivadores de la creación de empresas (Liñán, Urbano, & Guerrero, 2011).

El presente trabajo explora a partir de la entrevista semiestructura como técnica cualitativa, las variables motivadoras que han influido en la creación de empresa desde la perspectiva de emprendedores establecidos, emprendedores en proceso de acompañamiento, y expertos en el ecosistema emprendedor. El estudio contempla el análisis en torno a la creación de empresas en dos ciudades de Colombia: Medellín y Bucaramanga. En Colombia, el fenómeno de creación de empresas ha venido dinamizándose a lo largo de los últimos años, generado percepciones favorables en comparación con economías similares (Gómez Núñez et al., 2018). Esto ha redundado en el establecimiento de redes y ecosistemas de emprendimiento a nivel regional que buscan fomentar y sostener la actividad empresarial en el país. En este sentido, el estudio aborda los siguientes interrogantes: i) ¿cuáles son los motivadores exógenos y endógenos que han incitado a la creación de empresas?, ii) ¿cómo ha influido el ecosistema en el emprendimiento? y, iii) ¿qué acciones deben implementar los actores que intervienen en el ecosistema del emprendimiento para favorecer la actividad emprendedora?

El artículo parte de la revisión de estudios sobre el comportamiento emprendedor y la identificación teórica de los factores motivadores endógenos y exógenos. Posteriormente, se presentan los aspectos metodológicos del estudio, en el que se describe el perfil de los sujetos que participaron en las entrevistas y las categorías de análisis. Finalmente, se describen los resultados, la discusión de los mismos y la presentación de conclusiones y recomendaciones a partir del análisis.

2. Objetivos

a. Objetivo general

Comprender los impulsores de la creación de empresas desde la perspectiva emprendedores establecidos, en proceso de creación de empresa, y de expertos del ecosistema a fin de mejorar los

procesos de acompañamiento, formación y aprovechamiento de las bondades del ecosistema de emprendimiento.

2.2. Objetivos específicos

- ✓ Caracterizar las dimensiones exógenas y endógenas que han incitado la creación de empresas.
- ✓ Evidenciar la generosidad del ecosistema emprendedor para la creación de empresas.
- ✓ Plantear sugerencias para fortalecer el papel de los diferentes agentes del ecosistema de emprendimiento.

3. Estado del Arte

Comportamiento emprendedor

Las empresas son el sustento de la economía, de ahí que exista el interés por el emprendimiento. Colombia se rige por la Política Nacional de Emprendimiento que mediante la aplicación de la Ley 1014 de 2016 fomenta la cultura del emprendimiento. El principal comportamiento esperado es la creación de un nuevo negocio o empresa (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000) a fin de impulsar el desarrollo económico de un país, entre otros, el PIB, la tasa de empleo, el nivel de innovación, el valor social y económico y la calidad de vida.

El hecho de identificar una oportunidad de mercado y tener una idea de producto o servicio para ofrecer, no hace de la persona un empresario, pero podría ser un empresario potencial que continuando con la materialización de la idea llegaría a ser un empresario intencional (Varela, Moreno, & Bedoya, 2015) La intención es el comportamiento previo a la decisión mediado por tres antecedentes cognitivos (la actitud hacia la creación de empresas, las creencias sobre las actitudes y valoraciones de los demás que influirían en la decisión y las percepciones sobre las propias capacidades necesarias para emprender) de acuerdo a la teoría del comportamiento planeado

(Ajzen, 1991), ampliamente utilizada como soporte analítico y herramienta metodológica en el estudio de la intención empresarial (Kautonen, van Gelderen, & Tornikoski, 2013).

La intención de crear una empresa es distinta a la acción de crearla, puesto que, la creación de empresas implica una serie de etapas fundamentales y circulares que incluyen la motivación, atada a elementos endógenos y exógenos (Quevedo Monjarás, Izar Landeta, & Romo Rojas, 2010), la situación, relacionada con la oportunidad, la decisión y análisis, la búsqueda de recursos y operatividad y, una vez establecida la empresa, la expansión orientada a su crecimiento (Varela, 2008; Varela & Soler, 2015).

Motivación para la creación de empresas

La comprensión del proceso empresarial conlleva a cuestionarse por impulsores propios del individuo que emprende y por su entorno social, político y cultural. Dicho en otros términos, implica el estudio de la motivación como un aspecto multidimensional que abarca elementos endógenos y exógenos (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2017).

La motivación endógena se relaciona con los elementos personales que mueven hacia el logro de un objetivo, los aspectos que impulsan la voluntad individual. La motivación personal está guiada por los componentes axiológicos y prácticos y la necesidad de poder, afiliación y de logro (Mansfield, McClelland, Spencer, & Santiago, 1987). Para el emprendedor la necesidad de logro (UNCTAD, 2009) orienta su proyecto empresarial, de ahí que constantemente se vea obligado y retado a la búsqueda de oportunidades, el cumplimiento, seguimiento y control de metas, entre otros.

La motivación exógena se relaciona con los factores que son poco y no controlables por el emprendedor y que conforman su entorno. En el ámbito de la creación de empresas se acuña el concepto de ecosistema emprendedor (Moore, 1999); se entiende que la empresa como ente social no se crea en el vacío, quien emprende no está sólo, sino que se interrelaciona con sus distintos grupos de interés a fin de mantener un ambiente sostenible para su desarrollo.

Mason y Brown (2014), conciben el ecosistema como un conjunto de actores interconectados en el que el emprendedor, sea este potencial o existente, es uno de estos actores. Además, se encuentran organizaciones empresariales, instituciones privadas y públicas y estándares empresariales, como, por ejemplo, la tasa de nueva actividad empresarial –TEA- y la tasa de cierre de empresas, propuestos por el GEM, la discontinuidad empresarial (Varela et al., 2015) o indicadores socioeconómicos como el PIB, empleo o la innovación. Todo esto fluctúa, formal e informalmente, para conectar, mediar y gobernar el desempeño en el entorno empresarial local (Mason & Brown, 2014).

Establecido el ecosistema para el emprendimiento el asunto gira en torno al impacto que este tiene sobre la decisión y el éxito empresarial. Siguiendo a Isenberg, el ecosistema de emprendimiento está compuesto por seis dominios, a saber, políticas públicas, fuentes de financiamiento y asesoramiento, cultura, capital humano disponible y la madurez de consumidores y compradores hacia el producto, servicio y propuesta de valor (2010; 2011). Cada uno de estos dominios ofrecerá distintos recursos, mecanismos, programas, estrategias y acciones direccionadas a soportar, impulsar y mantener las iniciativas y decisiones emprendedoras. La cantidad disponible, las posibilidades de aprovechamiento de la oferta del ecosistema, su grado de madurez y su eficiente impacto determinan la generosidad del ecosistema para los emprendedores (Tang, 2008) y al mismo tiempo es crítico para la consecución del triunfo empresarial (Gnyawali & Fogel, 1994)

4. Metodología

Dados que el objetivo principal de la investigación es comprender cómo se caracterizan los motivadores de la actividad emprendedora, se acogió un diseño metodológico de enfoque cualitativo (Denzin & Lincoln, 2005) La revisión de la literatura permite la identificación de elementos conceptuales fundamentales que brindan un marco teórico con temáticas útiles que guiaron el trabajo empírico.

Una selección teórica y analítica se realizó con base en la identificación de perfiles de informantes típicos-ideales a fin de observar el fenómeno de interés de manera transparente. Los sujetos participantes de la investigación como casos típicos-ideales seleccionados (Goetz & LeCompte, 1988) fueron empresarios establecidos (siguiendo la definición del GEM), emprendedores en proceso de acompañamiento por parte de centros o unidades de emprendimiento de la universidad y expertos del ecosistema de emprendimiento. Los sujetos forman parte de la comunidad académica de la Universidad Pontificia Bolivariana, particularmente de las sedes de Medellín y Bucaramanga. Para el caso de los emprendedores y empresarios, éstos correspondieron a estudiantes y egresados de la institución. La selección de sujetos informantes se realizó indistinta al programa académico, tiempo de creación de la empresa y año de ingreso y graduación. La tabla 1 presenta una distribución de los sujetos informantes participantes en el estudio.

Tabla 1. Distribución de sujetos informantes.

| Ciudad | Perfil | Etiquetas Informantes |
|-------------|--|--|
| Medellín | Empresario establecido (2) | EMPMDE1, EMPMDE2 |
| | Emprendedor en proceso de acompañamiento (4) | ESTNACOMPMDE1, ESTNACOMPMDE2, ESTNACOMPMDE3, ESTNACOMPMDE4 |
| | Experto del ecosistema (2) | EXPMED1, EXPMED2 |
| Bucaramanga | Empresario establecido (2) | EMPBGA1, EMPBGA2 |
| | Emprendedor en proceso de acompañamiento (3) | ESTNACOMPBGA1, ESTNACOMPBGA2 |
| | Experto del ecosistema (1) | EXPBGA1 |

Fuente: Elaboración propia.

Los datos recolectados se basaron en fuentes primarias, que comprende la realización de 14 entrevistas semi-estructuradas a profundidad, de ellas ocho en la ciudad de Medellín y seis en Bucaramanga. Las entrevistas fueron grabadas en formato audio y se contó con el consentimiento informado por parte de los entrevistados así como también se garantizó la confidencialidad de la

información suministrada al declarar la no divulgación de nombres específico de los informantes ni de empresas o proyectos de emprendimiento. Los perfiles seleccionados fueron previamente establecidos por los investigadores a fin de lograr, conjuntamente con la revisión teórica y las evidencias de las entrevistas, la triangulación de datos y así una perspectiva multidimensional del fenómeno que se observa (Thurmond, 2001).

Una vez las entrevistas se transcribieron, el análisis de las mismas se realizó partiendo de la reducción de los datos mediante la codificación, agregación y ordenación (Goetz & LeCompte, 1988). Se definieron dos categorías deductivas -motivación endógena y exógena- que permitirían alimentar la motivación para la creación de empresas como categoría agregada (Morse, 2003). El sistema de categorías se presenta en la tabla 2.

Tabla 2. Sistema de categorías.

| | | | |
|--|--|-------------|----------------------------|
| | | pragmáticas | |
| | | • Políticas | • Empresarios establecidos |

Fuente: Elaboración propia.

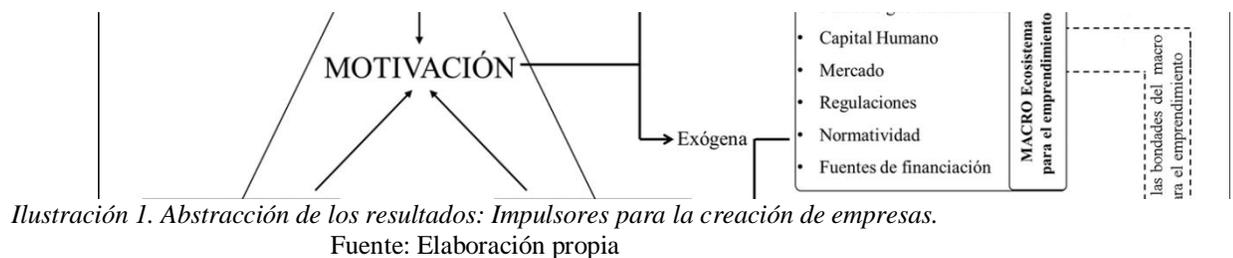
5. Resultados

Para una mejor interpretación de la información obtenida a través de las entrevistas se presenta una caracterización de los de informantes con perfil empresario establecido, describiendo algunas características demográficas, sobre su empresa y el rol que desempeña en ella.

Como características de los empresarios establecidos; respecto al género el 75% de ellos son hombres frente a un 25% de mujeres empresarias. Respecto al vínculo con la Universidad todos los empresarios son ya egresados, excepto uno de ellos que actualmente es estudiante de Maestría, los estudios que han o están tomando son en ingenierías o en postgrados del área administrativa.

Haciendo referencia a las empresas creadas por los empresarios establecidos, éstas presentan diversos años de fundación desde 15 años la más antigua, hasta 2 años la más reciente; sin embargo, todas se encuentran debidamente formalizadas y el número mínimo de personas que emplean es 2 y el máximo es 14. Todos los informantes fueron fundadores y se desempeñan actualmente en la gerencia, excepto una de ellas que funge como directora de mercadeo y el 100% de ellos recibe un salario por su labor.

Para este estudio se planteó un amplio interrogante relacionado con la comprensión de las dimensiones impulsoras de la creación de empresas en egresados y estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana en dos ciudades de Colombia, Bucaramanga y Medellín. Mediante el análisis de las entrevistas a los tres perfiles de informantes antes descritos se caracteriza la motivación como la categoría agregada analizada (Morse, 2003); conformada, por motivaciones endógenas y exógenas sintetizada en la siguiente ilustración:



Tanto los motivadores endógenos como exógenos exhibidos en la anterior abstracción se desagregan respectivamente en diferentes aspectos que seguidamente se caracterizan.

Motivadores endógenos en la creación de empresas

El estudio de la motivación comprende el conjunto de factores internos o externos que determinan las acciones de una persona (Locke & Latham, 2004). En ese sentido, la motivación encierra la activación de la conducta y el comportamiento de una persona hacia el logro de un objetivo o propósito que tendrá implícitos elementos vinculados con la personalidad, anhelos e ideales de vida en coordinación con su entorno social y cultural. En ese orden, los ideales de vida se rigen por las competencias axiológicas de cara a la creación de empresas; aspectos como la

terquedad, la valentía, la pasión, la adaptabilidad, el egocentrismo, la persistencia, la voluntad, “vibrar en la frecuencia del emprendimiento” (ESTNACOMPBG4) impulsan y afirman la decisión, esto lo vemos reflejado en expresiones como:

“[...] Valentía de asumir los riesgos, creer en lo que uno tiene y proyectarlo para hacerlo real (EMPBG2)”.

“Formar tu carácter, tu mente, decir yo sí puedo, la gente ve esto en ti (ESTNACOMPBG4)”.

“Siempre fui una persona muy terca en lo que quería. Me empeñaba en hacerlo, o sea yo no estaba contento hasta que no lo hacía. Cuando estaba haciendo la práctica universitaria tuve un jefe, le empecé a mostrar las cosas que yo quería hacer y él me dijo: “deje la pendejada y póngase más bien a trabajar que hay mucho que hacer”. Lo que me quería decir era: deje de imaginar y siga el formato y eso a mí me dio mucha rabia (EMPMDE3)”

Las competencias axiológicas gobiernan las competencias pragmáticas orientadas a mantener el impulso inicial, la energía vital y las determinaciones sobre los quehaceres necesarios para continuar a pesar de los retos y limitantes propios del proceso. Estas declaraciones así lo evidencian:

“Planificación, es decir, desarrollar todo el PHVA para así planificar y controlar todo para así cumplir con mis sueños (EMPBG1)”.

“El emprendedor está en una constante búsqueda y por lo tanto debe tener otra característica y es la de observación y el olfato del negocio (EXPBG1)”.

“[...] no se trata de tener iniciativa, sino de tener “acabativa”. Yo tengo esta idea (silencio), pero mírala aquí materializada. Tengo problemas, sí, pero vos los vas resolviendo (EMPMDE4).”

Prácticas como la planificación, la comprensión del ensayo-error, la mejora continua, la identificación de oportunidades y el sentido común enfocado en la introducción, crecimiento y madurez (GEM) de la empresa reflejan la fórmula actitud + acción = resultados concretos, es decir, empresa compitiendo en el mercado.

Motivadores exógenos en la creación de empresas

Los factores exógenos incluyen aspectos que estimulan la motivación afectando la dirección, la intensidad y permanencia de la acción (Locke & Latham, 2004) . El entorno hace parte de los componentes externos de la creación de empresas e incluye todos aquellos que afectan directamente la operación y sobre los cuales la empresa tiene poca o nula injerencia (Paturel, 1997 citado por (Marulanda Valencia, Montoya Restrepo, & Vélez Restrepo, 2014). Particularmente, las evidencias muestran que factores como las políticas gubernamentales, las regulaciones, la normatividad y las fuentes de financiación han incidido en la decisión de crear un negocio y se perciben como parte fundamental para la sostenibilidad y crecimiento, así lo manifiestan dos de los empresarios entrevistados:

“En general, el hábitat natural en el que se puede desarrollar tu empresa, emprendedores, instituciones, procesos [...] (EMPMED4)”

“[...] las entidades financieras ya que todo se mueve desde el dinero y debe haber un apoyo de sostenimiento económico grande para poder mantener una empresa en pie y otro tipo de entidades sería las gubernamentales como por ejemplo fondo de emprender que promueve la planificación y formalización de proyectos productivos (EMPBGAI)”

Estos cuatro elementos aunados al capital humano, *“el talento humano competente que rodea a la empresa (EXPMED3)* y el mercado como un actor que valida la propuesta de valor, los servicios y productos que se ofrecen, la viabilidad y permanencia de la empresa. Es decir, *“el consumidor te muestra el comportamiento de compra e indican, si se está bien o no para crear la empresa (EMPMDE2)*, equivalen a los dominios del ecosistema señalados por (Isenberg, 2010).

Además de lo anterior evidenciamos un séptimo elemento, el capital relacional del emprendedor, el cual le pertenece al sujeto o sujetos que emprenden. La interacción cultivada en diferentes niveles de relación social opera como un puente o atajo para abreviar el camino y acceso a la generosidad del ecosistema, dicho esto en términos de Cowden y Tang (2017), a la munificencia emprendedora.

Se lee por ejemplo en expresiones como esta

“[...] pienso por ejemplo que no es igual si tú eres hijo de una persona influyente de este país a si eres una persona hija de un colombiano de a pie, la persona que tiene más influencia en este país va a tener las puertas más fáciles de abrir que alguien que no, entonces, el círculo social y la sociedad como tal de la que tu vienes tiene mucho que ver a la hora de conseguir las cosas de una forma más sencilla (EMPBGA2)”, que aspectos ligados a las relaciones familiares, los amigos de los amigos, los compañeros de la universidad, el buen nombre y confianza, las recomendaciones y el respaldo de personas socialmente influyentes facilitan la interacción con el ecosistema emprendedor.

6. Conclusiones

La literatura ha planteado ir más allá del estudio de la influencia de los determinantes en individuos como son las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido que tienen la intención de creación de empresas y orientarse en el conocimiento de los determinantes reales en individuos que han creado empresas en sí.

Los resultados muestran que hay dos grandes motivadores: endógenos y exógenos. Los motivadores endógenos comprenden competencias axiológicas y pragmáticas del individuo, en tanto que los motivadores exógenos involucran aspectos de dos ecosistemas emprendedores: a nivel micro y a nivel macro.

Entre las características de la dimensión endógena se encontró que las prácticas como la planificación, la comprensión del ensayo-error, la mejora continua, la identificación de oportunidades y el sentido común enfocado en la introducción, crecimiento y madurez de la empresa reflejan la fórmula: actitud más acción igual a resultados concretos, es decir, una empresa compitiendo en el mercado no siempre exitosa. De otra parte, las características de la dimensión exógena se evidencia factores como las políticas gubernamentales, las regulaciones, la normatividad, las fuentes de financiación, el capital humano, el capital relacional del emprendedor y el mercado, este último quien da validación y sostenimiento a la empresa.

Se logró evidenciar la generosidad del ecosistema emprendedor para la creación de empresas en la medida que se exponen claramente las dimensiones exógenas en particular la capacidad de construir capital relacional o de heredarlo.

La política nacional, regulaciones, normatividad fuentes de financiación deben estar en armonía con los planes locales de desarrollo y emprender el debido seguimiento para ajustarlo a los tradicionales y a nuevos mercados. Se hace necesario emprender acciones para promover el capital relacional de los emprendedores desarrollando el trabajo en red con entidades nacionales e internacionales. Estas deben estar promovidas desde el más alto nivel.

7. Referencias Bibliográficas

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Cowden, B. J., & Tang, J. (2017). Gender differences and entrepreneurial munificence: The pursuit of innovative new ventures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(01), 1750002. <https://doi.org/10.1142/S1084946717500029>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *SAGE Handbook of Qualitative Research. The SAGE Handbook of qualitative Research*. SAGE Publications.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 43–62. <https://doi.org/10.1177/104225879401800403>
- Goetz, J. P., & LeCompte, M. D. (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Ediciones Morata.
- Gómez Núñez, L., López Gómez, S., Hernández Vargas, N., Galvis Maldonado, M., Parra Bernal, L. D., Matiz Bula, F. J., ... Arias, A. (2018). GEM Colombia: estudio de la actividad empresarial en 2017. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.
- Isenberg, D. (2010). Revolution How To Start an Entrepreneurial. *Harvard Business Review*. <https://doi.org/10.1353/abr.2012.0147>
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>

- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2004). What Should we do About Motivation Theory? Six Recommendations for the Twenty-First Century. *Academy of Management Review*, 29(3), 388–403. <https://doi.org/10.5465/amr.2004.13670974>
- Mansfield, R., McClelland, D., Spencer, J., & Santiago, J. (1987). *The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries*. Final report. McBer and Company. Massachusetts.
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 36(79), 204–236. <https://doi.org/10.14482/pege.36.5571>
- Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2017). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN*, (81), 12. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs On*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Moore, J. F. (1999). *The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems*. Wiley.
- Morse, J. M. (2003). Emerger de los datos. In J. M. Morse (Ed.), *Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa* (pp. 29–55). Medellín: Universidad de Antioquia.
- Quevedo Monjarás, L. M., Izar Landeta, J. M., & Romo Rojas, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46).
- Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(3), 128–151. <https://doi.org/10.1108/13552550810874664>
- Thurmond, V. A. (2001). The Point of Triangulation. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(3), 253–258. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2001.00253.x>
- UNCTAD. (2009). *Naciones Unidas UNCTAD: Programa Empretec Guía del empresario*.
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Pearson.
- Varela, R., Moreno, J., & Bedoya, M. (2015). GEM Colombia 2006-2013. *Universidad Icesi*.
- Varela, R., & Soler, J. D. (2015). La tubería empresarial aplicada a algunos países del Caribe. *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*, 4, 174–200.

Modelos Organizacionales como Alternativa para el Desarrollo Sostenible de las Comunidades Rurales de la Amazonia Colombiana

Garrido Hurtado, Dora Lilia¹, Valderrama Cardona, Enna Alexandra², Forero Mendoza Alexandra³

¹Docente Universidad de la Amazonia, Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación CIFRA, -mail

²Docente Universidad de la Amazonia, Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación CIFRA, en.valderrama@udla.edu.co

³Docente Universidad de la Amazonia, Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación CIFRA, a.forero@udla.edu.co

Resumen El objetivo de la presente investigación es determinar los modelos organizacionales rurales en el desarrollo de ecosistemas empresariales sostenibles en la región natural de la Amazonia colombiana específicamente en la vereda Peregrinos del Municipio de Solano Caquetá., utilizando una metodología descriptiva con un enfoque mixto, para lo cual se diseñará y aplicará una encuesta a la comunidad focalizada para recoger información que permita evaluar los modelos organizaciones y de esta manera detectar las deficiencias que tiene las comunidades rurales, permitiendo evidenciar cuál será el modelo que más se ajuste a las necesidades y potencialidades del territorio. Estos hallazgos serán fundamentales para el planteamiento de estrategias de liderazgo comunitario en la construcción de políticas de emprendimiento sostenible desde los enfoque diferenciales.

Palabras Clave: Modelos organizaciones rurales, desarrollo sostenible, liderazgo comunitario, emprendimiento sostenible.

Abstract— The objective of the present investigation is to determine the rural organizational models in the development of sustainable business ecosystems in the natural region of the Colombian Amazon, specifically in the path Peregrinos del Municipio de Solano Caquetá., Using a descriptive methodology with a mixed approach, which will be designed and applied a survey to the community focused to collect information that allows to evaluate the organizations models and in this way to detect the deficiencies that the rural communities have, allowing to demonstrate which will be the model that best suits the needs and potentialities of the territory . These findings will be fundamental for the approach of community leadership strategies in the construction of sustainable entrepreneurship policies from the differential approaches.

Keywords: Rural organizations models, sustainable development, community leadership, sustainable entrepreneurship.

1. Introducción

Los modelos organizacionales, también llamados estructura organizacional, se definen como los diferentes esquemas que se requieren para organizar una empresa dirigida a cumplir las metas y objetivos propuestos. (Sandoval Rico, 2010) Manifiesta que:

La situación actual de las organizaciones es relevante por las transformaciones que se han dado en las últimas décadas en cuanto a la relación empresa – sociedad - Estado. Transformaciones a las que han dado lugar fenómenos tales como la apertura de mercados, el ajuste del Estado, la flexibilización laboral, la privatización de empresas y la descentralización administrativa. [...]. P.12.

En este sentido, es muy importante que dichos esquemas sean conocidos y aplicadas por las comunidades campesinas conscientes de que estas son un eslabón para promover el desarrollo rural en Colombia, teniendo en cuenta que su participación y organización es un objetivo esencial de las instituciones que promueven un verdadero desarrollo rural en el país. (Toro Ramírez, 2015), manifiesta que:

“Las comunidades rurales en Colombia se estructuran, en general, alrededor de las Juntas de Acción Comunal (JAC), [...] quienes han obtenido para las comunidades rurales en el país importantes beneficios, ya que su conocimiento de la realidad veredal, su empuje y empeño les reconocen grandes logros a lo largo y ancho de la geografía colombiana” p.2.

En Colombia se reconocen los colectivos como los cafeteros, palmeros, cacaojeros y ganaderos como los gremios de mayor poder, sin embargo, en el ámbito regional o local también existen gremios (comunidades rurales) que propenden por el desarrollo y fortalecimiento rural a través de dinámicas generadoras de ingresos para las familias y por ende al mejoramiento de su calidad de vida. Sin embargo, uno de las mayores dificultades que afronta la comunidad rural para generar ingresos es el bajo aprovechamiento de las potencialidades del territorio, dado a la falta de modelos organizacionales para el desarrollo sostenible. Esta situación es reflejo del desconocimiento de

las comunidades rurales sobre el tema, la resistencia y miedo al cambio, además de la inexistencia de líderes capaces de identificar y formular proyectos que apunten al desarrollo rural.

El desarrollo de los procesos organizacionales y la búsqueda de nuevas perspectivas que garanticen una buena gestión (la cual se basa en criterios de calidad, productividad eficiente, eficaz y efectiva, satisfacción, coherencia y congruencia, y compromiso y participación individual y colectiva) han llevado a plantear estrategias o modelos de gestión que intenten asegurar un mejor desarrollo organizacional. (Tejada Zabaleta, 2003, pág. 116).

Con el fin de favorecer acciones de desarrollo participativa que propicien procesos de cambio social en el sector rural de nuestros países, surge la necesidad de utilizar estrategias y modelos de desarrollo que faciliten tanto los procesos de diagnóstico, planificación y formulación de estrategias como una efectiva participación de la comunidad en la toma de decisiones y la priorización de las alternativas de solución de sus necesidades (Loría, Romero , & Mora, 2002).

En este sentido, es pertinente explorar los modelos organizacionales rurales, teniendo en cuenta que éstos son un sistema que permite la identificación de las actividades que conformarán la ruta de cambio, mejoramiento y reconversión hacia las mejores prácticas en la organización. Denison (1991; P. 159) citado por (Pérez Uribe, 2007) afirma que “la cultura de una organización tiene un impacto directo sobre su efectividad y rendimiento. Estrategias, estructuras y su ejecución tienen origen en las convicciones y en los valores de una organización y presentan límites y oportunidades para posibles realizaciones” y que “la efectividad de una organización tiene que estudiarse como un fenómeno cultural que vincula hipótesis y valores compartidos con procedimientos y estrategias gerenciales, a fin de entender la adaptación de una empresa a través del tiempo.”

A ciencia cierta, no existe un modelo ideal, dado que éste depende de la naturaleza del negocio y los desafíos que enfrenta la organización. Por lo tanto, para seleccionar un modelo adecuado es necesario comprender que cada empresa es diferente, y puede adoptar la estructura organizacional que más se acomode a sus prioridades y necesidades. Es a partir de ahí, que surge el objetivo de la presente investigación con el fin de determinar los modelos organizacionales rurales en el desarrollo de ecosistemas empresariales sostenibles en la región natural de la Amazonia colombiana.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar los modelos organizacionales rurales en el desarrollo de ecosistemas empresariales sostenibles en la región natural de la Amazonia colombiana.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar los determinantes en la transferencia de conocimiento a las comunidades rurales que contribuyan al aprovechamiento sostenible de las potencialidades desde la multifuncionalidad territorial.
- Comprender la disponibilidad social en la conformación de estrategias para el desarrollo rural competitivo en razón a la capacidad de resiliencia del territorio.
- Definir estrategias de liderazgo comunitario en la construcción de políticas de emprendimiento sostenible desde los enfoque diferenciales.

3. Estado del Arte

● Modelos Organizaciones Rurales y Ecosistemas Empresariales

Las organizaciones rurales son importantes porque a través de ellas se pueden desarrollar modelos empresariales sostenibles de economía social y solidaria, que contribuyan a dinamizar las economías de sus territorios. Por lo que es necesario dar una idea de lo que es una “organización” y explicar a que se alude cuando se utiliza dicho concepto. En este sentido, una organización es: “un sistema diseñado para alcanza ciertas metas y objetivos, [...], en otras palabras, una organización es el arreglo ordenado de los recursos y funciones que se consideran oportunas para el cumplimiento del objetivo. Esto se refiere al establecimiento de una estructura para la sistematización racional de los recursos por medio de la agrupación de actividades, disposición y jerarquías.” (Economía Simple.net, s.f.).

De otra parte, El fomento del espíritu empresarial como una estrategia de desarrollo económico (Ortmans 2015) ha llevado al concepto de “ecosistema empresarial”. Donde durante los últimos

años han tomado fuerza debido a las fortalezas que tienen para favorecer el desarrollo del espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas; sin embargo, [...] para que un ecosistema empresarial funcione de manera apropiada y útil se requiere de varios factores que confluyan y actúen disciplinadamente como un todo. Hay factores indispensables en el ecosistema que por sí solos no alcanzarían la eficiencia deseable.

- **Transferencia de Conocimiento y Desarrollo Sostenible**

Según lo establecido en la guía para el liderazgo de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) las empresas no pueden prosperar a menos que las personas y el planeta prosperen. En este sentido, el desarrollo sostenible para el caso es entendido como lo menciona (Granados López, Rodríguez Soler, & Vilachá Martínez, 2018, pág. 223):

Un proceso de carácter social, económico, ambiental y cultural que pretende garantizar las necesidades humanas y mejorar la calidad de vida, sin poner en riesgo los ecosistemas actuales, para que las generaciones futuras puedan usarlos. Como afirma Loscertales (1999), el objetivo de este tipo de desarrollo es conseguir un impacto positivo en la población autóctona y un equilibrio ambiental, social y económico; señala que son tan importantes los aspectos culturales y patrimoniales como los medioambientales, es decir, todo aquello que define la personalidad de un área determinada. Por ello, el desarrollo local sostenible ha de ser, en cualquier caso, endógeno e integrador (Boisier, 2016).

- **Disponibilidad Social y Desarrollo Rural Competitivo**

(CEPAL, 2015), establece que la iniciativa del Gobierno Nacional sobre la Misión para la Transformación del Campo (MTC), pretende elaborar “un portafolio robusto y amplio de instrumentos y políticas públicas para el desarrollo del campo colombiano en los próximos 20 años. La MTC se diferencia de otras iniciativas del Gobierno en tanto que contempla una visión integral y de largo plazo donde lo productivo y competitivo van de la mano del bienestar de los pobladores rurales.

El enfoque de la Misión parte del reconocimiento de que la política pública en Colombia ha mantenido un sesgo urbano que ha hecho crecer las brechas urbano-rurales dejando a los habitantes

del campo rezagados en su desarrollo. Por ello, propone el cierre de esas brechas como un elemento esencial de construcción de paz. Tres ideas fuerza son para la MTC principios que deben orientar las políticas de desarrollo rural:

1. La necesidad de fomentar un enfoque territorial participativo, que reconoce una ruralidad diferenciada y a los habitantes rurales como gestores y actores de su propio desarrollo.
2. La concepción del desarrollo como un proceso integral, que busca la inclusión social y productiva de todos los habitantes rurales. Esta visión supera una visión asistencialista al considerarlos como agentes de desarrollo productivo y sujetos de derechos plenos.
3. La necesidad de promover un desarrollo rural competitivo y ambientalmente sostenible basado, ante todo, en la provisión adecuada de bienes públicos que faciliten el desarrollo rural (agropecuario y no agropecuario).

- **Liderazgo Comunitario y Emprendimiento Sostenible**

Con el emprendimiento sostenible se busca que las comunidades rurales vean el emprendimiento como una estrategia para impulsar la generación de empleo, el desarrollo del sector productivo con iniciativas empresariales que contribuyan a la sostenibilidad del territorio y promuevan el equilibrio social, ambiental y económico del territorio, mejorando la calidad de vida. En este sentido, se requiere de líderes comunitarios que por una parte potencialice los recursos existentes en la propia comunidad y, por la otra, se fomente la participación en aquellos procesos y actividades que precisen planificación, al menos haciendo oír su voz o siendo informados.

4. Metodología

Según Aakeer, Kumar, Day (2001), dice que el enfoque de la investigación depende de la naturaleza del estudio que se desee llevar a cabo y nos señala que existen tres tipos de investigación como lo son: La investigación exploratoria, la investigación casual y la investigación descriptiva.

Se ha decidido, que la investigación que se llevará a cabo en este proyecto es de tipo descriptiva dado que este estudio usualmente describe cómo son y cómo se comportan determinados fenómenos. (Hernandez Sampieri, Fernandez, & Baptista Lucio, 2003) Manifiesta

que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. p.23.

Así mismo, el presente trabajo se fundamenta en la investigación con enfoque mixto, donde se busca obtener resultados fiables y útiles que permitan analizar las cualidades de ambos enfoques de investigación (cualitativos y cuantitativos), dicha combinación permite obtener mejores resultados en la investigación, por una parte la investigación cuantitativa da la posibilidad de generalizar resultados y otorga control, réplica y comparación del fenómenos de estudio con otros estudios similares; por su parte la investigación cualitativa proporciona profundidad en la información, dispersión, contextualización, detalles, indagación y experiencias únicas por su cercanía con el entorno

Este tipo de investigación es una metodología que apunta a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Tabla 1: Diseño Metodológico

| Tipo | Descriptiva |
|---------|-------------------|
| Enfoque | Mixto |
| Muestra | No Probabilística |

Fuente: Investigador.

Para lograr el objetivo del estudio propuesto, se requiere abordar las siguientes fases:

Fase I: Contextualización. Se realizará revisión documental y bibliográfica para establecer el estado de la cuestión de los determinantes de transferencia de conocimiento, lo que permitirá conocer más a fondo los modelos organizaciones y determinar cuál se ajusta a las necesidades de la comunidad focalizada.

Fase II: Elaboración y Aplicación de los Instrumentos. Es necesario para el logro de los objetivos específicos del estudio la elaboración de los instrumentos de recolección, de intervención, y de validez y confiabilidad de los mismos. Los instrumentos de recolección será una encuesta escala Likert, entrevista, cartografía social, Observación participativa y No participativa. Posteriormente se aplicará y se realizará la validación respectiva de la información.

Fase III: Análisis e Interpretación de Datos. Según el enfoque dado al estudio para evaluar el grado de asociación entre las variables, para esto, se hará uso de los siguientes métodos de análisis e interpretación de la información que permitirá establecer una discusión con los postulados teóricos:

- **Triangulación de la Información:** se realizará un análisis triangular entre la información primaria recolectada, la información obtenida de la muestra del estudio y las consideraciones del investigador.
- **Sistematización de la Información:** para este apartado, se hará uso del SPSS para la información cuantitativa y del Atlas Ti para la información cualitativa.
- **Estrategias Organizacionales:** Formulación de las estrategias de liderazgo comunitario que posibilite el emprendimiento sostenible desde los enfoques diferenciales.

5. Resultados

A modo de hipótesis se espera confirmar por un lado, la tesis que el proyecto de modelos organizacionales rurales se pueda implementar y ajustar de acuerdo a las necesidades de las comunidades rurales y al potencial del territorio. De otra parte, que existe una disponibilidad social por parte de dicha comunidad en la conformación de estrategias para el desarrollo rural competitivo en razón a la capacidad de resiliencia del territorio. Por ello, la justificación por parte del investigador y lo que se espera finalmente con esta investigación es poder determinar los modelos organizacionales rurales en el desarrollo de ecosistemas empresariales sostenibles en la región natural de la Amazonia colombiana, específicamente en la vereda de Peregrinos de Solano Caquetá.

6. Conclusiones

Actualmente se está desarrollando la primera fase del proyecto la cual consiste en la revisión documental y bibliográfica para establecer el estado de la cuestión de los determinantes de transferencia de conocimiento, lo que permitirá conocer más a fondo los modelos organizacionales y determinar cuál se ajusta a las necesidades de la comunidad focalizada.

7. Referencias Bibliográficas

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F: McGraw Hill.
- Loría, C., Romero, A., & Mora, J. (2002). Un Modelo de Desarrollo Regional Local para la Microrregión de Morales, en Puntarenas, Costa Rica. Sistematización de una Experiencia. En CONDESAN - InfoAndina, *Municipios Rurales y Gestión Local Participativa en Zonas de Montaña* (págs. 232-244). Ecuador: CONDESAN - InfoAndina.
- Morales, M. J. (s.f.). *Ecosistemas de Información: La Organización Empresarial orientada a Servicios*. Obtenido de <https://www.modusoperantic.com:https://www.modusoperantic.com/es/ecosistemas-de-informacion-la-organizacion-empresarial-orientada-a-servicios/>
- Pérez Uribe, R. (2007). Estructura y Cultura Organizacional en la Pyme Colombiana: Análisis en Empresas Bogotanas. *Cuadernos de Administración - Universidad del Valle*, 73-85. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/2154/1/estructura%20y%20cultura%20organizacional.pdf>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 2357-3732. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688/37532>
- Sandoval Rico, G. A. (2010). *Análisis de la Gestión de la Unidad de Recursos Humanos de la Dirección Ejecutiva de Administración Judicial, a la luz de la Teoría de la Responsabilidad Social Empresarial de los STAKEHOLDERS (2008 – 2009)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis393.pdf>
- Tejada Zabaleta, A. (2003). Los Modelos actuales de Gestión en las Organizaciones. Gestión del Talento, Gestión del Conocimiento y Gestión por Competencias. *Psicología desde el Caribe - Universidad del Norte*, 115-133.
- Toro Ramírez, J. (2015). *Fortalecimiento de organizaciones sociales, comunitarias y de productores*. NA: Centros de Investigación, Innovación Social y Transferencia Tecnológica.

Características del intercambio intraregional entre los países de la Alianza del Pacífico

Gómez, Edgar Javier¹; Caraballo, Leonardo²

¹Universidad Santo Tomás Bucaramanga, (grupo de investigación integración y globalización de los negocios, Facultad de negocios internacionales), e-mail: edgar.gomez01@ustabuca.edu.co

²Universidad Santo Tomás Bucaramanga (grupo de Investigación Economía Social y Desarrollo Empresarial, Facultad de Economía), e-mail: leonardo.caraballo@ustabuca.edu.co

Resumen— El presente estudio aborda la dinámica de las exportaciones que realizan entre sí los países de la Alianza del Pacífico para determinar las características del intercambio intraregional. Para ello se calcula para cada país de la alianza, la variación y la participación de las exportaciones destinadas a los demás países de la alianza. Como base de análisis se toma el valor total exportado. Se encuentra que la variación de las exportaciones entre los países de la Alianza del Pacífico desde el año 2012, tiempo en que entró en vigencia, hasta el año 2018 tiende a ser decreciente para casi todos los casos y la participación de los países en las exportaciones intra alianza son muy bajas.

Abstract— The present study addresses the dynamics of exports that the countries of the Pacific Alliance carry out to determine the characteristics of intraregional exchange. For this purpose, the variation and participation of exports destined to the other countries of the alliance is calculated for each country of the alliance. The total value exported is taken as the basis for analysis. It is found that the variation of exports between the countries of the Pacific Alliance since 2012, when it entered into force, until 2018 tends to be decreasing for almost all cases and the participation of countries in exports intra alliance are very low.

Palabras clave— Alianza de Pacífico, Intercambio intrarregional, Comercio intrarregional en la Alianza del Pacífico.

Keywords Pacific Alliance, intraregional exchange, intraregional trade in the Pacific Alliance

1. Introducción

La Alianza del Pacífico- AP, integrado por Chile, Colombia, Perú y México, se enmarca dentro de un nuevo concepto de regionalismo abierto y profundo; abierto por que respeta los enfoques de apertura económica de cada uno de los países miembros y respeta los múltiples tratados de libre comercio que tienen firmados cada uno con otros países, así como los marcos de la globalización; y profundo ya que integra elementos comerciales, sociales, de desarrollo, de

complementariedad productiva, libre circulación de bienes, capitales, servicios y personas; se constituye como una Zona de Libre Comercio donde se desgrava completamente el 92% de las mercancías que se comercializan entre los países miembros. Se destaca también que uno de los propósitos de la Alianza del Pacífico en materia productiva y comercial es actuar como bloque hacia la inserción competitiva en los mercados asiáticos.

Los países integrantes de la Alianza tienen múltiples similitudes, modelos de desarrollo similares, modelos económicos enfocados a aumentar el nivel de internacionalización de sus economías mediante la firma de tratados de libre comercio, cada vez menos proteccionismo interno a sus esquemas productivos, balanceos institucionales medios que les permite relaciones con todos los países.

Pero los países de la Alianza ante este conjunto de posibilidades no tienen fortalezas en sus dinámicas comerciales intrarregionales, que realmente les permita actuar como bloque económico fortalecido y que facilite encadenamientos productivos fuertes para poder insertarse en cadenas globales de valor altamente competitividad, muchas de ellas lideradas por países asiáticos, como pretende la Alianza.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Analizar las características del intercambio comercial intraregional entre los países de la Alianza del Pacífico.

2.2. Objetivos específicos

Establecer la participación de cada país de la Alianza del Pacífico en las exportaciones que realizan entre sí.

Determinar el índice de intercambio intraregional a partir de las exportaciones que realizan entre sí los países de la Alianza del Pacífico.

3. Estado del Arte

La Alianza del Pacífico es un acuerdo de integración entre Colombia, Chile, Perú y México que se concreta desde el año 2012 mediante la firma de un acuerdo macro en la denominada Declaración de Paranal, Chile. Los cuatro países tenían elementos comunes en sus políticas económicas como apertura económica y realización de tratados de libre comercio y promulgar por un regionalismo abierto, así como modelos de desarrollo similares. (Oyarzún y Rojas 2013).

Para lograr uno de los propósitos fundamentales del establecimiento de la Alianza del Pacífico que es ingresar con alta competitividad a los mercados asiáticos, es importante que se fortalezcan los flujos comerciales entre sí para buscar encadenamientos productivos profundos y fuertes alianzas estratégicas intraindustriales que permita llegar en bloque al propósito final que es la búsqueda de mercados en Asia Pacífico. El acuerdo de integración de la Alianza del Pacífico tiene múltiples alcances dentro de un enfoque de integración profunda, uno de los principales propósitos es la inserción de la economía de los 4 países a cadenas globales de valor, actuando como bloque económico, por eso el enfoque es hacia la proyección a los mercados asiáticos que lideran muchas de estas cadenas.

Aunque se trata de un acuerdo de integración profunda porque incluye diversos aspectos, y previamente a la consolidación de la AP ya existían acuerdos comerciales entre estos cuatro países, las dinámicas comerciales entre sí, son bajas representadas en los volúmenes de exportaciones y de inversión extranjera que realizan entre sí los cuatro países. Un estudio realizado por Hernández y Muñoz (2015) mostraba que el total del comercio intrarregional entre los países de la Alianza del Pacífico correspondía máximo al 4% dentro de un periodo de análisis entre 2002 – 2012.

Según Hernández y Muñoz (2015) y el hecho de que el comercio intraindustrial entre los países de la Alianza del Pacífico sea bajo se debe por una parte a que sus economías no son complementarias y más bien se presenta rivalidad, y por otra a que las exportaciones de cada país tienen alta concentración en el caso de Colombia y México a Estados Unidos y de Chile y Perú a China y a países asiáticos. Márquez (2015) enfatiza en la necesidad de buscar estrategias para incrementar el comercio intrarregional entre los miembros de la AP ya que la tendencia es a la disminución del comercio entre sí de estos países aun a pesar de que existen mecanismos para liberalizar la circulación de mercancías.

Montoya, González y Duarte (2016), realizaron un estudio sobre la situación de Colombia frente a los otros países de la Alianza del Pacífico y concluyeron que la posición de Colombia no es completamente favorable especialmente con Chile y México que tienen dinámicas de comercio exterior más crecientes; además Colombia presenta una balanza comercial negativa con los demás países de la Alianza y la tendencia es a seguir en déficit. Otro hecho que destacan es la diferencia en el nivel de diversificación de mercados que presentan los países de la Alianza que es más bajo para Colombia.

En otro sentido, el estudio del comercio intraindustrial dentro de las nuevas teorías del comercio internacional trata de explicar el hecho de las exportaciones e importaciones que realizan los países dentro de una misma actividad económica. Según Brakman, Garretsen y Van Marrewijk (2009), el comercio intraindustrial se puede dar en dos sentidos, horizontal cuando se realiza entre industrias similares y con el mismo nivel de procesamiento o intensidad tecnológica y vertical cuando está dentro de la misma actividad industrial pero con distinto nivel de procesamiento. Sotomayor (2009) explica que las diferencias en sentido vertical y horizontal se debe principalmente a aspectos tecnológicos y de calidad.

El comercio intrarregional es aquel que se presenta entre dos economías que corresponden a una región que puede corresponder a una circunscripción geográfica dada por su proximidad o una región definida a través de acuerdos de integración económica. En el comercio intrarregional

puede presentarse comercio intraindustrial e interindustrial; el primero se refiere a importaciones y exportaciones entre actividades industriales similares y el segundo a actividades industriales completamente diferentes. (Roldan, Castro y Eusse, 2013)

4. Metodología

El estudio tiene un enfoque cuantitativo para determinar la dinámica del intercambio del comercio intraregional entre los países de la Alianza del Pacífico. Para ello se hace el cálculo de la variación de las exportaciones totales al mundo de cada país de la AP entre los años 2012 – 2018 y de las exportaciones a los demás países de la alianza y se comparan dichos comportamientos.

Se calcula también la participación de las exportaciones de cada país de la Alianza sobre las exportaciones totales que realiza cada país y se suma el total destinado a los demás países de la AP y se hace un cálculo de la variación entre los años 2012, tiempo en que entró en vigencia la Alianza y el 2018.

Además se hace un cálculo del índice del comercio intraregional de las exportaciones de la AP, sumando el total de las exportaciones de cada uno de los 4 países a todo el mundo y dividiendo por el valor que cada país exporta a los demás países de la AP.

Se toma como fuente de datos los reportes de Trade map y para todos los países se toman las exportaciones totales en miles de dólares FOB.

5. Resultados

a. Características de las exportaciones de Chile a los demás países de la AP.

Las exportaciones de Chile entre los años 2012 – 2018 presentaron un leve decrecimiento de 3,3% y en el mismo sentido las exportaciones dirigidas a los demás países miembros de la Alianza del Pacífico también presentaron disminuciones. Para el caso de las exportaciones a Perú,

aunque disminuyeron levemente están por encima de la fluctuación de las exportaciones totales de Chile; para México el comportamiento en el tiempo señalado es muy similar al de las exportaciones a todo destino. En general el comportamiento de las exportaciones de Chile a los demás países de la AP presentó una disminución superior al comportamiento de las exportaciones totales, marcado principalmente por la disminución de las exportaciones a Colombia, lo que indica que la dinámica de intercambio con los países de la alianza tiende a disminuir y que la entrada en vigencia de la AP no ha llevado a un incremento de las exportaciones de Chile a los países de la alianza.

Tabla 1. Exportaciones de Chile a los países de la Alianza del Pacífico

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------|
| Mundo | 78062995 | 76769729 | 75083497 | 62033060 | 60732633 | 69229257 | 75481714 | -3,3% |
| Perú | 1770688 | 1846945 | 1853052 | 1615906 | 1549502 | 1765988 | 1732156 | -2,2% |
| México | 1341619 | 1314432 | 1302105 | 1342002 | 1206496 | 1172227 | 1294756 | -3,5% |
| Colombia | 910789 | 865934 | 902438 | 784829 | 742364 | 702288 | 722124 | -20,7% |
| Total AP | 4023096 | 4027311 | 4057595 | 3742737 | 3498362 | 3640503 | 3749036 | -6,8% |

Elaboración propia. Fuente de datos: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Trade map. (<https://www.trademap.org>)

Respecto a la participación de las exportaciones que realiza Chile a los demás integrantes de la AP, se aprecia que individualmente no superan el 3%, en ninguno de los años entre 2012 – 2018, en todos los casos las participaciones son bajas. Al hacer la suma de las exportaciones de Chile a los otros tres países de la alianza, alcanzan el máximo valor en el año 2015, del 6%; y la variación de la participación en el tiempo de análisis disminuyó. Esto indica que las exportaciones de Chile a la AP son muy bajas y tienen a disminuir y que con la entrada en vigencia de la alianza a partir del 2012 no ha conducido a un incremento del intercambio comercial entre Chile y los demás países.

Tabla 2. Participación de los países de la Alianza del Pacífico en las exportaciones de Chile

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| Perú | 2,3% | 2,4% | 2,5% | 2,6% | 2,6% | 2,6% | 2,3% | 1,2% |
| México | 1,7% | 1,7% | 1,7% | 2,2% | 2,0% | 1,7% | 1,7% | -0,2% |
| Colombia | 1,2% | 1,1% | 1,2% | 1,3% | 1,2% | 1,0% | 1,0% | -18,0% |
| Total AP | 5,2% | 5,2% | 5,4% | 6,0% | 5,8% | 5,3% | 5,0% | -3,6% |

Elaboración propia

b. Características de las exportaciones de Colombia los demás países de la AP

En las exportaciones de Colombia a los demás países de la Alianza del Pacífico se destaca el incremento del valor exportado a México, por encima del comportamiento de las exportaciones a todo destino entre los años 2012 – 2018; mientras las exportaciones de Colombia en dicho periodo de tiempo disminuyeron en 30% las exportaciones destinadas a México aumentaron en 96%. Caso contrario sucede con Chile y Perú, donde se presentaron disminuciones en las exportaciones en el mismo lapso. En el consolidado de las exportaciones de Colombia al resto de países de la Alianza el comportamiento es superior a la dinámica de las exportaciones a todo destino.

Tabla 3. Exportaciones de Colombia a los países de la Alianza del Pacífico

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------|
| Mundo | 60273618 | 58821870 | 54794812 | 35690767 | 31044991 | 37770123 | 41769699 | -30,7% |
| México | 835104 | 863806 | 914416 | 914260 | 936878 | 1536662 | 1638112 | 96,2% |
| Chile | 2189220 | 1571633 | 988882 | 736749 | 670048 | 1037405 | 1190345 | -45,6% |
| Perú | 1582089 | 1273933 | 1186627 | 1148078 | 1050798 | 1113826 | 1165001 | -26,4% |
| Total AP | 4606413 | 3709372 | 3089925 | 2799087 | 2657724 | 3687893 | 3993458 | -13,3% |

Elaboración propia. Fuente de datos: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Trade map. (<https://www.trademap.org>)

La participación de los países (Chile, Perú y México) que hacen parte de la Alianza del Pacífico en las exportaciones de Colombia estuvo por debajo del 10% entre los años 2012 – 2018; de manera individual el mayor valor lo alcanzó México con 4,1% en el año 2017. Se destaca el aumento en la participación de las exportaciones colombianas a México en el mismo periodo (183%) en contraste con la disminución de la participación del valor destinado a Chile (-21,5%). Con Perú se presenta un incremento aunque bajo, positivo. Esto indica que en el tiempo de vigencia de la AP se ha aprovechado el comercio intrarregional de Colombia con México.

Tabla 4. Participación de los países de la Alianza del Pacífico en las exportaciones de Colombia

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| México | 1,4% | 1,5% | 1,7% | 2,6% | 3,0% | 4,1% | 3,9% | 183,1% |
| Chile | 3,6% | 2,7% | 1,8% | 2,1% | 2,2% | 2,7% | 2,8% | -21,5% |
| Perú | 2,6% | 2,2% | 2,2% | 3,2% | 3,4% | 2,9% | 2,8% | 6,3% |
| Total AP | 7,6% | 6,3% | 5,6% | 7,8% | 8,6% | 9,8% | 9,6% | 25,1% |

Elaboración propia

c. Características de las exportaciones de Perú los demás países de la AP

La variación de las exportaciones de Perú a los demás integrantes de la Alianza del Pacífico presentó disminución en todos los casos, frente al comportamiento positivo del total de exportaciones a todo destino entre los años 2012 – 2018; dicha disminución fue más acentuada en el caso de Chile. En el consolidado del valor exportado por Perú a la AP el decrecimiento fue de 27,6% desde la entrada en vigencia de la alianza.

Tabla 5. Exportaciones de Perú a los países de la Alianza del Pacífico

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------|
| Mundo | 46366536 | 42568899 | 38645855 | 33667007 | 36309959 | 44024926 | 47223269 | 1,8 |
| Chile | 2029682 | 1685433 | 1543480 | 1076606 | 1011872 | 1033653 | 1212370 | -40,3 |
| Ecuador | 929130 | 967287 | 865713 | 710309 | 652620 | 808694 | 849575 | -8,6 |
| Colombia | 921384 | 854741 | 1230350 | 878592 | 712127 | 671861 | 747495 | -18,9 |
| Total AP | 3880196 | 3507461 | 3639543 | 2665507 | 2376619 | 2514208 | 2809440 | -27,6 |

Elaboración propia. Fuente de datos: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Trade map. (<https://www.trademap.org>)

La variación de la participación de los países de la AP en las exportaciones de Perú fue negativa entre los años 2012 – 2018, es decir que cada vez se participa menos en el valor exportado. Los mayores valores de participación en las exportaciones de Perú los logró Chile por encima del 4% entre los años 2012 a 2014; las exportaciones de Ecuador y Colombia estuvieron alrededor del 2% en casi todos los años. El consolidado de los demás países de la Alianza en las exportaciones de Perú alcanzó una participación de 9,4% en el año 2014, en los demás años estuvo entre 5,7% y 8,4%. Esto indica que los países de la Alianza pierden cada vez más participación en las exportaciones de Perú.

Tabla 6. Participación de los países de la Alianza del Pacífico en las exportaciones de Perú

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| Chile | 4,4% | 4,0% | 4,0% | 3,2% | 2,8% | 2,3% | 2,6% | -41,4% |
| Ecuador | 2,0% | 2,3% | 2,2% | 2,1% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | -10,2% |
| Colombia | 2,0% | 2,0% | 3,2% | 2,6% | 2,0% | 1,5% | 1,6% | -20,3% |
| Total AP | 8,4% | 8,2% | 9,4% | 7,9% | 6,5% | 5,7% | 5,9% | -28,9% |

Elaboración propia

d. Características de las exportaciones de México los demás países de la AP

Las exportaciones de México a todo destino presentaron crecimiento del 21,5% a todo destino entre los años 2012 – 2018; caso contrario pasó con las exportaciones a los demás países de la AP donde se presentaron variaciones negativas. Es decir que los países de la Alianza no aprovechan la dinámica exportadora de México.

Tabla 7. Exportaciones de México a los países de la Alianza del Pacífico

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| Mundo | 370706658 | 379949273 | 396881846 | 380527500 | 373900013 | 409451378 | 450531651 | 21,5% |
| Colombia | 5592265 | 4735019 | 4733897 | 3668051 | 3066508 | 3164182 | 3544570 | -36,6% |
| Chile | 2251514 | 2084575 | 2148010 | 1861357 | 1745009 | 1804131 | 2073486 | -7,9% |
| Perú | 1527651 | 1770006 | 1730180 | 1650824 | 1403973 | 1510904 | 1650739 | 8,1% |
| Total AP | 9371430 | 8589600 | 8612087 | 7180232 | 6215490 | 6479217 | 7268795 | -22,4% |

Elaboración propia. Fuente de datos: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Trade map. (<https://www.trademap.org>)

A lo anterior se agrega la muy baja participación de los otros países de la AP en las exportaciones de México; en muchos casos entre los años 2012 – 2018, no se alcanza a superar el 1%; además la variación de la participación es negativa para todos los demás países de la alianza.

Tabla 8. Participación de los países de la Alianza del Pacífico en las exportaciones de México

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| Colombia | 1,5% | 1,2% | 1,2% | 1,0% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | -47,8% |
| Chile | 0,6% | 0,5% | 0,5% | 0,5% | 0,5% | 0,4% | 0,5% | -24,2% |
| Perú | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | -11,1% |
| Total AP | 2,5% | 2,3% | 2,2% | 1,9% | 1,7% | 1,6% | 1,6% | -36,2% |

Elaboración propia

e. Índice de comercio intrarregional de las exportaciones entre los países de la AP.

El índice del comercio intrarregional de las exportaciones refleja la proporción de comercio que intercambian entre sí, en este caso, los países de la Alianza. Se presenta muy baja proporción del valor exportado entre los países de la AP y se ha perdido participación en el comercio intrarregional.

Tabla 9. Índice de comercio intrarregional de las exportaciones de los Países de la Alianza del Pacífico

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Variación 2012 - 2018 |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| MUNDO | 555409807 | 558109771 | 565406010 | 511918334 | 501987596 | 560475684 | 615006333 | 10,7% |
| AP | 21881135 | 19833744 | 19399150 | 16387563 | 14748195 | 16321821 | 17820729 | -18,6% |
| Participación | 3,9% | 3,6% | 3,4% | 3,2% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | -26,4% |

Elaboración propia

6. Conclusiones

La entrada en vigencia de la Alianza del Pacífico no ha presentado incremento en el flujo comercial entre los países que la conforman; al contrario se observa tendencia a la variación y a la disminución de la participación. En el único caso que se presenta un incremento es en el valor de las exportaciones de Colombia a México; en los otros casos la tendencias es negativa. Esto refleja muy poco aprovechamiento de las ventajas que ofrece la Alianza en temas de reducciones arancelarias, y debilita la estructuración de encadenamientos productivos para entrar como bloque económico a los países asiáticos, como es el propósito para la cual fue creada la AP.

7. Referencias Bibliográficas

Brakman, S., Garretsen, H., & Van Marrewijk, C. (2009). The new introduction to geographical economics. Cambridge University Press.

- Hernández, J. A. y Muñoz, L. G. (2015). Comercio y evolución de la Alianza del Pacífico. *Equidad & Desarrollo*, (24), 97-118
- Márquez, A. (2015). Desafíos a enfrentar por el comercio intrarregional en la alianza del pacífico. *Aldea Mundo*, 20 (40), 71-84.
- Montoya, D. A., González, C. H., Duarte, L. K. (2016). Situación y retos de Colombia en materia de comercio exterior, en el marco de la Alianza del Pacífico. *Entramado*. 12 (1), p. 50-65
- Oyarzún, L. y Rojas, F. (2013). La Alianza del Pacífico en América Latina ¿Contrapeso regional? *Cuadernos sobre Relaciones Internacionales, Regionalismo y Desarrollo*. Mérida, 8(16), 9-30.
- Roldan, A., Castro, A. S., y Eusse, M. (2013). Comercio intraindustrial entre las economías de Asia y el Pacífico y la alianza del Pacífico, 2007 – 2011. Cepal, Serie Comercio Internacional 119. Naciones Unidas. Santiago de Chile.
- Sotomayor, M. (2009). Medición del comercio intraindustrial no maquilador de México. *Investigación Económica*, vol. LXVIII, 268, abril-junio de 2009, pp. 39-68.

Zonas Francas de la Región Caribe Colombiana, ventaja competitiva y costos logísticos.

González Díaz, Romel Ramón¹; Apellido, Herrera Gutiérrez, Pedro Manuel²; Salazar-Araujo, Eduardo José³

¹Universidad del Sinú (Equipo Interdisciplinario CUS, Facultad de Ciencias Económicas),
romelgonzalez@unisinu.edu.co; ORCID: 0000-0002-7529-8847

²Universidad de Sucre (Equipo Interdisciplinario CUS, Facultad de Ciencias Económicas),
pedroherrera@unisucree.edu.co

³Universidad Simón Bolívar (Grupo de Investigación Gestión Organizacional, Facultad de Administración y Negocios), esalazar4@unisimonbolivar.edu.co ORCID: 0000-0002-3330-9042.

Resumen— Este documento tiene como propósito: analizar los costos logísticos como ventaja competitiva de las zonas francas permanentes localizadas en la región del caribe colombiano, se abordó a través de la epistemología cualitativa interpretativa, la unidad de análisis estuvo conformada por tres informantes claves (administradores de zonas francas permanentes), según los criterios de selección (años de experiencias en la administración de zonas francas permanentes) se aplicó como instrumento de recolección de datos: Guion de Entrevista y la técnica de análisis de los resultados se dieron mediante las fases: Categorización, Estructuración, Contrastación y Teorización. Se obtuvieron los siguientes hallazgos: los costos logísticos, tienen estrecha relación con la administración del inventario parametrizado, los costos de transporte interno, recepción de la mercancía y descargue en la Zona Franca. En cuanto a las potencialidades, se resalta la localización geoestratégica de estos centros industriales, factor determinante en su crecimiento y desarrollo, sin embargo requieren la existencia de excelentes condiciones en la infraestructura vial que las conecta con los diferentes puertos en la región caribe.

Abstract— The purpose of this research is to analyze logistics costs as a competitive advantage of the Permanent Free Zones located in the Colombian Caribbean region. It was oriented through the qualitative focus. The analysis unit consisted of three key informants, who work as Permanent Free Zones Managers, according to the selection criteria (years of experience in the administration of permanent free zones) was applied as an instrument for data collection: Interview Guidance and the technique of analyzing the results were given through the phases: Categorization, Structuring, Contrasting and Theorization. The following findings were obtained: logistic costs are closely related to the administration of the parameterized inventory, internal transport costs, receipt of goods and unloading in the Free Trade Zone. In terms of potential, the geostrategic location of these industrial centers is highlighted, a determining factor in their growth and development, however they require the existence of excellent conditions in the road infrastructure that connects them with the different ports in the Caribbean region.

Palabras clave— Comercio Internacional; Costos logísticos; Ventajas competitiva; Zonas Francas Permanentes.

Keywords— Competitive advantages; International Trade; Logistic costs; Permanent Free Zones.

1. Introducción

En Latinoamérica, según la ANDI, (2017) asevera que en la región “existen 400 Zonas Francas (ZF) en operación, de las cuales el 25% (108 ZF) se concentran en Colombia y se ubica como el país con mayor número de parques industriales en el continente”(p.2), esta situación ha permitido la recepción de “inversiones superiores a los 50 billones y han generado unos 250.000 puestos laborales en el año 2016”(p.2), este sistema no solo genera importantes fuentes de inversión, sino que también contribuye en dinamizar la economía y el desarrollo integral en los espacios donde se establecen.

Los autores Stock y Lambert (2001), el BID (2012) y la legislación colombiana en materia a través de la Ley 1004 (2005), coinciden en que las zonas francas, son áreas geográficas delimitadas dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios, o actividades comerciales bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. Las mercancías ingresadas en estas zonas se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efectos de los impuestos a las importaciones y a las exportaciones.

En Colombia, según la Ley 1004 (2005) las zonas francas se clasifican en: a) Permanentes: como aquellas zona en la cual se instalan empresas que desarrollan actividades industriales, comerciales o de servicios y es administrada por un usuario operador; b) Transitoria: aquella zona autorizada para la celebración de ferias, exposiciones, congresos, seminarios de carácter internacional con importancia para la economía y el comercio internacional del país; y la Permanente Especial: como aquella que autoriza a una empresa para que desarrolle sus actividades industriales o deservicios en un área determinada, siempre y cuando se trate de proyectos de alto impacto económico y social para el país.

Las Zonas Francas Permanentes, tienen varias empresas o usuarios y se les conoce también como zona franca de parque o multiempresariales, las cuales gozan de ciertas prerrogativas fiscales y tributarias, a las mismas se les otorga un permiso para funcionar como Zona Franca hasta por un término máximo de 30 años, prorrogable por otros 30 más, el impuesto de renta y complementarios se ajusta a una tarifa del 15%, a diferencia del 33% de la tarifa normal, por otro lado los bienes

introducidos desde el resto del mundo a la Zona Franca, no se consideran importaciones y por tal, no pagan arancel e IVA. En el caso de los bienes exportados desde Zona Franca al resto del mundo, se benefician de los acuerdos comerciales firmados por Colombia y las importaciones de los bienes terminados en el territorio nacional no pagan IVA, siempre que estos sean necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

Este esquema, se ha extendido en la nación bajo una apuesta de desarrollo utilizado por los gobiernos municipales y departamentales, quienes apoyados por el gobierno nacional, consideran las zonas francas como una alternativa factible para generar empleo y aumentar el nivel de competitividad de las regiones, con un impacto favorable en la disminución de los tributos para aquellas empresas exportadoras e importadoras instaladas en la zona.

Es por ello, que las zonas francas se dividen en 4 regiones: Andina, Occidente, Pacífico y Caribe, esta última según reportes del ANDI, (2017) ha presentado un crecimiento del 20% en el año 2017 en sus operaciones comerciales, con un total de treinta y nueve (39) Zonas Francas, distribuidas así: diecisiete (17) en Bolívar; ocho (8) en Atlántico; siete (7) en el Magdalena; dos (2) en La Guajira; dos (2) en Córdoba, dos (2) en Costa Afuera en el Caribe y una (1) en Cesar. Así mismo, en dicha región solo existen 10 zonas francas permanentes ubicadas: tres (3) en el departamento de Bolívar, tres (3) en el departamento del Atlántico, tres (3) en departamento del Magdalena y una (1) en la Guajira. Generalmente, las zonas francas ejercen sus operaciones en ciudades que demuestran condiciones económicas, políticas y sociales estables con una adecuada infraestructura, talento humano cualificado y experimentado, desarrollo industrial y comercial, y una ubicación geográfica estratégica como es el caso de las zonas francas instaladas en las ciudades de Cartagena, Barranquilla y Santa Marta.

En este sentido, nuevos proyectos en marcha bajo la cooperación entre el sector privado y gobierno municipal de Sincelejo, apuestan en la conformación de la “Zona Franca permanente de Sincelejo” (ZOFIS), con el fin de promover un impacto económico y beneficio social en la región, sin embargo, se debe considerar la existencia de factores diferenciadores que puedan generar confianza en los inversionistas, para preferir un intercambio comercial en la Zona Franca de Sincelejo en vez de seleccionar otras zonas francas en ciudades principales de la región Caribe.

Las principales cadenas de almacenes han colocado sedes en sitios estratégicamente selectos para albergar compradores de 7 municipios circunvecinos, lo que constituye el acontecimiento histórico-económico importante por su ubicación estratégica. Adicionalmente, los servicios, especialmente los gubernamentales, por ser Sincelejo la capital administrativa del departamento de Sucre, son claves como complemento de las actividades primordiales del sector agropecuario y comercial. Por otra parte, existen fábricas de productos alimenticios, confecciones, calzado y procesamiento de maderas especialmente; se destaca la gran vocación microempresarial del municipio que se convierte en la perspectiva futura más promisoría del municipio en el corto y mediano plazo.

En el caso de Sincelejo, departamento de Sucre, se apunta a la falta de obras de infraestructura vial, deficiente desarrollo de la actividad portuaria, escaso desarrollo industrial, ineficientes servicios públicos, pocos inversionistas y poca actividad comercial internacional, entre otros, que ponen en desventaja esta iniciativa frente a las desarrolladas en otras ciudades de esta región. Esta realidad pone en peligro el éxito de la zona franca permanente en Sincelejo, debido a que la misma no podría ser competitiva o poco atractiva para los inversionistas.

Por lo tanto, se realizó una entrevista informal a 3 inversionistas que hacen vida en la zona franca de Cartagena y se les consultó, acerca de las ventajas competitivas que lo harían cambiar de zona franca permanente, los mismos consideraron que la minimización del costos logístico y el seguimiento de los procesos de forma sistematizada que dieran confianza en las operaciones, lograrían considerar otras opciones en cuanto a sus intercambios comerciales, situación clave para el desarrollo de estrategias competitivas de las zonas francas.

2. Objetivos

2.1.Objetivo general

- Analizar los costos logísticos como generadores de ventaja competitiva para las zonas francas permanentes localizadas en la región del caribe colombiano

2.2. Objetivos específicos

- Determinar el impacto de los costos logísticos en el desarrollo de ventajas competitivas en las Zonas Francas Permanentes ubicadas en la Región Caribe Colombiana.
- Establecer las potencialidades de las Zonas Francas Permanentes localizadas en la Región Caribe Colombiana.
- Examinar las diferentes estrategias que generen ventaja competitiva en las zonas francas permanentes localizadas en la Región del Caribe Colombiano, para la optimización de sus costos logísticos.

3. Estado del Arte

Los Costos Logísticos, según Rueda (2011), González, Díaz y Franco (2018), González (2018), González (2019) y Hernández, Hernández et. (2019), lo definen como la suma de los costos ocultos involucrados cuando se mueven y almacenan materiales y productos desde los proveedores hasta los clientes. En estos se incluyen: Costos del aprovisionamiento (compras), Costos de almacenamiento, Costos de Inventarios, Costos del transporte interno, Costos de la distribución de productos terminados, Costos del personal involucrado en estas tareas, por mencionar solo algunos de los principales elementos. Estos costos ocultos que se generan durante el proceso logístico (proceso de mover y almacenar materiales y productos desde los proveedores hasta los clientes), están relacionados con la eficiencia y eficacia de dicho proceso (y su medida la productividad), la calidad, entre otros.

Es decir, para satisfacer las necesidades de los inversionistas, se requiere de optimizar los costos logísticos dentro de las operaciones de la zona franca permanente de Sincelejo, bajo la premisa de eficiencia y eficacia, para el logro del éxito en dicho proyecto.

En esta sección se explicitan los fundamentos epistemológicos que orientan la presente investigación, que pretende: construir lineamientos estratégicos que permitan generar ventajas competitivas de la zona franca permanente de Sincelejo en la región del Caribe colombiano a través de la optimización de sus costos logísticos. En este sentido, se refiere a los métodos, técnicas y procedimientos que se han de utilizar para lograr los objetivos de la investigación. Comprende el

Enfoque y Método de Investigación, metodología, informantes claves, técnicas de recolección y tratamiento de la información.

Optimización de Costos Logísticos como estrategia competitiva.

Según Novoa (2009), considera que es a través de la logística donde se establecen redes de suministro o abastecimiento en las cuales se busca que todas las partes constitutivas de la misma se integren para dar respuesta con servicio y rapidez a las exigencias del mercado y fundamentalmente, con menores costos. Y es precisamente el hecho de que a través de la logística es posible que las organizaciones desarrollen ventajas diferenciadoras en el mercado en términos de costos, lo que sustenta el desarrollo del presente trabajo.

Desde un enfoque de procesos, la coordinación de todas las actividades que se desarrollan desde el momento en que el cliente emite el pedido hasta la entrega del producto final, es la que da origen al concepto de Administración de la Cadena de Suministro (SupplyChain Management, SCM). En la revisión bibliográfica se encuentra otros autores Mentzer (2004), quien la define como “La coordinación estratégica y sistemática de las funciones del negocio y las tácticas a través de las funciones dentro de una compañía en particular y a través de su cadena de suministro, con el propósito de optimizar el desempeño a largo plazo de las empresas individuales y de la cadena de suministro en su conjunto”(p.34).

Otros autores como Christopher (1994), clasifican las actividades constitutivas de la cadena de valor en dos tipos, las actividades primarias y actividades de apoyo. Estas últimas son las funciones integradoras que cruzan las distintas actividades primarias de la organización. Se encuentra entonces la logística como parte de las actividades primarias desarrollando procesos desde dos perspectivas: logística de entrada y logística de salida. En su definición se reconoce como aquella parte de la gestión de la cadena de suministro que “planifica, implementa y controla el flujo -hacia atrás y adelante y el almacenamiento eficaz y eficiente de los bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen al punto de consumo con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los consumidores” (Ballou H., 2004, p.43).

Así, la logística de entrada está constituida por las actividades desarrolladas para la definición de la cantidad de productos óptima para satisfacer las necesidades de los clientes, la

evaluación de las fuentes óptimas de aprovisionamiento de productos y servicios y la ejecución del proceso de abastecimiento y administración del inventario de materias primas, suministros y producto en proceso. Por su parte, la logística de salida hace referencia a los procesos de diseño de la red de distribución base de las estrategias de transporte y almacenamiento de producto terminado.

Al pertenecer la logística al eje fundamental de las actividades primarias, permite el desarrollo de ventajas competitivas. En su definición, las empresas cuentan con dos opciones de orientación en su ventaja competitiva, siendo ellas “el liderazgo en costos y la diferenciación” (Mentzer, 2004. p.32). Obteniéndose el liderazgo en costos a través de la eficiencia (costos y reducción de capital) y el componente de diferenciación a través de la eficacia (servicio al cliente).

Acorde con lo anterior, la perspectiva actual del SCM es definida por autores como Simchi (2003) “conjunto de estrategias que buscan la integración de manera eficiente de los proveedores, fabricantes, almacenes y puntos de distribución, de manera que la mercancía es producida y distribuida en las cantidades, lugares y en el momento adecuado, con el fin de reducir al máximo los costos y tiempos del proceso, satisfaciendo los requisitos del nivel de servicio” (p.12). Por otra parte Handfield, (2006) definen su alcance como “la gestión activa de las actividades de la cadena de suministro y las relaciones con el fin de maximizar el valor para el cliente y lograr una ventaja competitiva sostenible” (p.45). Representa un esfuerzo consciente por parte de una empresa o grupo de empresas al desarrollar y ejecutar las cadenas de suministro de la manera más eficaz y eficiente”.

Lo anterior, resalta la importancia de las áreas logísticas en las zonas francas, cuya función prioritaria consiste en el diseño de una estrategia que permita optimizar la relación entre nivel de servicio y los costos logísticos incurridos para soportarlo. Esta función parte de la identificación de cada uno de los generadores de costos en toda la cadena de suministro, para posteriormente establecer estrategias que en su conjunto, optimicen el nivel de servicio deseado con el menor costo logístico posible.

Clasificación de los Costos logísticos

Según Navascués (2010) citado por Estrada, Restrepo y Ballesteros (2010), existen varias formas para su clasificación, según la secuencia de flujo en costos de aprovisionamiento, costos

de almacenaje, costos de distribución y costos de la información asociada, sin embargo, el autor se acogen a la propuesta de Ballou (2004), de la siguiente manera: Costos de distribución, costos de suministro físico, y costos de servicio al cliente.

Costos de distribución: según Estrada, Restrepo y Ballesteros (2010), es quizá el costo más significativo dentro de los costos logísticos. Incluye entre otros los siguientes elementos: costos de transportes de productos terminados, inventarios de productos terminados, costo de procesamiento de pedidos y costos de administración y gastos generales asociados a la distribución.

Toda organización hace inversión en equipos de transporte o subcontrata este servicio para realizar la distribución de sus productos y obviamente estas acciones implican erogación de recursos financieros importantes.

Costos de suministro físico: según Estrada, Restrepo y Ballesteros (2010) son costos que tienen que ver con: transporte de bienes de suministro o insumos, costo de inventarios de bienes de suministro o insumos, costo de procesamiento de pedidos, costo de almacenamiento, costo de administración y gastos generales asociados a los costos de suministro.

Costos de servicio al cliente: según Estrada, Restrepo y Ballesteros (2010), consideran que su cálculo no es fácil y debe determinarse una medida o base del servicio logístico para poder hacer la comparación, como por ejemplo la medición del servicio de distribución en función del porcentaje de entregas desde el almacén en un día, establecer el porcentaje promedio de inventario, número y porcentaje de pedidos atrasados, tiempo total del ciclo de pedidos para el procesamiento normal y para pedidos atrasado, entre otros.

Zona Franca

De conformidad con la Ley 1004 de 2005 define en su artículo 1 “La Zona Franca es el área geográfica delimitada dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios, o actividades comerciales, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. Las mercancías ingresadas en estas zonas se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efectos de los impuestos a las importaciones y a las exportaciones” (p.1); el artículo 2 de la misma ley establece la finalidad de las zonas francas

como: (1) ser instrumento para la creación de empleo y para la captación de nuevas inversiones de capital; (2) Ser un polo de desarrollo que promueva la competitividad en las regiones donde se establezca; (3) desarrollar procesos industriales altamente productivos y competitivos, bajo los conceptos de seguridad, transparencia, tecnología, producción limpia, y buenas prácticas empresariales; (4) promover la generación de economías de escala; y simplificar los procedimientos del comercio de bienes y servicios, para facilitar su venta (p.2).

Clases de Zonas Francas

Según la Decreto 2147 de 2016, referido a la normativa que modifica el régimen de zonas francas y se dictan otras disposiciones, establece en su artículo 3, las clases de zonas francas. Las zonas francas pueden ser permanentes, permanentes especiales o transitorias:

- Zona franca permanente: es el área delimitada del territorio nacional en la que se instalan múltiples usuarios industriales o comerciales, los cuales gozan de un tratamiento tributario, aduanero y de comercio exterior especial, según sea el caso.
- Zona franca permanente especial: Es el área delimitada del territorio nacional en la que se instala un único usuario industrial, el cual goza de un tratamiento tributario, aduanero y de comercio exterior especial.
- Zona franca transitoria: Es el área delimitada del territorio nacional donde se celebran ferias, exposiciones, congresos y seminarios de carácter nacional o internacional que revistan importancia para la economía y/o el comercio internacional, y que gozan de un tratamiento tributario, aduanero y de comercio exterior especial.

4. Metodología

El enfoque cualitativo interpretativo según Hernández, Fernández y Baptista (2010), tiene como finalidad profundizar en la comprensión, por cuanto esta visión se percibe y experimenta tal como ocurre, esto va a percibir incorporar los informantes claves. Dilthey (1980), entiende comprensión como el acto por el cual se aprehende a través de sus diferentes exteriorizaciones. Para Gadamer (1998), la comprensión, es una estructura ontológica del ser, del hombre en su

devenir histórico, es un diálogo donde es fundamental el lenguaje. Bajo este enfoque, el conocimiento es la construcción subjetiva de aquello que le da sentido a la realidad investigada, como un todo donde las partes se significan entre sí y en relación con el todo.

Para esta investigación, se asume lo planteado por Guba y Lincoln, (citado por Ochoa, 2018), quienes manifiestan que los paradigmas pueden ser caracterizados por la forma cómo responden sus dimensiones o componentes ontológicos, epistemológicos y metodológicos, a tres interrogantes básicas, como puede apreciarse en la tabla 1.

Tabla 1 - Matriz Epistémica

| Dimensión | Expresión |
|------------------|---|
| Ontológica | Realidad participativa, es subjetiva, socialmente construida, múltiple, compleja, particularizada |
| Epistemológica | Transaccional, dialógica, subjetivista, dialéctica, interpretación |
| Metodológica | Etnográfica, participativa, conocer, comprender, interpretar, transformar, categorización de la información |

Fuente: Adaptación de los investigadores de Guba y Lincoln, citado por Ochoa (2018)

En el enfoque interpretativo, desde el punto de vista ontológico, se asume la realidad como múltiple, holística y construida. Esa realidad construida, enfatiza el papel de los individuos y de los grupos en intervención de esa realidad, los cuales interpretan de diferentes maneras el mismo fenómeno. Desde el punto de vista epistémico se asumió una posición subjetivista referida a cómo Los investigadores se apropian e intervienen en esa realidad. En la recolección de la información, los informantes ofrecen lo que vio, realizó y escuchó en el contexto mediado por sus conocimientos, experiencias e intereses. Metodológicamente se seleccionó la tradición etnográfica, que nos permitió comprender, interpretar, transformar, categorizar de la información.

Técnicas e Instrumentos de recolección de información

Al penetrar en una realidad con el propósito de recolectar información dentro de un contexto natural en donde se realiza la investigación, se requiere de la utilización de técnicas como:

La entrevista con informantes claves

Dirigida a tres administradores de zonas francas permanentes. La misma es considerada como un método antropológico. Se elabora un guion de entrevistas con una serie de preguntas inherentes a la problemática, al inicio se formularon preguntas tipo embudo, de generales a

específicas, para facilitar la descripción de los diversos elementos e ideas que van surgiendo y así poder lograr significados pertinentes en relación a la problemática planteada.

Recolección de la Data

Este proceso se llevó a cabo a través de un acercamiento con los informantes claves, donde el dialogo se fue generando un clima de confianza en torno a que la comunicación sea amena y vaya fluyendo oportunamente, a fin de obtener respuestas veraces y pertinentes para la generación o construcción de teorías indispensables que faciliten la optimización de costos logísticos como ventaja competitiva de la zona franca permanente de Sincelejo en la región del caribe colombiano.

Al respecto, el acercamiento con los informantes clave fue mediante un ciclo de estudio en el cual se programaron los encuentros individuales con la finalidad de recopilar información relevante para la interpretación de los datos, en ese sentido, se profundiza en la investigación proporcionando así marcadores o categorías emergentes para la contrastación, triangulación y por consiguiente la consolidación del propósito de aplicabilidad orientado en la propuesta ver Tabla 2.

Tabla 2 - Triangulación de la información desde la perspectiva de los informantes claves, referentes teóricas y perspectiva de Los investigadores

| CATEGORÍA | Perspectiva de los informantes claves (Según relación de la categoría, gráfico 13) | Referentes teóricos |
|--------------------------|---|---|
| Costos Logísticos | En concordancia con los informantes clave, se conciben los costos logísticos principales como los Costos de Transporte Interno, Costos de Administración de Inventario y Costos Portuario. | LogFac (2001) Estrada, Restrepo y Ballesteros (2010) Febre y Perez (2012) |
| Potencialidades | Los informantes clave coinciden en que las potencialidades las que generarían ventaja competitiva en una eventual zona franca permanente en Sincelejo, relacionada a la optimización de costos logísticos son: el aprovechamiento de ventajas geográficas, Infraestructura vial para el transporte interno y el aprovechamiento de los costos de manejo y almacenamiento. | Granado (2003) Cipoletta, Georganay Pérez (2010) |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Estrategias que generan Ventaja Competitiva</p> | <p>Los informantes clave, coinciden que las principales estrategias que generarían ventaja competitiva en una eventual zona franca permanente en Sincelejo, a través de la optimización de los costos logísticos son el aprovechamiento de ventajas geográficas y el sector agropecuario de la región.</p> | <p>Granado (2003) Cipoletta, Georginay Pérez (2010)</p> |
|---|--|--|

5. Resultados

Luego de recolectar la información se procedió a la interpretación, para la realización de este proceso se utilizó el procedimiento establecido por Martínez (2010), dividido en cuatro (4) etapas: Categorización, estructuración, contrastación y teorización. Para la categorización se transcribió la información proveniente de las entrevistas, dividiendo los contenidos en unidades de expresión significativa, es decir, las ideas esenciales de cada categoría, clasificando, conceptualizando o codificando mediante expresiones o categorías descriptivas.

La etapa de estructuración consistió en la interpretación de los significados y teorías implícitas plasmadas por cada uno de los informantes claves, estableciendo relaciones y jerarquizando de manera integral y global y así brindar coherencia y rigor a las representaciones individuales basadas en la experiencia, conocimiento, concepciones, creencias y con eso proporcionar una construcción dialéctica continua que aporte una perspectiva sistémica innovadora.

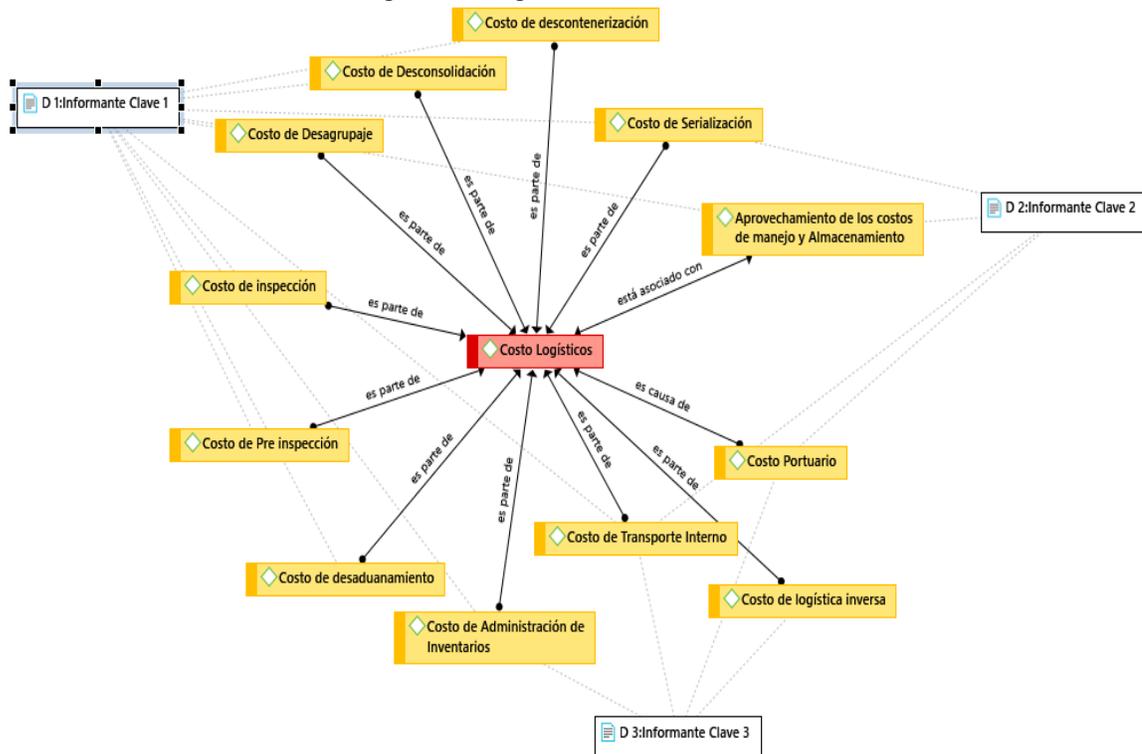
La etapa de contrastación consiste en relacionar y contrastar sus resultados con los del marco referencial, informantes claves y Los investigadores, para ver cómo aparecen desde perspectivas diferentes, la problemática y explicar mejor el significado de la misma. Para este procedimiento de comparación y contrastación se realizó una triangulación integrando los hallazgos en un todo coherente y lógico para así con nuevos significados dar origen a la construcción de la aproximación teórica (teorización) sobre los valores inmersos los costos logísticos.

5.1 Costos Logísticos según la relación de los Informantes Claves.

Los planteamientos teóricos presentados coinciden con los hallazgos de la presente investigación en cuanto a la categoría de Costos Logísticos, resaltando en los discursos de los

informantes claves la estrecha relación con la administración del inventario parametrizado, los costos de transporte interno, recepción de la mercancía y descarga en la Zona Franca. Adicionalmente, se destacan los referidos a la inspección, a los procesos de serialización, desconsolidación, descontenerización, desagrupaje, cuya intencionalidad es organizar la mercancía según los parámetros y requerimientos del usuario incluyendo los costos de desaduanamiento, también considera el costo de alquiler y el costo de logística inversa (devolución de contenedores vacíos), Ver Gráfico 1.

Gráfico 1 - Costos Logísticos según la relación de los Informantes Claves.



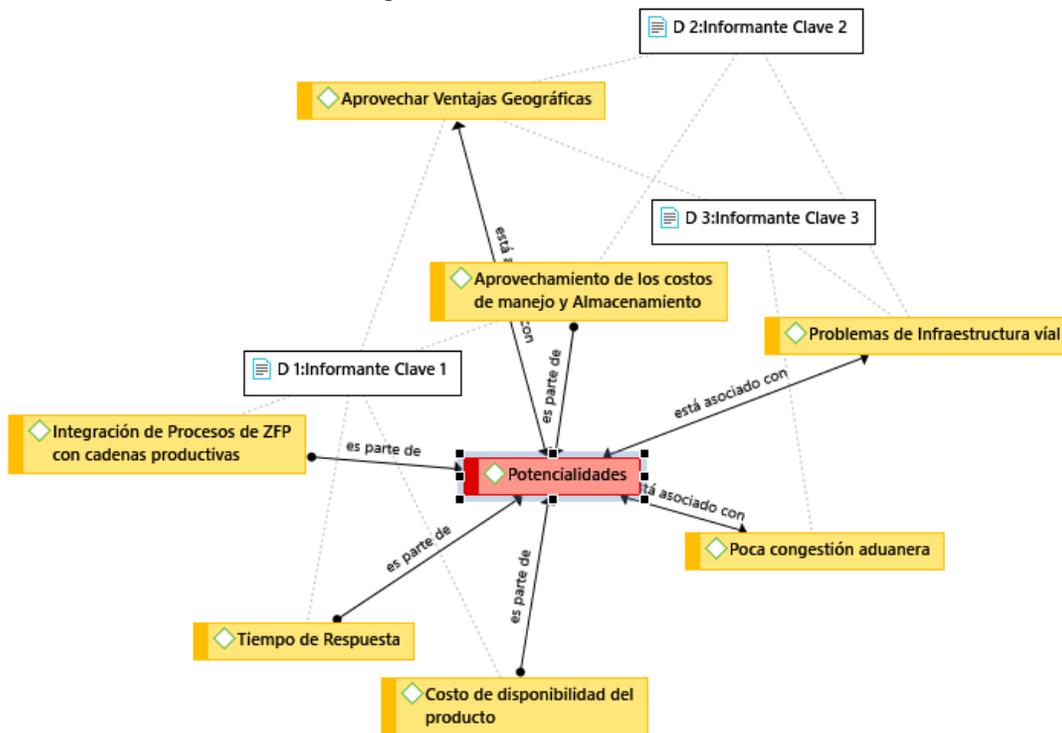
Fuente: Elaboración Propia (2018).

Los informantes clave coinciden en que las potencialidades las que generarían ventaja competitiva en una eventual zona franca permanente en Sincelejo, relacionada a la optimización de costos logísticos son: el aprovechamiento de ventajas geográficas, Infraestructura vial para el transporte interno y el aprovechamiento de los costos de manejo y almacenamiento, según la relación de informantes claves representada en el gráfico 15.

5.2 Potencialidades según la relación de los Informantes Claves.

Dichos hallazgos, coinciden con los planteamientos de Granado (2003), Cipoletta, Georginay Pérez (2010), quienes consideran que la localización geoestratégicas de estos centros industriales son claves para el éxito, siendo reforzada por las buenas condiciones en la infraestructuras viales hacia los diferentes puertos en la región caribe, así como a los distintos destinos nacionales, por otra parte, el bajo costo de tierra y mano de obra abaratan los costos de manejo y almacenamiento en dicho departamento, ver Gráfico 2.

Gráfico 2 - Potencialidades según la relación de los Informantes Claves.



Fuente: Elaboracion Propia (2018).

En concordancia con dichos teóricos, los informantes claves detallan la situación considerando que los costos de manejo y almacenamiento de las mercancías pueden ser abaratanados y ser más competitivos a través de los depósitos aduaneros. Por otro lado, los tiempos de respuestas y los costos de disponibilidad del producto, significan una ventaja comparativa frente a disponibilidad externa. Así mismo, la localización geoestratégica de la tentativa zona franca de Sincelejo, debido a su cercanía a los puertos del caribe (Barranquilla, Cartagena y Santa Marta),

la poca congestión que tiene la jurisdicción aduanera y los corredores viales de muy buena calidad, que lo conectan vía terrestre con las costas y con el interior del país, son considerados potenciales ventajas competitivas.

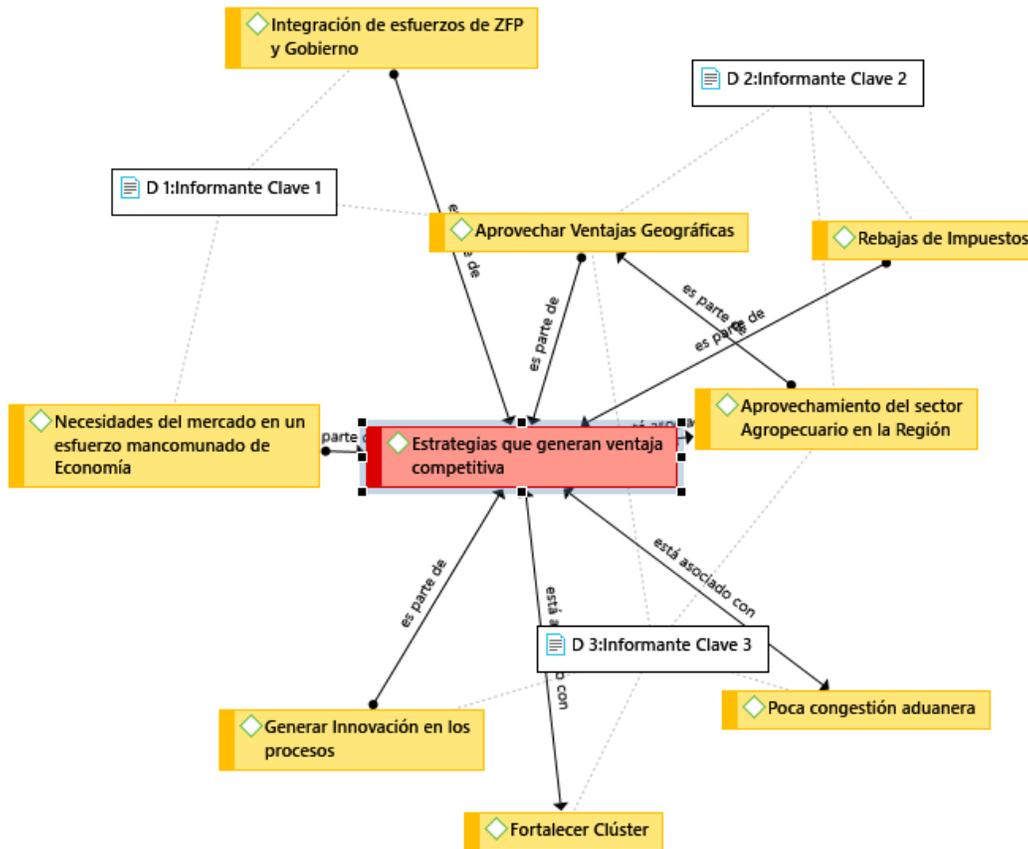
Por otra parte, es de destacar desde el ámbito regional, existen la posibilidad de integrar los procesos de Zona Franca a los de las cadenas productivas de la industria regional, mediante las figuras de procesamiento parcial o Servicios industriales de reparación, mantenimiento, over haul, entre otros mecanismos de integración.

Los informantes clave, coinciden que las principales estrategias que generarían ventaja competitiva en una eventual zona franca permanente en Sincelejo, a través de la optimización de los costos logísticos son el aprovechamiento de ventajas geográficas y el sector agropecuario de la región.

5.3 Estrategias que generan ventaja competitiva

Dichos hallazgos, coinciden con los planteamientos de Granado (2003), Cipoletta, Georgina y Pérez (2010), quienes consideran que la localización geoestratégica de la ZOFIS constituye una ventaja competitiva descrita en la categoría: potencialidades, sin embargo, hacen hincapié a las virtudes en cuanto al desarrollo agropecuario de la región e indican que deben aprovecharse los distintos usuarios ganaderos y el proceso de clusterización del mismo para fortalecer la localización de la zona franca permanente, Ver Gráfico 3.

Gráfico 3 - Estrategias que generan ventaja competitiva según la relación de los Informantes Claves.



Fuente: elaboración propia (2018).

En concordancia con dichos planteamientos, los informantes claves describen la posibilidad de integrar los procesos de Zona Franca con los procesos de las cadenas productivas de la industria regional. Así mismo, crear esfuerzos integrados conjunto con el gobierno municipal y departamental con el fin de generar estrategias para el desarrollo local y departamental. Adicionalmente, se considera que se deben explorar factores que generen innovación, con respecto a otras ciudades, buscando explotar los recursos en los que la región es fuerte.

6. Conclusiones

En concordancia con los informantes clave, se conciben los costos logísticos principales como los Costos de Transporte Interno, Costos de Administración de Inventario y Costos Portuario, sin embargo, en las concepciones teóricas planteadas por LogFac (2001) Estrada,

Restrepo y Ballesteros (2010) y Febre y Pérez (2012), en sus trabajos de sistemas inteligentes de transporte en la logística portuaria latinoamericana, quienes consideran que la administración de la Zona Franca Permanente, requiere de la gestión y eficiencia de los procesos de tráfico de carga marítima, estiba y descarga de buques, además de apoyar integralmente la planificación, operación y localización de la logística portuaria, incluyendo recursos humanos, equipamiento y almacenamiento.

7. Referencias Bibliográficas

- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta Edición. Caracas. Venezuela: Editorial Epistesme.
- Arismendi, L. (2013). Estrategias en el diseño de investigación científica. Madrid, España: International Thomson Editores.
- Asociación Nacional de Empresarios (ANDI). (02 de 05 de 2017). El Heraldo. Recuperado el 28 de 06 de 2018, de <https://www.elheraldo.co/>: <https://www.elheraldo.co/economia/colombia-el-pais-con-mas-zonas-francas-en-america-latina-355483>
- Ballou, H. (2004). Logística Administración de la cadena de suministro. Ciudad de México: Pearson Educación de México, S.A.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2012). Marcos teóricos para el análisis de las zonas de procesamiento de exportaciones en América Latina y el Caribe. New York: Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe - INTAL.
- Bavaresco, A. (2006). Proceso Metodológico en la Investigación. (Cómo hacer un diseño de investigación). Maracaibo: La Universidad del Zulia.
- Brito, J. (2013). Contabilidad básica e intermedia (contabilidad I y II). Caracas: Ediciones centro de contadores sexta edición.
- Chavéz, N. (2007). Introducción a la Investigación Educativa. Maracaibo: Gráfica González. Mexico.
- Christopher, M. (1994). Logística y Aprovisionamiento. California: Financial times, 20-21.
- Congreso de Colombia. (2005). Por la cual se modifica un régimen especial para estimular la inversión y se dictan otras disposiciones. Ley 1004, 20.
- Dilthey, Wilhelm (1980) Historia de la filosofía, México, FCE.
- Estrada, S., Restrepo, L., & Ballesteros, P. (2010). Análisis de los costos logísticos en la administración de la cadena de suministro. Pereira: Scientia et Technica Año XVI, No 45.
- Galván, V., & Mateos, C. (2018). México, exportador de tubos de polietileno de alta densidad a emiratos árabes unidos, Dubái. Mexico: Instituto Politécnico Nacional.
- Gadamer, H.G. (1998). Verdad y método II. Salamanca: Sígueme.
- González, S. y Alarcón, G. (2013). *Esencia, sentido y deber-ser de la universidad*. Montería: Ediciones Paloma.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (2018). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. In C. Derman, & J. Haro, Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social. (pp. 113-145). La Sonora: El Colegio Sonora.

- Handfield, R. (2006). Introduction to operations and supply Chain management. New Delhi: Pearson Education, Inc.
- Hernández, Fernández, & Baptista . (2010). Metodología de la investigación. Cuarta edición. México.: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández-Julio, Y. F., Hernández, H. M., Guzmán, J. D. C., Nieto-Bernal, W., Díaz, R. R. G., & Ferraz, P. P. (2019). Fuzzy Knowledge Discovery and Decision-Making Through Clustering and Dynamic Tables: Application in Medicine BT - Information Technology and Systems. In Á. Rocha, C. Ferrás, & M. Paredes (Eds.) (pp. 122–130). Cham: Springer International Publishing.
- Hurtado De Barrera , J. (2000). Metodología de la investigación holística. Caracas: Editorial SYPAL.
- González, R. (2019) Análisis Valorativo Empresarial Integral. Editorial Académica Española. España IBSN: 978-613-9-40853-5.
- González, R. (2018) Análisis financiero de los procesos de contratación pública. Un fracaso procedimental del estado venezolano (2007) Española. España IBSN: 978-620-2-16545-7.
- González, R., Díaz, L. y Franco, D. (2018). Estrategias para el crecimiento financiero en las entidades del sector cooperativo a través de la Bolsa de Valores de Colombia. Capítulo 10. Pp.305. En Rincón, Y., Restrepo, J. y Vanegas, J. (Coord) (2018). Competitividad y capacidad de exportación en un contexto global. pp. 332. Medellín, Colombia. Sello Editorial Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria
- LLÍnas Toledo, F. (08 de 02 de 2011). Zonas francas: 50 años después. portafolio, págs. 3-4.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (Síntesis conceptual). Revista Investigación en Psicología 2006, 9(1), 123-146. UNMSM, Lima (Perú).
- Márquez, E. (2008). La perspectiva epistemológica cualitativa en la formación de docentes en investigación educativa. En Revista de Investigación, 66, 13- 36
- Mentzer , J. (2004). Fundamentals of Supply Chain Management: Twelve Drivers of Competitive Advantage. NewYork: ThousandOaks, CA: Sage Publication, Inc.
- Mincomercio industria y turismo. (4 de 08 de 2011). Mincit. Recuperado el 20 de 04 de 2014, de <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=168>
- Montao, J. (3 de 2 de 2016). Teoría de la contabilidad de costos. Recuperado el 29 de 6 de 29, de Geostipolis: <https://www.gestipolis.com/teoria-de-la-contabilidad-de-costos/>
- Novoa, F. (2009). Mejoramiento de la gestión logística de las empresas afiliadas a Acoplásticos: diagnóstico y recomendaciones. Bogotá: Redalyc.
- Palella, S., & Martins, F. . (2010). Metodología de la Investigación Cuantitativa. Caracas: FEDUPEL.
- Ramírez, L., & Maya, J. (2016). Propuesta de mejora para la zona franca internacional de Pereira ubicada en el corregimiento de Caimalito, Risaralda. Lima: Universidad Libre.
- Rueda, C. (29 de 06 de 2011). <https://www.gestipolis.com>. Recuperado el 28 de 6 de 2018, de <https://www.gestipolis.com>: <https://www.gestipolis.com/costos-logisticos-que-son-cuales-son-y-como-minimizarlos/>
- Sabino, C. (2006). El proceso de Investigación. Editorial Panapo, Caracas
- Simchi, L. (2003). Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, strategies and case studies. NewYork: Erwin Mc-GrawHill .

- Stock, J., & Lambert, D. (2001). Strategic Logistics Management. New York: McGraw-Hill Higher Education; Edición: 4.
- Támara Gómez, E. (2008). Ordenamiento territorial y formación de las primacías en las sabanas de Bolívar en el siglo XIX. Revista Historia Caribe. Vol.5, 121-157.
- Tamayo, M. (2007). Tamayo, M. (2007). El proceso de la investigación científica. 1era. Edición. Limusa. Colombia. Colombia: Limusa.
- Universidad Politécnica de Valencia. (2003). Evaluación de los principales puertos de América del Sur análisis institucional, técnico y económico. Madrid: IIRSA.
- Zapata, D. (2017). El valor percibido de operadores logísticos por parte de empresas ubicadas en zonas francas. Bogotá: Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano.

Análisis del impacto económico y social del turismo de salud en Bucaramanga y su área metropolitana

Santos López, Edward Manuel

*Semillero gerencia internacional (SIGI), facultad de administración de negocios internacionales, escuela de economía administración y negocios, Universidad pontificia bolivariana,
edward.santos.2017@upb.edu.co*

Resumen

La presente investigación, pretender ofrecer una aproximación del contexto actual del turismo con fines médicos en el departamento de Santander y su área metropolitana. Se enfatizará en el análisis de variables económicas, con el propósito de determinar el impacto económico y social que ha tenido este sector en la región y más específicamente en el municipio de Floridablanca, producto de la creciente demanda de procedimientos médicos por parte de extranjeros e inclusive personas provenientes de otras partes del país. A su vez, permite esclarecer las interrogantes que surgen sobre el alcance, fortalezas y debilidades de este sector y difundir los posibles resultados que evidencien la importancia de tener en cuenta al factor turismo salud en el presente y futuro económico y social del departamento en general.

Abstract

The present research intends to offer an approximation of the current context of tourism for medical purposes in the department of Santander and its metropolitan area. Emphasis will be placed on the analysis of economic variables, in order to determine the economic and social impact that this sector has had in the region and more specifically in the municipality of Floridablanca, product of the growing demand for medical procedures by foreigners and even people from other parts of the country. At the same time, it allows to clarify the questions that arise about the scope, strengths and weaknesses of this sector and disseminate the possible results that show the importance of taking into account the health tourism factor in the present and future economic and social department in general.

Keywords/Palabras clave

Turismo de salud; Área Metropolitana de Bucaramanga; Impacto económico; Impacto social, Inversión extranjera directa, economía emergente, zona franca.

Health tourism; Metropolitan Area of Bucaramanga; Economic impact; Social impact, Foreign direct investment, emerging economy, free zone.

1. Introducción

El nivel de los servicios médicos que ofrecen los profesionales de la salud en Santander ha hecho del departamento uno de los destinos preferidos para quienes, desde el exterior, quieren someterse a tratamientos o cirugías a precios competitivos y con los más altos estándares de calidad.

La importancia del proyecto en curso radica en que el turismo de salud en el Área Metropolitana de Bucaramanga es considerado como un sector emergente, con gran potencial para el desarrollo de la región y un gran aporte para la economía del país, aportando no solo a la innovación, sino a la reducción del desempleo, la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de la población local y de la población proveniente de diversos países del mundo. Desde hace una década, empresas de salud, como hospitales y clínicas, se encuentran empleando el talento humano santandereano e invirtiendo en nuevas tecnologías que hacen más atractivo la realización de procedimientos médicos en el departamento, más específicamente, en el municipio de Floridablanca. A su vez, este sector fomenta la cultura de la región al promover el turismo en el departamento, brindando beneficios para su economía.

En la actualidad, las universidades ofrecen una amplia gama de programas educativos que se extienden desde pregrados involucrados en el campo médico hasta Doctorados, haciendo que Santander se destaque, no solo por su portafolio de servicios médicos, sino también por la calidad de sus egresados en este campo. Teniendo en cuenta lo anterior, actualmente se ofrecen procedimientos de Anestesiología, Radiología, Dermatología, Medicina Nuclear, Ginecología y Obstetricia, Medicina Interna, Oftalmología, Urología, Ciencias Biomédicas, Epidemiología, Cirugía plástica - reconstructiva y estética, Ortopedia y Traumatología, Patología, Pediatría, Ortodoncia, Endodoncia, Rehabilitación Oral, Psicología Clínica, Medicina Crítica, Cuidado Intensivo Pediátrico y Oncología, en uno de los complejos médicos más importantes tanto a nivel departamental como a nivel nacional como lo es el Hospital Internacional de Colombia (HIC).

Por otra parte, este sector ha impactado positivamente en la economía de Santander y en consecuencia ha generado 8 billones de dólares en ventas, empleos para 13.000 santandereanos, además de aportar un 8% del PIB (2013) y de poseer dos zonas francas internacionales que son la Zona Franca Permanente Especial Fosunab y el Hospital Internacional de Colombia (HIC), ya mencionado anteriormente. Estas dos últimas se caracterizan por atender a pacientes de Ecuador, Aruba, Curazao, Panamá, Estados Unidos, Alemania, Inglaterra, entre otros países.

Finalmente, se evidencia la trascendencia de este sector en los factores macroeconómicos en la economía Santandereana al ser fuente de ingresos para la región como anteriormente fue mencionado; por lo cual es importante hacer un análisis más aproximado del impacto actual que está teniendo este campo en la parte social y económica.

2. Objetivo

2.1 Objetivo general

Analizar el impacto en el área de salud en las diferentes variables económicas y sociales de Bucaramanga y su Área Metropolitana, considerando las distintas fortalezas y debilidades que presenta el sector en la actualidad.

2.2 Objetivos específicos

- Determinar la influencia del gobierno departamental y municipal y demás partes tanto públicas como privadas que están enfocadas en la exportación y aprovechamiento de servicios médicos dentro del sector de salud y bienestar en Santander.
- Definir la influencia del factor empleo en el Área Metropolitana, indagando en el impacto positivo o negativo que esta ha tenido en la región y en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- Establecer las ventajas que ofrecen las Zonas Francas permanentes especiales existentes en el área metropolitana y los beneficios que brindan a los establecimientos de salud presentes en ellas y a su vez a las personas que vienen a efectuar procedimientos médicos en la ciudad.
- Identificar las estrategias exitosas, fortalezas y debilidades del turismo médico en el ámbito nacional e internacional que permitan recomendar acciones estratégicas para generar ventajas competitivas al sector de salud en Santander y lo lleven al liderazgo.

3. Estado del Arte

La investigación en curso se cimienta en diversos estudios y referentes que han tratado de determinar el impacto del turismo salud en las economías. Según la firma McKinsey (2009), Deloitte (2008) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2009); un turista de salud, se entiende como aquel individuo que tiene como finalidad realizarse procedimientos médicos en el extranjero, en busca de obtener una mejora en la atención y en la calidad de los tratamientos a realizarse, además de una disminución en los costos y una reducción de los tiempos de espera. Estas fuentes y los diversos estudios que se han realizado previamente al proyecto en curso, ayudarán a consolidar los conceptos básicos que se deben tener presentes en la investigación, para posteriormente pasar al análisis que se ha planteado.

Por otra parte, Dwyer y Spurr (2010), nos ilustran sobre la creciente demanda de turistas interesados en mejorar su situación física, espiritual o mental. En sus estudios, recalcan el aumento del interés en los turistas internacionales y en la población en general por conservar un buen estado de salud. Adicionalmente, Mario Alberto de la Puente, en su libro titulado, turismo de salud: dinámica internacional y el caso de Colombia, proporciona un análisis más detallado de este sector en el caso colombiano, evaluando la demanda y capacidad de oferta para procedimientos médicos curativos, preventivos, estéticos y de bienestar, los incentivos que ofrece el país a los extranjeros para facilitar su desplazamiento al territorio nacional, el análisis de variables para el desarrollo del sector, la comparativa de Colombia con respecto a otros países y recomendaciones para impulsar dicho sector.

Finalmente se tomarán en cuenta los datos proporcionados por las diferentes entidades colombianas, que se encargan dar un contexto actual del turismo con fines médicos en el país. Según dichas entidades, el país se considera una nación atractiva en materia de salud gracias al reconocimiento internacional por la calidad de sus servicios y el costo de la prestación del mismo, incluyendo la exención de IVA en paquetes turísticos para extranjeros, Colombia recibe, según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, más de 50.000 personas cada año para

atender necesidades relacionadas a la medicina, sin contar los viajeros colombianos que transitan al interior del país por los mismos motivos. Y según las proyecciones del gobierno colombiano, de acuerdo con el programa para la transformación productiva, Colombia tiene oportunidades para competir en este ámbito, con una clara propuesta estratégica. Se trazó una meta para el 2030, de atraer aproximadamente 2,8 millones de turistas de salud y generar ingresos por aproximadamente 6,3 mil millones de dólares. Otra entidad a tener en cuenta es PROCOLOMBIA, que promueve este sector a nivel internacional, debido al alto nivel de formación y profesionalismo de los médicos y la tecnología de punta de las clínicas nacionales.

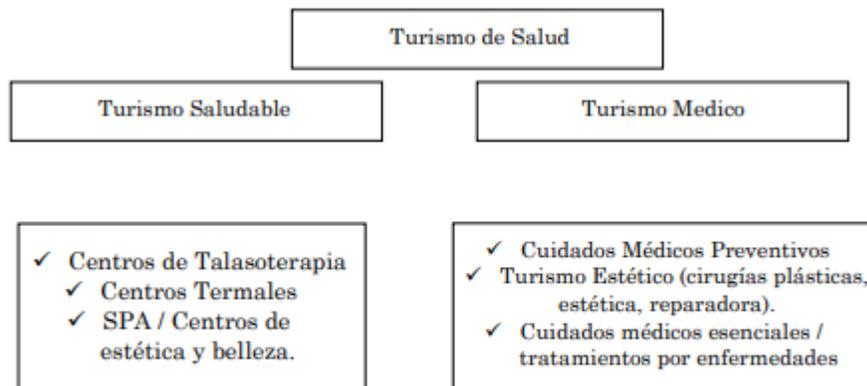


Fig. 1. Turismo de salud.

Fuente: Elaboración propia a partir de McKinsey & Company, 2010.

Si bien el gobierno busca que este sector tenga un mayor foco de inversión por parte de cada uno de los gobiernos departamentales y municipales con intermediación de organizaciones que buscan el desarrollo de la nación.

Colombia productiva, en su programa de transformación productiva (PTP), reformulo el plan de negocios para el sector de turismo salud en el año 2016, a través de la empresa sigil, la cual es una firma de consultoría internacional establecida en 2010 en Ciudad de Panamá (Panamá), fundamentada en la dirección de proyectos de desarrollo internacional en el ámbito social en América latina para entregar a este segmento una hoja de ruta con visión a 2032.

| VISIÓN A 2025 | METAS A 2025 | ¿CÓMO LOGRARLO? |
|---|--|---|
| Colombia será reconocida como uno de los líderes mundiales en Turismo de Salud, con base en una propuesta de valor de costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de servicios. | Visitantes: 2.8 millones. Ingresos directos: USD 6.300 millones | Crear el modelo de negocio para turismo de salud como modelo institucional en Colombia, fortalecer la posición de calidad con costos accesibles en los mercados objetivo y ofrecer tratamientos de bienestar basados en conocimientos autóctonos. |

Fuente: Colombia productiva

3.1 Zonas francas para el sector salud

Santander ha empezado a jugar un papel protagónico en el panorama nacional, el cual es liderado por Bogotá y Medellín. Tanto la clínica Foscal como la fundación cardiovascular de Colombia le están apostando al proyecto de zonas francas hospitalarias en Bucaramanga, el cual promete potencializar aún más la región como destino de salud.

La oferta de servicios que encuentran los extranjeros en Colombia es variada, aunque los más requeridos son cardiología, tratamientos de cáncer, oftalmología, ortopedia, odontología, exámenes médicos integrales y cirugía plástica.

PROCOLOMBIA, entidad encargada de la promoción del turismo, inversión y exportaciones no tradicionales, identificó que la oportunidad comercial para los profesionales de la salud se encuentra en el cliente final, así como las aseguradoras y médicos extranjeros.

Son varias las razones por las cuales escogen al país como destino de salud. En el desempeño global de los sistemas de salud Colombia ocupa la primera posición en Latinoamérica y el número 22 en el mundo, según la Organización Mundial de la salud (OMS).

Además, el país es pionero en la creación de sistemas propios de acreditación en salud y ha contribuido en la medicina mundial con grandes avances: válvula de Hakim (ideada para el manejo

de enfermedades que afectan el cerebro), y una vacuna contra la malaria (enfermedad tropical que ocasiona serios problemas de salud en el trópico).

4. Metodología

La presente investigación se basa en datos estadísticos, estudios previos e investigaciones, con respecto a la población del Área Metropolitana, se logrará dictaminar los parámetros a seguir, así como abordar los diferentes planteamientos con sus respectivos argumentos.

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo, ya que para analizar el impacto que ha tenido este sector en el departamento es muy importante plasmar claramente los resultados que ha tenido en los diferentes factores macroeconómicos, pero para ello, es también fundamental conocer la opinión y la perspectiva que tienen las personas sobre este tema, por lo que se realizarán diversas encuestas en las que se pueda observar cual es la satisfacción de la población en cuanto a los servicios de salud ofrecidos, cuales son los puntos a favor y en contra que tiene este sector y que estrategias podrían implementarse para así incrementar cada vez más la economía y el desarrollo de la región.

De tal forma, se logrará cumplir con los objetivos propuestos inicialmente y dictaminar una conclusión final o parcial. Además, se tomará en cuenta la metodología de investigación propuesta por Fernández, Hernández y Baptista (2010).

5. Resultados

Parcialmente se determinó que el turismo en salud ha sido un sector emergente en el departamento de Santander, ha traído diversificación en las exportaciones colombianas y ha impactado positivamente al generar empleo e ingresos en la región. A su vez, las universidades han ido

fortaleciendo el futuro de la salud colombiana, formando profesionales que vayan al nivel de sus pares internacionales, siendo el talento humano por consiguiente una ventaja competitiva a la hora de escoger a Colombia como destino de un procedimiento medico intrusivo o no intrusivo.

Adicionalmente se evidencia una estrategia consolidada para este sector por parte del gobierno, se recalca programas como el PTP –Programa de Transformación Productiva-. El cual enmarca aspectos importantes en los cuales Colombia debe mejorar, debe superar brechas en materia de infraestructura, cantidad de profesionales que laboran en esta área y niveles de bilingüismo, para de esta forma aprovechar las ventajas de tarifas competitivas y la alta calidad del talento humano. También se evidencian metas muy claras con el fin de aprovechar las ventajas en cuestiones de costos y calidad del servicio prestado, solo para contextualizar, los servicios médicos colombianos cuestan entre 10% y 35% menos que en países como Estados Unidos.

Finalmente, el resultado esperado directo de este proyecto es determinar un impacto más detallado en el Área Metropolitana de Bucaramanga para posteriormente realizar el análisis del alcance en el ámbito social y económico, adicionalmente que aspecto hay que mejorar, que aspectos son considerados una ventaja, como se ha perjudicado la región por este sector y cuales beneficios ha traído para la comunidad santandereana.

6. Conclusiones

Colombia ha afrontado diversas crisis en sectores base de su economía como lo son el petróleo y el café, al verse afectados por la inestabilidad de los precios del mercado, es por ello que desde la presidencia, el congreso y sus ramas, se han buscado nuevas formas de generar ingresos al país y de aumentar el desarrollo, apostándole a estrategias actuales como lo son las economías emergentes, es aquí donde el sector Turismo de Salud se proyecta como una excelente alternativa para dar cumplimiento a dichos objetivos y para acceder a los servicios médicos necesarios en el momento en el que una persona con afectaciones a su salud lo necesite, impulsando a que distintas zonas de Colombia tomen a este sector como un impulso para así generar un crecimiento económico y desarrollo social.

Teniendo en cuenta lo anterior y la información de la investigación que se encuentra en curso, se puede afirmar que además de generar oportunidades de crecimiento económico en el área metropolitana también hace que se originen beneficios a sectores tales como la hotelería, gastronomía y comercio, que se encuentran muy arraigados a nivel regional, ya que si bien es claro, Santander es uno de los departamentos más turísticos a nivel nacional, gracias a su diversidad de ecosistemas y a su diversidad cultural, proveniente de las 7 provincias y 87 municipios que conforman el departamento.

7. Referencias Bibliográficas

Arias, A. F., Caraballo, P. A., & Matos, N. R. (enero - junio de 2012). El turismo de salud: conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *CLIO América*, 6(11), 72;98.

Arias, M. C. P. El Turismo de Salud en Colombia y Santander: Perspectivas y Avances Hacia la Internacionalización.

Colombia, destino perfecto para el turismo de salud. (2019). Retrieved from <https://www.colombia.co/visita-colombia/colombia-destino-perfecto-para-el-turismo-de-salud/>

CCS, C. d. (2017). ¿Porque salud? Santander: Informe clúster salud. Santander: Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la. Ciudad de México*: Mc Graw Hill

Puente, P. M. A. D. L. (2017). Turismo de salud: dinámica internacional y el caso de Colombia. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Productiva, C. (2019). Turismo de Salud - Colombia Productiva. Retrieved from <https://www.ptp.com.co/ptp-sectores/historico/turismo-salud>

Santander se perfila como destino internacional de salud. (2019). Retrieved from <http://www.procolombia.co/salud-colombia/noticias-turismo-salud/santander-se-perfila-como-destino-internacional-de-salud>

Vargas Mantilla, M. (2019). Vista de Revisión de estrategias de turismo de salud e identificación de aportes para Santander Colombia. Retrieved from <https://revistas.unab.edu.co/index.php/medunab/article/view/2582/2859>

Oportunidades laborales para estudiantes de la facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, en el sector salud, en la Ciudad de Bucaramanga.

*Peña Arias, Edwing Adriann*²³

Estudiante de Semillero Capital Intangible, Universidad Santo Tomás seccional Floridablanca

Resumen

Para el siguiente artículo se contó con la participación de veintiún EPS e IPS del municipio Bucaramanga. Se analizan las decisiones que éstas toman a la hora de contratar a su personal administrativo y la importancia que les dan a los profesionales de negociación internacional. El propósito es dar a conocer qué oportunidades tienen los profesionales de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás. La muestra está constituida por 49 estudiantes de último y penúltimo nivel de dicha facultad; se indagaron sus perspectivas sobre las competencias laborales más significativas y sobre los perfiles que contratan. Ambas encuestas presentaron resultados con oportunidades para los estudiantes de Negocios Internacionales pese a que las EPS e IPS que tienen su departamento de mercadeo aun no los contratan.

Abstract

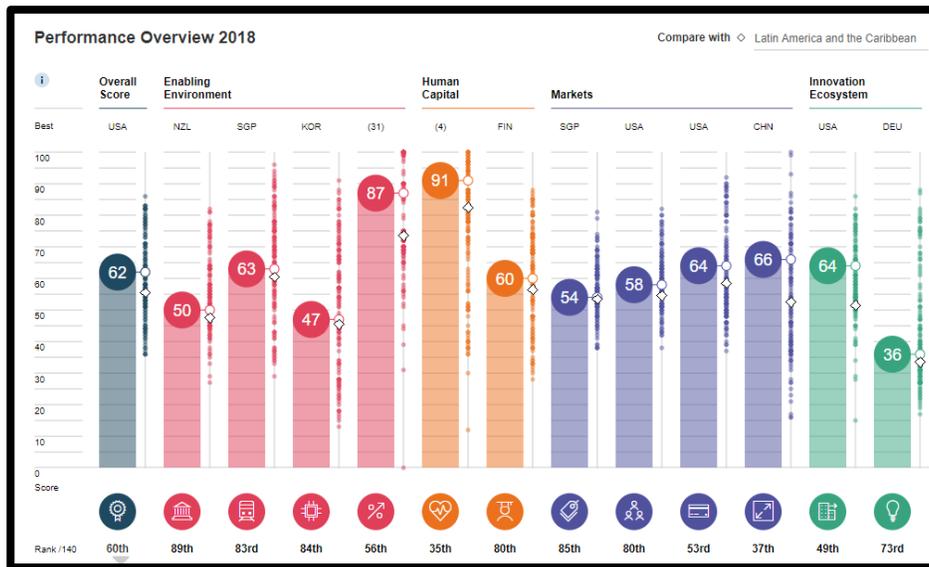
For the following article, twenty-one EPS and IPS from Bucaramanga municipality participated. The decisions that they take when hiring their administrative staff and the importance they give to international negotiation professionals are analyzed. The purpose is to make known what opportunities the professionals of the International Business School of Santo Tomás University have. The sample is constituted by 49 students of last and penultimate level of said faculty; their perspectives on the most significant labor competences and on the profiles, they hire were investigated. Both surveys presented results with opportunities for International Business students despite the fact that the EPS and IPS that their marketing department has not yet hired.

1. Introducción

²³ Bachiller Técnico Comercial del Colegio Integrado Nuestra Señora de las Mercedes Lebrija, Técnico en Contabilidad del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), estudiante de doble titulación de la facultad de Negocios Internacionales ultimo nivel académico y la facultad de Administración de Empresa ultimo nivel académico.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define el sector salud como la “...suma de todas las organizaciones, instituciones y recursos cuyo objetivo principal consiste en mejorar la salud.” (Organización Mundial de la Salud, 2005). Para efectos de esta investigación se tuvieron en cuenta Entidades Promotoras de Salud (EPS) e Instituciones Prestadoras de Salud (IPS) ubicadas en Bucaramanga y que prestan atención en salud pública a las personas. A pesar de que la investigación tuvo en cuenta solo las empresas ubicadas en Bucaramanga caben destacar que la Foscal Internacional y el Hospital Internacional de Colombia Fundación Cardiovascular (FCV) representan grandes oportunidades para que Bucaramanga y su área metropolitana puedan competir con servicios de salud y turismo de la misma área, en mercados internacionales. Un mercado con alta complejidad requiere como recurso humano calificado a profesionales de salud, pero también requiere profesionales en la negociación internacional que puedan dar soporte a las empresas de este sector en la comercialización de este tipo de servicios además del abastecimiento de insumos y tecnología.

Grafica 1. Doce pilares de Competitividad de Colombia edición 2018

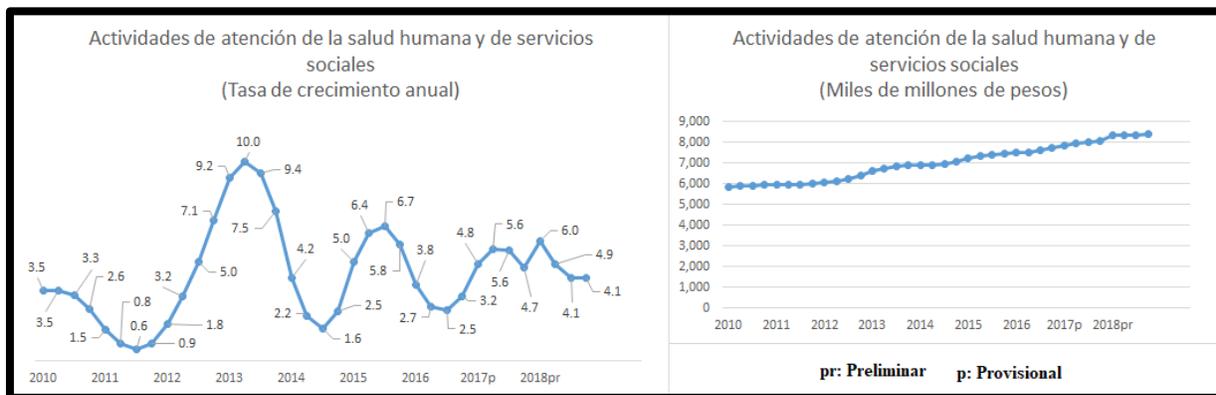


Fuente: (World Economic Forum, 2018)

La gráfica 1 muestra el estado de Colombia conforme a los doce pilares de competitividad y allí se observa gran ventaja en el pilar 4 que representa la estabilidad macroeconómica del país y en el

pilar 5 que se refiere a la salud. Según esta gráfica, se puede deducir que en Colombia la Salud se encuentra por encima del promedio de Latino América y el Caribe. Con relación a las ventas de servicios del sector salud, en los últimos años Santander “...factura aproximadamente USD \$925 millones en ventas anuales, lo que genera un aproximado de 13.000 empleos a través de más de 1.900 empresas...” (Cluster Salud, S.F.)

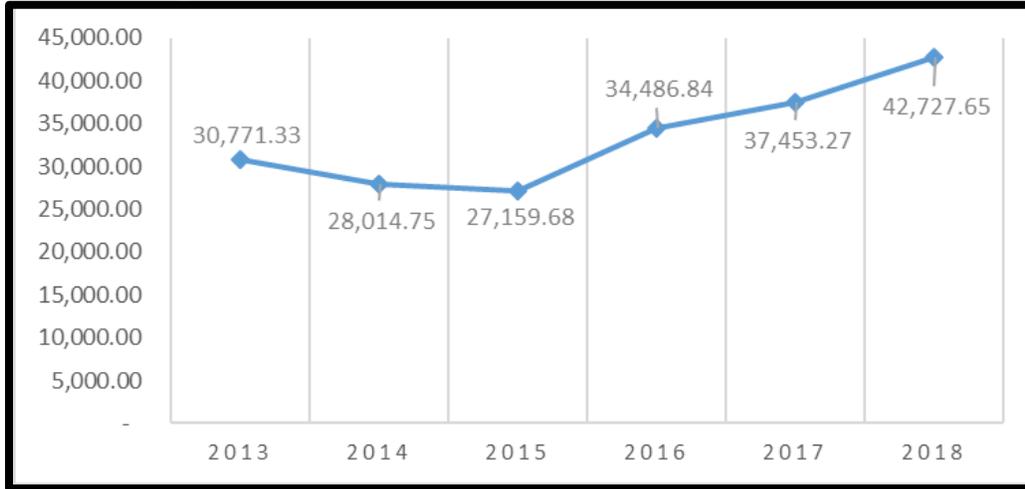
Grafica 2. Participación del sector Salud en el Producto Interno Bruto, enfoque de la producción a precios constantes (Datos Originales).



Fuente: Elaborada por autor con base en datos (DANE, S.F)

En el año 2014, la Cámara de Comercio de Bucaramanga con el apoyo de iNNpulsa, creó el clúster del sector Salud en el área metropolitana de Bucaramanga con el fin de aprovechar las ventajas comparativas y competitivas de la región. en la gráfica 2 se puede observar la influencia de dicho clúster desde su creación y la mejora hacia el crecimiento del sector salud, con un crecimiento promedio del 9% en el año 2013 y del 6% en el año 2015 siendo los años de mayor crecimiento.

Grafica 3. Exportaciones de servicios de Salud.



Fuente: Elaborada por autor con base en datos (DANE, S.F)

En la gráfica 3 se evidencia, a partir del año 2015 al 2016 las exportaciones de servicios de salud empezaron a aumentar de manera considerable en comparación a años anteriores, destacando el posicionamiento que las empresas han tenido en el mercado internacional y el valor agregado en términos de calidad de servicios prestados y competitividad del recurso humano.

2. Capital Intangible en las empresas de salud

Es necesario que los empresarios entiendan que garantizar el bienestar de sus trabajadores genera aumento en la productividad de la misma empresa. Los trabajadores inconscientemente mezclan sus problemas personales con los laborales y en el sector salud, los usuarios son quienes tienen más problemas a diferencia de otros sectores; esta situación genera tensiones en los trabajadores y crean un efecto dominó en los diferentes procesos: así, los pacientes en situación de fragilidad presionan a médicos y enfermeras, quienes a su vez presionan a los departamentos encargados de suministrar y gestionar los tratamientos por lo que se termina afectando toda la compañía.

El artículo “Los recursos humanos en salud según el nuevo modelo de atención en Ecuador” mide un antes y un después las estrategias implementadas por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP) entre los años 2012 y 2015. El panorama del recurso humano en el sector salud por medio de una nueva normatividad, dio como resultados el cumplimiento de los estándares de

planificación, gestión, formación y desarrollo mediante el departamento de talento humano, capacitando y creando fondos y becas para el fortalecimiento de profesionales en el área de salud, cerrando las diferentes brechas que se presentaran en términos de educación y reduciendo las deficiencias de conocimiento. además de una norma que mejora y regula la remuneración salarial de los trabajadores con bonificaciones dependiendo de la ubicación geográfica en áreas de difícil acceso, incentivando a profesionales de salud para obtener una mayor cobertura en las diferentes zonas del territorio. Estos cambios al tener concordancia con la reforma contribuyeron a resolver problemas que venían desde años anteriores mejorando la calidad de vida de los trabajadores del sector salud y por consiguiente la de los pacientes (Espinosa, De la Torre, Acuña, & Cadena, 2017). Es cierto que las normas impuestas por el Gobierno pueden garantizar un buen o mal clima laboral, pero también influye el trato por parte de los superiores a sus trabajadores. El siguiente escrito “Evaluación de la gestión del talento humano en entorno hospitalario cubano” se menciona el estudio realizado a los procesos de gestión integral del capital humano tomando como muestra por criterios en 2015 al Centro Especializado Ambulatorio de Cienfuegos a 32 trabajadores con un cuestionario ad hoc validado por expertos, el cual contenía temas de evaluación del desempeño, motivadores para el anclaje laboral, predictores de práctica exitosa, cultura organizacional y estilo de liderazgo; la investigación resaltó la percepción de elementos que consideran los trabajadores desestimulantes, en donde identificaron recompensas precarias y comunicación deficiente además de formalidades burocráticas excesivas, recursos insuficientes, presiones por falta de tiempo, problemas que desmotivan a los trabajadores desmejorando el servicio prestado por ellos, aunque también la investigación arrojó resultados positivos hacia los líderes de la institución, quienes dan libertad a los trabajadores, permitiendo que valoren más sus procesos e incentivarlos a desarrollar más sus habilidades, fomentando la tolerancia entre las diversas opiniones, ofreciendo incentivos al trabajo creativo, exponiendo otras culturas y formas de pensamiento y por último permitiendo considerar las opiniones de los usuarios. (López Puig, Díaz Bernal, Segredo Pérez, & Pomares Pérez, 2017).

Richard Branson dice “Los clientes no son lo primero, los empleados son lo primero, si cuidas de ellos, ellos cuidaran de tus clientes”, afirmación nada lejana a la realidad y es por ello que el departamento de talento humano juega un papel importante en el crecimiento de la empresa, en

donde se encarga de diagnosticar y analizar a los empleados midiendo sus capacidades y habilidades. "Evaluación del desempeño y motivación del personal en los Institutos de Investigaciones de Salud" investigación que midió el desempeño del recurso humano en salud y la motivación del personal en los Institutos de Investigaciones, tuvo en cuenta a los institutos de investigaciones de la facultad de medicina y odontología de la Universidad del Zulia, dando como resultados la ausencia de evaluaciones de desempeño, ausencia de reconocimientos frecuentes al personal, la no aplicación de la norma cuando esta no es cumplida. Estos factores no permiten la retroalimentación y el destacar el rendimiento de los trabajadores, siendo importante para el personal percibir su propio desempeño (Urdaneta Quintero & Urdaneta Quintero, 2013).

Complementando el planteamiento del autor anterior, "El recurso humano, factor de competitividad en el sector salud" realizó un análisis de la gestión del recurso humano en una organización que busca la competitividad por lo que se revisó la normatividad en materia del talento humano en el sector salud; se destaca al talento humano como un pilar de toda organización el cual debe potenciar a la empresa en beneficio de los objetivos de esta al tener en cuenta todos los autores para el desarrollo de estrategias a través de acciones administrativas que permitan generar una ventaja competitiva al mercado en donde se hace necesario políticas que promuevan el bienestar de la población integrando a los profesionales de salud y el necesario mejoramiento del clima laboral, el cual afecta a la prestación de servicios (Piteres Redondo, Cabarcas Velázquez, & Gaspar Hernández, 2018)

Haciendo una revisión literaria de publicaciones nacionales e internacionales especializadas desde inicios de los años noventa que influyan en la calidad de los servicios de salud "Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing" documento dirigido al panorama Colombiano, realiza un análisis acerca de la experimentación de Colombia en diferentes procesos en sus servicios de salud, y el artículo desde un enfoque dirigido hacia el marketing y su importancia, reconoce al paciente como cliente y consumidor por lo que se es necesario tener en cuenta diferentes ámbitos y autores que influyen, para plantear estrategias acordes. En base a las encuestas de calidad de vida (ECV), adelantadas en 1997 y 2003 que hacen una indagación sobre los servicios de salud en Colombia se ha percibido la mala atención del personal, trámites excesivos, infraestructura deficiente, entre otros que perciben hasta hoy en día,

pero el hecho de conocer solo el punto de vista del cliente no permite obtener un panorama que permita avanzar en los desarrollos y mejoras de los servicios por lo que no se debe excluir las perspectivas técnicas, médicas y científicas de los trabajadores, además del desarrollo y aplicación de metodologías más fiables para la medición crítica (Losada Otálora & Rodríguez Orejuela, 2007).

Con base a los artículos de este apartado se puede obtener la conclusión de que la prestación de servicios tiene mayor complejidad que la comercialización de bienes, a pesar de que hoy en día se comparta el pensamiento de que las empresas también deben garantizar el bienestar de sus trabajadores, los servicios al poseer características como intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y un carácter perecedero, se hace necesario el trabajo en equipo por parte de los departamentos de talento humano y el departamento de mercadeo.

3. Perspectivas laborales de los jóvenes

Los retos y perspectivas que poseen los jóvenes son cada vez más, debido a los avances científicos, alta especialización en la educación, el cambio en ideologías sociales, entre otros marcados por las tendencias del siglo XXI, presentando nuevas oportunidades y retos para todas las generaciones. Para ello se realizó una revisión de antecedentes nacionales e internacionales en investigaciones referentes a la caracterización de los jóvenes y sus iniciativas laborales, de los antecedentes revisados se resaltan varias problemáticas que abarcan desde la ideología de género y la relevancia de la mujer, hasta los obstáculos que presentan los jóvenes para lograr optimizar su aprendizaje. Además de las influencias de los gobiernos por medio del apoyo o descuido a las nuevas generaciones

En Reino Unido “Young people and the post-recession labour market in the context of Europe 2020” investigación también secundaria, realizada a dos tipos de trabajadores jóvenes, en primera instancia a aquellos que ingresan al mercado laboral desde la educación escolar o universitaria, generalmente en el rango de edades de 15 a 24 años, y en segunda a aquellos que ya han ingresado al mercado laboral, pero no han encontrado un trabajo seguro, con el fin de examinar la recesión mundial, junto a la flexibilización general de los mercados laborales, y como esta ha ido afectando a los jóvenes. Los autores identifican diferentes formas de exclusión social, como el desempleo, los contratos de trabajo temporales y los períodos de inactividad. así como la inseguridad subjetiva

que surge de dicha exclusión del mercado laboral y como los Estados miembros de la Unión Europea han abordado este problema, especialmente como parte de respuesta a su crisis. Con ello obtuvieron resultados en donde predicen un mayor deterioro del mercado laboral en los próximos años, siendo los trabajadores jóvenes los más afectados, en donde varias organizaciones incluida la comisión Europea se han comenzado a centrar en las formas de abordar esta problemática en sus agendas políticas, y es que los jóvenes tienden a volverse más marginados, como se evidencio en la ola de disturbios sociales con disturbios juveniles y manifestaciones masivas en países como España, el Reino Unido y Grecia, por la falta de consideración al no tener en cuenta estas problemáticas generadas por el aumento de la inseguridad sistemática y la segmentación de los jóvenes, sobre todo el no atender los problemas de los jóvenes de 25 a 35 años, además de la falta de atención por parte de los sindicatos hacia los problemas de los trabajadores más jóvenes, en donde resaltan la necesidad de tener en cuenta medidas para abordar los diversos retos, además de un cambio a la estructura política, social y legislativa dirigidas hacia lo laboral, como también replantear las políticas sindicales (Chung, Sonja, & Hester, 2012)

Además de la problemáticas que giran en torno al género, como también el gobierno mediante la legislación y la predisposición en la aplicación de las normas influyen en los temas laborales, en Chile el proyecto “Incertidumbre y trayectorias complejas: un estudio sobre expectativas y estrategias laborales de jóvenes y adultos en Chile” analiza las perspectivas y expectativas que tienen los jóvenes frente a la actividad laboral, posean o no experiencia para desempeñarse en la labor que elijan y cuales han sido los obstáculos y necesidades que han tenido que enfrentar en esta trayectoria, por medio de una investigación primaria con una muestra de 87 jóvenes y adultos jóvenes cuyas edades fluctuaban entre los 17 y 32 años que poseían diferentes estudios, percibieron que la falta de recursos y el querer tener su propio negocio son algunos de los factores por los cuales muchos jóvenes desistieron en sus estudios, sumados a la creencia de que los únicos trabajos que les ofrecen no van con su nivel académico, pero aun así no rechazan la oportunidad de seguir estudiando, manteniendo altas sus expectativas en el diseño de un plan futuro para sus vidas (Sepúlveda, 2017)

En el libro “Los jóvenes y el empleo en América Latina: desafíos y perspectivas ante el nuevo escenario laboral” almacenado en el repositorio digital de la CEPAL. Se hace mención la

investigación “Paraguay: expectativas y estrategias laborales de los jóvenes. J. Weller, Los jóvenes y el empleo en América Latina: desafíos y perspectivas ante el nuevo escenario laboral” la cual busca analizar la integración de los jóvenes con el mercado laboral, teniendo como muestras jóvenes entre los 14 y 24 años sin experiencia laboral y otro grupo compuesto por jóvenes- adultos entre los 25 a 29 años con experiencia laboral, analizando de estos dos grupos sus expectativas laborales, obteniendo como resultado que el grupo de jóvenes menores de 24 años desean para su futuro ser profesionales, tener casa propia y alcanzar una estabilidad económica y personal, pero para algunos jóvenes que se encuentran en este rango y con posibilidades reducidas de estudiar ven el emprendimiento como algo lejano y muchos se dedican a la delincuencia, mientras que los jóvenes mayores de 25 solo aspiran a tener un buen trabajo con buena remuneración para sobrevivir económicamente con su familia, resaltando la resignación de estos grupos con sentimientos rezagados dados por las pocas oportunidades laborales, generándose así sentimientos de rencor por las empresas u organizaciones, sintiéndose despreciados por estas (Weller, 2006) Por último, los estereotipos generacionales generan una problemática para las organizaciones ya que se dificulta la inserción del personal joven y la adaptación de este a las prácticas empresariales y la cultura organizacional que en ellas prevalece.

4. Metodología

Este artículo es con base al proyecto de investigación “Análisis de las perspectivas y fuerzas de trabajo por la cual se inclinan los jóvenes de la división de ciencias Administrativas, económicas y contables de la USTA seccional Bucaramanga al momento de iniciar su vida laboral” del semillero Capital Intangible perteneciente a la universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga. Para la investigación se realizó una recolección de datos a través de fuentes de información *Secundarias* (Artículos científicos de páginas como Sage Journals, Google Scholar, Google Académico, Scopus, entre otras) y *Primarias* (Encuestas o Cuestionarios) La aplicación de encuestas se realizó a los estudiantes de la Universidad Santo Tomás de la Facultad de Negocios Internacionales de último y penúltimo nivel académico. también se llevó a cabo encuestas para identificar las necesidades de personal, las competencias laborales relevantes para el sector y las oportunidades laborales que poseen los jóvenes.

Muestreo por conveniencia: Empresas ubicadas en Bucaramanga que permitieron la ejecución de las encuestas en su organización, obteniendo la participación de 21 empresas.

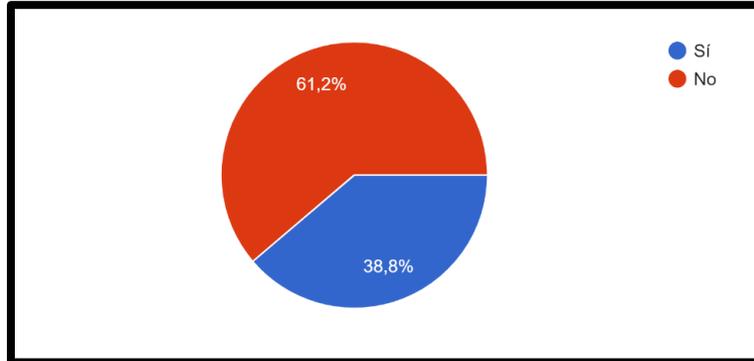
Muestreo estadístico probabilístico: Estudiantes de la facultad de Negocios Internacionales que brindaron su apoyo del último y penúltimo semestre, en donde la población de estudiantes fue suministrada por la secretaria de la facultad de Negocios Internacionales la cual correspondió a una población de 52 Estudiantes y los estudiantes que accedieron a responder la encuesta fueron 49, en cuanto al muestreo se tuvo en cuenta un nivel de confianza del 95%, un error muestral del 5% y para los valores de P y Q un 0.5, dando como una muestra de 46 estudiantes mínimo por lo que se cumplió con los estudiantes proyectados.

Para determinar un aproximado de la cantidad instituciones del sistema general de seguridad social en salud, del municipio de Bucaramanga, referente a IPS y EPS(S) se obtuvo la información del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia con fecha de última actualización el 4 de febrero de 2019, mostrando un total de 45 empresas (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, 2019), pero cabe mencionar diversas dificultades presentadas en la aplicación de las encuestas, destacando la baja disposición de las entidades a participar en el proceso de investigación.

5. Resultados

5.1 perspectivas laborales de los estudiantes de negocios internacionales de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga.

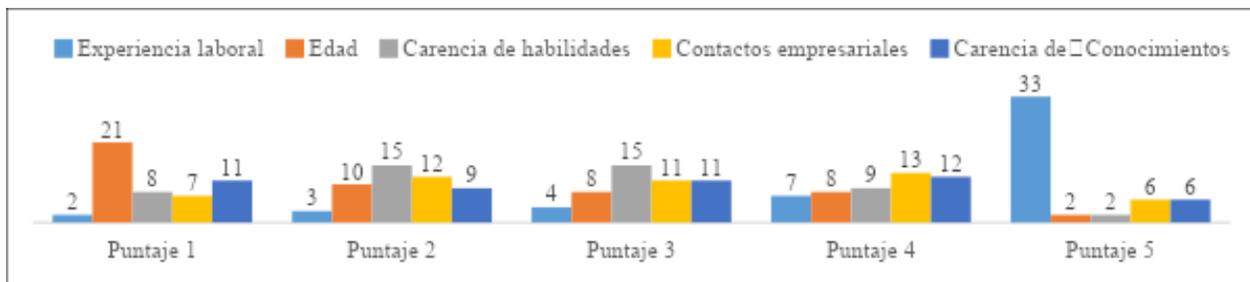
Grafica 4. *Perspectiva de los jóvenes en la relación de las oportunidades laborales y la influencia del Sexo.*



Fuente: Realizado por autor.

En la grafica 4 el 61.2% consideran que el sexo no influye para encontrar oportunidades laborales, mientras que el 38.8% que consideran que el sexo esta relacionado con las oportunidades laborales argumentando que en ciertos campos los hombres o mujeres tienen mas oportunidades. Bolotny & Emanuel, (2018), realizaron un estudio en Massachusetts Bay Transportation Authority emplearon factores en donde los hombres y mujeres tienen las mismas reglas y beneficios, el reglamento del metro de Boston establece salarios que dependen de la antigüedad en donde los trabajadores tienen la posibilidad de elegir las rutas. Los investigadores analizaron el periodo entre 2011 y 2017, lo que arrojó como resultado que el 83% de los varones optaban por trabajar mas horas extras que sus colegas femeninas, propensos también a aceptar rutas y tiempos más complejos, llegando a la conclusión de que la “brecha salarial” está dada más por la toma de decisiones.

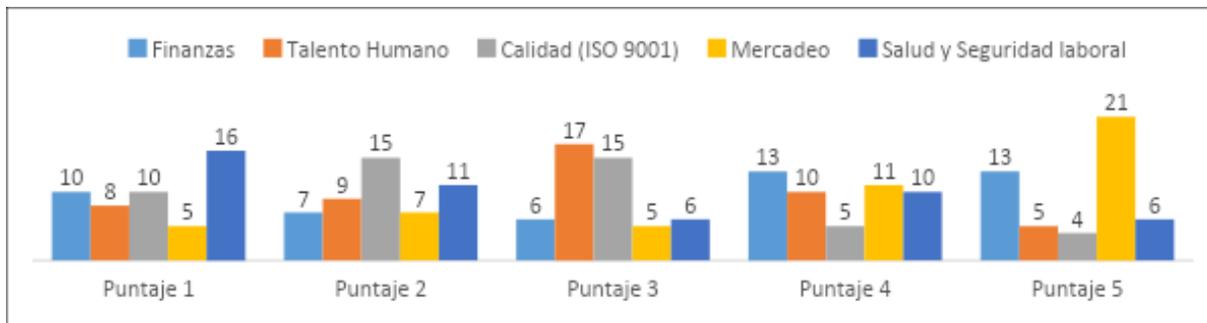
Grafica 5. *Perspectiva de limitaciones al ingresar al mundo laboral.*



Fuente: Realizado por autor.

La grafica 5 se destaca la experiencia laboral que representa al 67.35% de los encuestados y consideran que en muchos casos las empresas solicitan experiencia laboral en el puesto especifico por lo que para obtenerla consideran que los contactos empresariales influyen. Por ultimo la menor limitacion al ingresar al mundo laboral es la edad, considerada por el 42.85% de los encuestados.

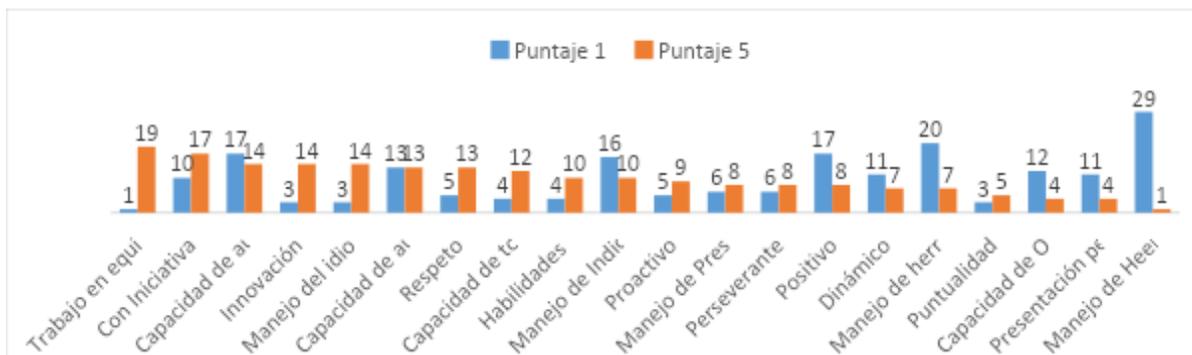
Grafica 6. Áreas a profundiza por parte de los estudiantes de Negocios Internacionales



Fuente: Realizado por autor.

La grafica 6 da a conocer la preferencia de los jóvenes de Negocios Internacionales en las áreas en las cuales desean profundizar. El 42.85% de los encuestados tienen el área de mercadeo, el 26.53% optan por el área de finanzas, para ello cabe resaltar que el área de relaciones internacionales y el área de logística se tuvieron en cuenta para el área de mercadeo, influyendo en el resultado obtenido por el área de mercadeo.

Grafica 7. Competencias que consideran que son de mayor o menor requerimiento.

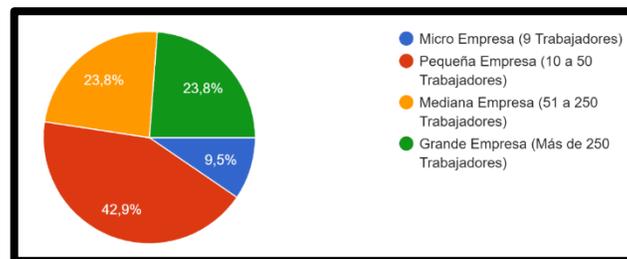


Fuente: Realizado por autor.

En la gráfica 7 se tuvieron competencias correspondientes al ser, saber hacer y actitudes por separado en la encuesta, pero para su interpretación se unieron mediante Excel, por lo que en la gráfica se representa la cantidad de encuestados que respondieron y valoraron cada competencia y no el porcentaje. Como se puede observar se destacan las habilidades en cada categoría el trabajo en equipo, la capacidad de automotivación, el manejo del idioma ingles y el ser proactivo, mientras que habilidades como el manejo de herramientas tecnológicas, herramientas ofimáticas y manejo de indicadores, no son muy tenidas en cuenta.

4.2 Oportunidades laborales de los estudiantes de negocios internacionales en empresas del sector salud.

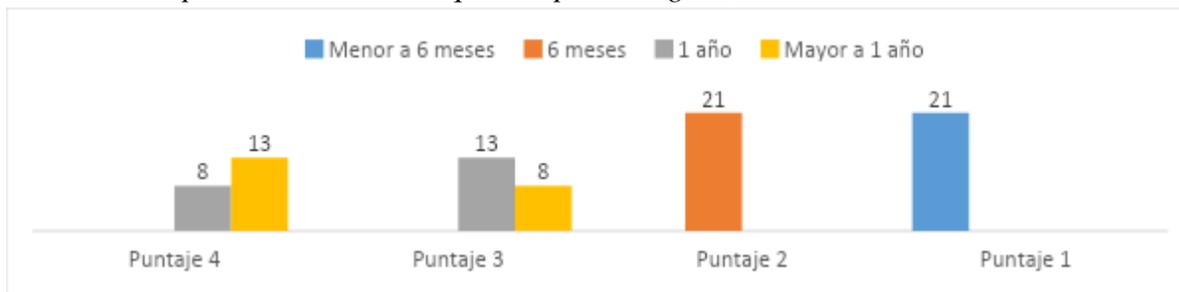
Grafica 8. Tamaño de las empresas encuestadas



Fuente: Realizado por autor.

Como se representa en la gráfica 8, de las 21 empresas encuestadas correspondiente al 42.9% siendo pequeñas empresas, muestran más disponibilidad y participación en el estudio, además de ser uno de los tamaños de empresas que más se observan en la malla empresarial colombiana.

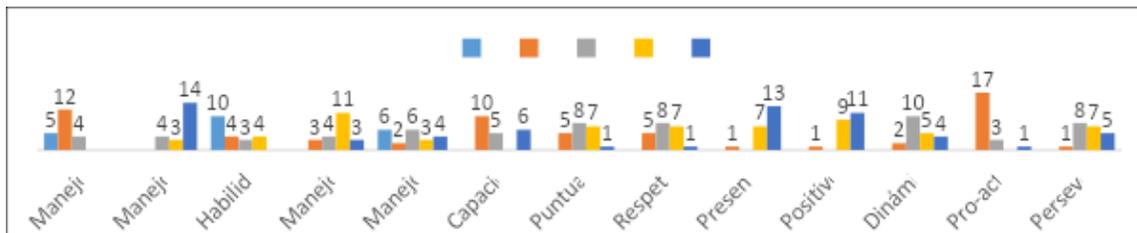
Grafica 9. Experiencia Laboral requerida por la organización.



Fuente: Realizado por autor.

En la gráfica 9, el 61.90% de las empresas requieren que su personal tenga experiencia mayor a 1 año, mientras que el 38.09% requieren personal con experiencia de hasta 1 año, confirmando las perspectivas de los estudiantes en la importancia de poseer experiencia laboral a la hora de laborar, pero cabe destacar que ciertas empresas afirmaron que la experiencia laboral solo es requerida para ciertos puestos y a pesar de que la experiencia laboral sea nula o sustancial, los profesionales son sometidos a capacitaciones.

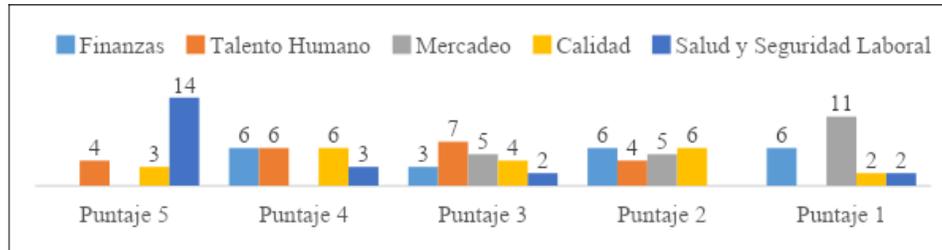
Gráfica 10. Competencias requeridas por las organizaciones en el Sector Salud.



Fuente: Realizado por autor.

En la grafica 10 se destacan las competencias mas importantes, entre ellas las habilidades comunicativas, el ser proactivo y el manejo de herramientas ofimaticas. Alles (2007) experta en capital humano divide en tres las competencias que deben poseer todos los miembros de las empresas, las competencias cardinales, son necesarias en todos los integrantes de la organización destacadas por los estudiantes en la grafica 7 entre ellas la mas destacada fue el trabajo en equipo, por otro lado, las competencias del conocimiento de Alles enmarcadas en las herramientas al servicio del negocio destacan en la gráfica 10 por las empresas ya que el manejo de herramientas informaticas garantizan la efectividad en los diferentes procesos de la organización. (ALLES, 2007)

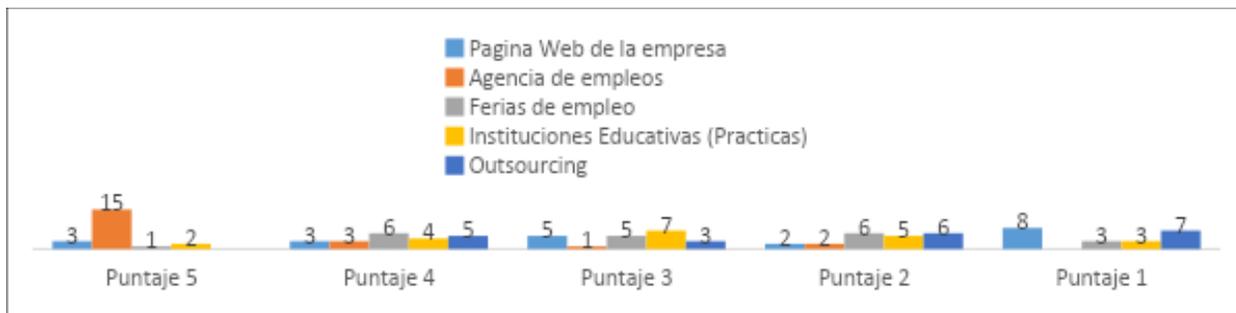
Grafica 11. Áreas que requieren profesionales especializados.



Fuente: Realizado por autor.

En la gráfica 11 se destacan las especializaciones en salud y seguridad laboral con 66.66% de preferencia, talento humano con un 19.04% y finalmente calidad con 14.28% lo que representa oportunidades para aquellos que decidan especializarse en estas áreas, en cuanto al área de mercadeo representando al puntaje 1 con un 52.38%, se ve reflejada la poca importancia que se le da a esta área, sobre todo siendo pilar para el crecimiento e internacionalización de las empresas.

Grafica 12. Canal de reclutamiento más usado por la empresa.



Fuente: Realizado por autor.

El grafico 12 dio como resultado que el 71.42% de las empresas usan las agencias de empleos como canal de reclutamiento. Es necesario que aquellos estudiantes en busca de oportunidades laborales tengan en cuenta dicho canal, ya que es de preferencia por las empresas por su facilidad para el contacto entre empresas y profesionales.

Conclusiones

Los estudiantes de Negocios Internacionales que deseen laboral en el sector salud cuentan con oportunidades siempre y cuando las aprovechen, en donde se hace necesario que se capaciten en herramientas ofimáticas y manejo de softwares empresariales, además de que esto les permite no solo oportunidades laborales en el sector salud sino en los demás sectores.

Las empresas no tienen muy en cuenta la importancia del área de mercadeo y el pilar que representa en el mercado globalizado actual. El área de mercadeo permite que las empresas perfeccionen los servicios y productos que ofrecen, agregando valor, al tener en cuenta no solo nichos de mercados para ofertarlos, sino también posibles aliados y proveedores para minimizar los recursos en los diferentes procesos y así poder utilizar los recursos ahorrados en el perfeccionamiento de sus tecnologías y el desarrollo y capacitación de sus empleados.

Las nuevas tecnologías y los avances en diferentes campos de la ciencia cada vez van más de la mano, como lo es la biotecnología, por lo que es importante destacar la asimilación de nuevas tecnologías en las diferentes tecnologías, siendo necesario que los profesionales internacionales tengan como mínimo el conocimiento y manejo de herramientas ofimáticas.

Referencias

- ALLES, M. (2007). *Gestión por competencias: el diccionario*. Ediciones Granica SA.
- Bolotnyy, V., & Emanuel, N. (2018). Why Do Women Earn Less Than Men? Evidence from Bus and Train Operators. *Working Paper*.
- Chung, H., Sonja, B., & Hester, H. (2012). Young people and the post-recession labour market in the context of Europe 2020. *European Review of Labour and Research*, 18(3), 301-317.
- Cluster Salud. (S.F.). *Cluster Salud*. Obtenido de Cluster Salud:
<http://clustersantander.com/cluster-salud/index.php>
- DANE. (S.F). *DANE información para todos*. Obtenido de Producto Interno Bruto (PIB) Históricos: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>
- Espinosa, V., De la Torre, D., Acuña, C., & Cadena, C. (2017). Los recursos humanos en salud según el nuevo modelo de atención en Ecuador. *Panamericana de Salud Pública*, 41,

e52. Obtenido de https://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1020-49892017000100222

López Puig, P., Díaz Bernal, Z., Segredo Pérez, A. M., & Pomares Pérez, Y. (2017). Evaluación de la gestión del talento humano en entorno hospitalario cubano. *Cubana de Salud Pública*, 43, 3-15.

Losada Otálora, M., & Rodríguez Orejuela, A. (2007). Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing. *Cuadernos de Administración*, 20(34).

Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. (4 de Febrero de 2019). *Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. Obtenido de <https://www.datos.gov.co/Salud-y-Proteccion-Social/IPS-y-EPS-s-Municipio-de-Bucaramanga/kjnk-8pnx>

Organización Mundial de la Salud. (09 de Noviembre de 2005). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/features/qa/28/es/>

Piteres Redondo, R., Cabarcas Velázquez, M., & Gaspar Hernández, G. (2018). El recurso humano, factor de competitividad en el sector salud. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 6(1), 93-101.

Sepúlveda, L. (2017). *Incertidumbre y trayectorias complejas: un estudio sobre expectativas y estrategias laborales de jóvenes y adultos en Chile*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad Alberto Hurtado: <http://repositorio.uahurtado.cl/handle/11242/8499>

Urdaneta Quintero, O., & Urdaneta Quintero, M. (2013). Evaluación del desempeño y motivación del personal en los Institutos de Investigaciones de Salud. *Ciencias Sociales (RCS)*, 19(4).

Weller, J. &. (2006). *Los jóvenes y el empleo en América Latina: desafíos y perspectivas ante el nuevo escenario laboral*. Cepal.

World Economic Forum. (2018). Obtenido de <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/country-economy-profiles/#economy=COL>

El ferrocarril como dinamizador ecoturístico en el tramo Faca-Dorada Departamento Cundinamarca Colombia

Rojas Burgo, Efren Eduardo.

Docente líder de semillero Vía Apia crecimiento, desarrollo y expansión. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Centro Regional Madrid (CRM). Tecnología Logística Empresarial (TLEM). Master: logística Integral y Comercio Internacional. Administrador de Empresas. efren.rojas@uniminuto.edu. ORCID: 0000-0003-3712-8617. Móvil 3125092692

Resumen

La economía Colombiana ha venido teniendo transformaciones drásticas en sus diversos renglones ya que hoy se habla de revolución tecnológica y producción verde por ende para este caso se estudia la relación existente entre el ferrocarril y la actividad turística verde en el tramo Faca-Dorada, el objetivo es analizar los factores asociados a la generación de proyectos turísticos con la reactivación del corredor férreo Faca- Dorada del departamento de Cundinamarca Colombia en las poblaciones de Bagazal, Villeta, Tobia, Utica, Guaduas y Puerto Salgar. La metodología utilizada es acción participación donde la comunidad objeto de estudio es el actor principal ya que hay inclusión total de la misma. Donde en discusiones, charlas y grupos focales reconocen su realidad y plantean soluciones objetivas. La población objeto de estudio son los habitantes del corredor férreo Faca-Dorada. Para la recolección de información se utilizan diversos instrumentos tales como: encuestas validadas, entrevistas, reuniones de discusión, 30 personas claves que aporten al proceso y asociaciones como aliados estratégicos. El estudio se realiza sobre una población de 348.811 con una muestra de 238 personas para la elección de los encuestados se utiliza muestreo aleatorio simple. Como resultado preliminar se ha podido observar que no hay un planteamiento estratégico para la reactivación del corredor férreo por parte del estado ni de la comunidad. La población argumenta que el abandono del ferrocarril ha ido en detrimento de su calidad de vida en razón a que el mismo facilitaba el dinamismo comercial.

Palabras Clave: *dinamizador, ferrocarril, tramo, turismo,*

Summary

The Colombian economy has been having drastic transformations in its various lines because today there is talk of technological revolution and green production, therefore, for this case, the relationship between the railroad and the green tourism activity in the Faca-Dorada section is studied, the objective is to analyze the factors

associated with the generation of tourism projects with the reactivation of the Faca to La Dorada railway of the department of Cundinamarca Colombia in the towns of Bagazal, Villeta, Tobia, Utica, Guaduas and Puerto Salgar. The methodology used is the action participation where the communities the object of study and also the main actor since there is total inclusion of the same community. Where the discussions, talks and focus groups recognize their reality and propose the objective solutions. The population under study are the inhabitants of the railroad Faca-Dorada. For the collection of information, some instruments are used such as: validated surveys, interviews, discussion meetings, 30 leader people that contribute to the process and associations as strategic allies. The study is conducted on a population of 348,811 with a sample of 238 people for the choice of surveyed people using simple random sampling. As a preliminary result it has been observed that there is not an approach strategy for the reactivation of the railway by the state or the community. The population argues that the abandonment of the railway has been detrimental to their quality of life because it facilitated the commercial dynamism in the area.

Keywords: *dynamizer, railway, tourism, section*

1. Introducción

La investigación pretende responder a la pregunta ¿la reactivación del ferrocarril en el tramo Faca–Dorada sería un dinamizador ecoturístico para los habitantes de los municipios que son vecinos de este corredor férreo? El problema planteado pretende determinar la relación existente entre las variables 1) factores que influyen en la reactivación del ferrocarril, en el corredor Faca-Dorada. 2) El crecimiento turístico y socioeconómico, de los habitantes de la zona geográfica de estudio.

La importancia del problema reviste en que el corredor férreo de estudio atraviesa los municipios de Faca, Alban, Sasaima, Villeta, Nimaima, Utica, Caparrapi, Guaduas, Puerto Salgar y Dorada y recorre 162 Km, cuenta con 21 estaciones algunas de ellas por el saqueo y el abandono del estado se encuentran en total deterioro. Es de aclarar que mediante decreto 746 del 24 de abril de 1996 se declara “como monumento nacional el conjunto de las estaciones del ferrocarril existentes en el país”. Dentro del tramo existen importantes destinos que son posibles nodos de

desarrollo turístico como es el caso de Sasaima, Bagazal, Villeta, Tobia, Utica, Dindal y Puerto salgar.

De acuerdo con el censo Dane 2005 y las proyecciones existentes a 2018 de poblaciones para las zonas en estudio sería aproximadamente de 348.811 personas para 2018, por ende La magnitud del estudio es de altísimo impacto. El tramo presenta a su alrededor una fuerte vocación agropecuaria en los municipios pequeños, lo que es posible articular entre las fincas productivas y proyectos turísticos que permitan generar crecimiento económico y social en las familias de estas zonas aprovechando la infraestructura existente como los trapiches, procesadoras de café, cultivos de caña y frutales, aprovechamiento de las cuencas hidrográficas como es el caso del cañon del Rio Negro tal como lo hacen en Tobia vereda de Nimaima. Es de resaltar que Villeta y Sasaima ya han iniciado un proceso de desarrollo ecoturístico pero el ferrocarril les permitiría un diferencial frente a otros modelos.

Se observa un fuerte cambio en las actividades económicas de la explotación de la tierra hacia la prestación de servicios, por ello es importante buscar fuentes de ingresos que le permitan a estos habitantes conservar el arraigo por su tierra, sus costumbres y el desarrollo regional. La investigación se alinea con los planes de desarrollo nacional, departamental y regional ya que cada uno de ellos contempla planes de turismo sostenible.

2. Marco teórico.

La apertura del país supone el desarrollo de una infraestructura de transporte que mire nuevamente la ruta a sus puertos y también la infraestructura y limitaciones de sus puertos. Por lo primero, debemos recuperar las vías fluviales y férreas que son más eficientes que las vías carreteras para el movimiento de carga. El transporte de carga por camión debe quedar restringido a las operaciones de reparto o distribución, pero no deben constituirse en los ejes primarios de carga, como ocurre hoy (Duque, 2016).

Es necesario hablar de un punto importante como es el costo social que no es otra cosa que la medición del ahorro en recursos que le proporciona a la economía el ferrocarril tal como lo define (Herranz, s.f), el cálculo del ahorro social de una inversión determinada no es sino un ejercicio de análisis coste-beneficio aplicado. El ahorro social se define habitualmente como la diferencia entre el coste real ferroviario de bienes y viajeros en una año concreto y el coste de transportar las mercancías y pasajeros por medios alternativos.

Tabla 2. El ahorro social del transporte ferroviario en varias economías latinoamericanas

| | Ahorro social del transporte de mercancías / PIB (%) | Ahorro social del transporte de pasajeros / PIB (%) |
|-------------------|--|---|
| Brasil (1913) | 18,1 – 37,7 | 2,1 – 4,4 |
| México (1910) | 24,9 – 38,5 | 1,4 |
| Uruguay (1912-13) | 3,8 | 1,9 |
| Argentina (1913) | 26,0 | nd |
| Colombia (1927) | 3,4 – 7,9 | nd |

Fuentes: Summerhill (2005); Coatsworth (1979); Herranz-Loncán (2011); Sumerhill (2000); y Ramírez (2001).

nd: no disponible.

Fuente: Herranz (s.f)

Como se puede observar en la tabla anterior en varias economías latinoamericanas evidencia que el ferrocarril genera un ahorro beneficiando al consumidor incrementando su excedente.

Tomando como referente el caso exitoso del tren de Vale Brasil el cual habla que el transporte ferroviario no sólo se utilizó como medio de locomoción, sino que se redefinió como producto turístico, como en el caso del tren turístico del valle. Page (2008:47-48) afirma que el tren es más que un medio de transporte y que puede ser considerado un transporte como turismo, ya que su desplazamiento combina potencial de alto valor intrínseco como una experiencia turística. (Galvao, et al, 2010)

Si bien es cierto la recuperación es onerosa ya que la vía presenta hundimientos, fallas geológicas, derrumbes, movimientos de masa, colapso de alcantarillas, entre otras problemáticas, existen estrategias para su adecuación como estudios en los que se plantea que el desarrollo de mercado de capitales facilitaría la participación de inversionistas de largo plazo en proyectos de

infraestructura de transporte, bajo la figura de alianzas público privadas tal como lo describe (Marquez, 2017).

El estudio toma como referente la teoría del desarrollo sostenible que fue formulada por primera vez en 1987 por el informe Brundtlandes (comisión mundial del medio ambiente y desarrollo) entendida con el principal objetivo de proteger la naturaleza y a la vez de satisfacer las necesidades presentes, en la década del 60 identifican los graves problemas ambientales, a partir de lo anterior determinaron que los cambios deberían ser en pro de la seguridad y el bienestar del planeta tierra lo cual condiciona a la economía a regularse al medio ambiente para mitigar el proceso de insostenibilidad que se ha venido en incremento año tras año. De igual manera se alinea con tres objetivos de desarrollo sostenible con respecto a la reducción de las desigualdades, comunidades sostenibles, producción y consumo responsables

La comunidad debe concientizarse que para llevar a cabo proyectos de gran envergadura que le permitan acceder a créditos de tasas blandas, incentivos por parte del estado, asesoría para la construcción de planes de negocio es importante constituir y crear asociaciones de productores bajo un modelo de economía solidaria, donde su adhesión es totalmente voluntaria y se organiza con el aporte mancomunado de experiencias y capital, un proceso de autogestión donde se es dueño y deja de lado el concepto capitalista trayendo consigo la igualdad y la justicia social para disminuir los índices de pobreza. Tal como lo define. Razeto (S.F).

La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.

3. Metodología

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 es destinatario del conocimiento” (Pineda, 1987:104).

Teniendo en cuenta lo anterior la metodología a emplear será de acción participación donde la comunidad objeto de estudio es el actor principal ya que hay inclusión total de la misma. Donde en discusiones, charlas y grupos focales reconocen su realidad y plantean soluciones objetivas. La población son los habitantes del corredor férreo Faca-Dorada. Para la recolección de información se utilizan diversos instrumentos tales como: encuestas, entrevistas, reuniones de discusión, personas claves que aporten al proceso y las mismas asociaciones como aliados estratégicos utilizando el muestreo aleatorio simple ya que cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido. La investigación se divide en tres fases.

Para el desarrollo de la primera fase se conforman grupos convocando líderes de la comunidad, se realiza cartografía y caracterización de la población de la zona de estudio. Para la segunda fase de trabajo de campo se socializa el problema y se escucha 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 incluyen las personas que son las directamente involucradas en el problema, 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. En la tercera fase se construirá las posibles soluciones a los problemas detectados con participación activa de la comunidad.

4. Resultados

Se ha evidenciado que no existe voluntad política para la reactivación del tramo en mención ya que demanda gran inversión, pero tampoco hay un planteamiento estratégico para la reactivación del corredor férreo con diversos proyectos. La comunidad argumenta que el abandono del ferrocarril ha ido en detrimento de su calidad de vida en razón a que el mismo facilitaba el desplazamiento de los habitantes y el comercio. Aún hoy existen zonas donde el ferrocarril es la única vía arteria que favorecería el dinamismo económico debido a que su estructura se encuentra cerca a sitios donde hay cultivos establecidos como cítricos, caña de azúcar, café y fincas donde se transforman productos primarios como la caña en panela. Aunque la infraestructura de carreteras ha mejorado estaciones como Namay, San miguel, Mabe, floresta, cordoba y colorados adolecen de vías en buenas condiciones.

La zona ferroviaria objeto de estudio cuenta con 162 Km de vía y 22 estaciones distribuidas en 10 municipios, lo que prioriza su importancia para el desarrollo de esta población que asciende a 384.811 personas aproximadamente. Durante este trayecto hay varios pisos térmicos comprendidos con alturas que varían desde los 2.600 mts sobre el nivel del mar en Facatativá, pasando por los 800 m.s.n.m en Villeta hasta llegar a los 150 m.s.n.m en Puerto Salgar y 176 m.s.s.m en La Dorada, lo que hace aún más atractivo para el desarrollo de proyectos turísticos y agro-turísticos por la variedad de pisos térmicos y la cercanía con Bogotá. Durante el recorrido se pueden observar 7 túneles, 4 viaductos de gran altura como los 2 existentes en (NAMAY), elevaciones de paso superior, el imponente puente entre Puerto Salgar y la Dorada que atraviesa el rio grande de la magdalena, el majestuoso cañón del rio negro, diversa vegetación, fauna y la historia que en si misma da identidad.

En las márgenes de las vías se crean varias localidades y es el ferrocarril el que impulsa el crecimiento de algunas de ellas, convirtiéndolas en importantes ciudades. El trazado de las líneas facilita la comunicación y el acceso a esas ciudades, proporcionando dinamización comercial, turística y cultural; integración de las ciudades menores con las más grandes (Galvao y Dias, 2010).

El proyecto se alinea con los planes de desarrollo nacional, departamental y regional ya que cada uno de ellos contempla planes de turismo sostenible.

Un caso importante de resaltar es la Cooperativa Progresamos Por Colombia, que adeco dos vagones con capacidad para 20 pasajeros c/uno y rehabilito 14 kilómetros de vía entre Villeta-Tobia, con el fin de transportar turistas. Esta actividad la realizan desde 2009.

5. Conclusiones

Aunque los planes de gobierno en cada uno de los municipios involucrados y la gobernación departamental se observan iniciativas para el apoyo al turismo sostenible pero a la fecha no existe un inventario de los bienes que pueden ser utilizados como destino agro turístico en cada uno de los municipios.

Debido al abandono por parte del estado para el mantenimiento de la vía, la infraestructura ha tenido un fuerte deterioro, en consecuencia hoy es intransitable lo que significa un atraso tecnológico y la no integración de la región a lo que demandan hoy la evolución del mundo.

Es importante que exista una integración entre los entes territoriales, comunidad y gobierno central para la reactivación del corredor férreo con fines de desarrollo económico, social y cultural.

La misma infraestructura serviría como atractivo turístico verde ya que el tramo cuenta con túneles, viaductos, elevaciones y puentes que pueden ser convertidos en grandes atracciones para la actividad turística.

Colombia ha dependido en su economía de la agricultura, la industria y en gran parte de los hidrocarburos pero siendo conscientes de que hay recursos que son agotables es importante mirar otros renglones económicos potencialmente rentables y sostenibles, el turismo verde es uno de ellos que se puede convertir en una fuente no solo de desarrollo económico sino social y cultura.

El ferrocarril permitiría acercar otro tipo de infraestructura y maquinaria a fincas que tienen cultivos permanentes y transitorios como la caña y cítricos para dar valor agregado y transformar dichos productos para llevarlos al mercado con un mejor precio, evitaría la intermediación

comercial en gran medida y reduciría los costos de transporte que son un factor altamente oneroso dentro de las cadenas productivas

La reactivación férrea contribuye al desarrollo de proyectos productivos articulados al turismo que respondan a lo que se persigue como objetivo fundamental que es el crecimiento social, económico y cultural, el incremento de la productividad, el desarrollo sostenible, la aplicación de la logística inversa y el mejoramiento continuo.

Recomendaciones

Se sugiere que la comunidad plantee propuestas agroturísticas que involucren el ferrocarril como actor fundamental en el desarrollo de las mismas pero que se articulen con los entes territoriales para el aprovechamiento de los recursos naturales que esta zona ofrece. El corredor cuenta con 162 km dentro de los cuáles la diversidad climática ofrece una oportunidad para la explotación turística.

Es importante que se tenga en cuenta la cercanía con la capital del país en razón a ello hay un gran potencial de llegada de turistas de todo el mundo. Es decir que sería fundamental buscar los acuerdos con entidades público-privadas que permitan acercar el flujo de turistas a esta zona a partir de mostrar el ferrocarril como un diferencial y un valor agregado social tanto en recreación como en responsabilidad ambiental a partir de proyectos de desarrollo agropecuario.

Cada municipio involucrado en el corredor debe realizar un plan turístico donde involucre no solamente el inventario de las posibles zonas atractivas sujetas de visita sino que también capacita la comunidad en distintas actividades para la atención a los turistas, manejo de cultivos orgánicos y adecuación de infraestructura a partir de lo existente en la actualidad.

La biodiversidad con la que cuenta la zona de estudio constituye un recurso incalculable, pero es importante velar por su conservación ya que el manejo irracional de los recursos por desconocimiento es contraproducente para la supervivencia de las mismas.

Las estaciones ferroviarias en Colombia fueron declaradas patrimonio nacional, en consecuencia es fundamental que se traten como tal y se conviertan en sitios de cultura y reconocimiento histórico para que puedan ser referentes culturales y den testimonio de la historia.

Es fundamental que se organicen asociaciones o empresas de carácter cooperativo con el fin de agrupar la comunidad de manera organizada y poder acceder a recursos y convocatorias que ofrece el estado a través de entes gubernamentales o entidades financieras de segundo piso como banca de fomento.

6. Referencias Bibliográficas.

- Duque, G. (2016). Ferrocarriles integracion y progreso para colombia. Eje 21. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/1601/1/ferrocarrilesintegracionyprogresoparacolombia.pdf>
- Herrans, A. (2010). El impacto del ferrocarril argentino en la primera globalizacion. Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://www.ub.edu/histeco/pdf/herranz-DT02.pdf>
- Galvao, L. & Dias, R. (2017). Turismo y patrimonio ferroviario. Estudios y perspectivas en turismo. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v19n3/v19n3a05.pdf>
- Marquez, L. (2017). El ferrocarril colombiano 4 temas recurrentes en la literatura. Estudios gerenciales. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592317300293>
- Arias, P. & Garcia, P. (2005). La línea férrea del atlántico y su recuperación en los tramos Facatativá (PK40)-villeta (PK110)- La dorada (PK202)-Puerto Berrio (PK328)-Cabañas(PK361). Universidad Nacional de manizalez. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/30757877_La_linea_ferrea_del_Atlantico_y_su_programa_de_rehabilitacion_en_los_tramos_facatativa_PK_40_-_Villeta_PK_110_-_la_Dorada_PK_202_-_Puerto_Berrio_PK_328_-_Cabanass_PK_361
- Arango, M. & Bohorquez, C. (2015). Indicadores clave de desempeño para el sistema ferroviario: el caso colombiano . Avances publicación en ingeniería. Recuperado de <http://www.unilibre.edu.co/revistaavances/edicion-11-2/indicadores-clave-de-desempe%C3%B1o-para-el-sistema-ferroviario-el-caso-colombiano.pdf>
- Rincon, F. (2007). Análisis del sistema férreo en Colombia 1994-2005. Universidad de San Buenaventura. Recuperado de

http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/1020/1/Analisis_sistema_ferreo_Colombia_Rincon_2007.pdf

Nieto, C. (2011). El ferrocarril en Colombia y la búsqueda de un país. *Apuntes* 24 (1), 62-75. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/apun/v24n1/v24n1a05.pdf>

Vasco, C. (s.f.). Ferrocarriles colombianos, artífices del desarrollo económico, futuro de la integración nacional. Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/08/cavc.htm>

García, J. & Bernal, D. (2017). Ferrocarriles en Colombia infraestructura perdida. Universidad de la Salle. Recuperado de http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21300/10082021_2017.pdf?

El mar y la condición hegemónica del poder económico.

Ochoa de Arco, Enrique Alfonso¹ Pedroza Torres, Madelcy Del Carmen²

¹Filiación institucional (grupo de Investigación FACEAC), enriqueochoadearco@gmail.com

²Administradora Financiera, madelcypedroza@hotmail.com

Resumen— *Los periodos en que se divide la historia de la humanidad, han sido diáfanos en mostrar que las culturas que administran la condición de fuerza en su momento histórico, han fijado un factor común que las caracteriza, el poder económico, el poder marítimo, el control y dominio de las rutas de comercio internacional. En la antigüedad fueron los egipcios, fenicios, cretenses, griegos y romanos, los que controlaron la condición económica, y con ésta el comercio, el dominio marítimo y las rutas de comercio internacional; igual, sucedió con los españoles, portugueses, ingleses, franceses y holandeses, quienes en momentos históricos diferentes acertaron en ideales*

similares y por lo tanto, su desarrollo contribuyó en el manejo de situaciones equivalentes a la ejercida por los protagonistas de la antigüedad, y todo con el propósito de ejercer hegemonícamente el control de los océanos. En los tiempos modernos, los denominados G8 son los protagonistas en escenario y tiempos diferentes, pero manteniendo la característica de los ideales marinos, hoy afianzados y potencializados con la ciencia, innovación, desarrollo y tecnología, principalmente satelital.

El caso colombiano es muy particular, con aproximadamente 1760 kms de longitud en el Mar Caribe y 1448 en el Océano Pacífico y dada la miopía de los gobiernos de turno, desde el inicio de nuestra historia de libertad, aún la nación no posee una política marinera que le permita afianzar unas condiciones de desarrollo, en el panorama geopolítico internacional y aprovechamiento de las rutas marítimas que poseemos, además de los recursos naturales que nos pertenecen por jurisdicciones marítimas.

Abstract— *The periods in which the history of humanity is divided, have been diaphanous in showing that the cultures that administer the condition of force in their historical moment, have fixed a common factor that characterizes them, economic power, maritime power, control and mastery of international trade routes. In ancient times it was the Egyptians, Phoenicians, Cretans, Greeks and Romans, who controlled the economic condition, and with it the trade, the maritime domain and the international trade routes; likewise, it happened with the Spaniards, Portuguese, English, French and Dutch, who at different historical moments succeeded in similar ideals and, therefore, their development contributed in the handling of situations equivalent to that exercised by the protagonists of antiquity, and all with the purpose of hegemonically exercising control of the oceans. In modern times, the so-called G8 are the protagonists in different stages and times, but maintaining the characteristic of the sailor ideals, today entrenched and empowered with science, innovation, development and technology, mainly satellite.*

The Colombian case is very particular, with approximately 1000 km of maritime borders and given the short-sightedness of the governments in power, since the beginning of our history of freedom, even the nation does not have a seafaring policy that allows it to consolidate development conditions, in the international geopolitical panorama and use of the maritime routes that we possess, in addition to the natural resources that belong to us by maritime jurisdictions.

Keywords/Palabras clave— *Desarrollo marítimo, expansionismo, geopolítica, hegemonía de poder económico y político, rutas de comercio internacional.*
Maritime development, expansionism, geopolitics, hegemony of economic and political power, international trade routes.

1. Introducción

La evolución histórica de la humanidad, ha puesto de manifiesto que las culturas se desarrollan en mejores condiciones cuando están aliadas al desarrollo de las rutas del comercio

internacional, y por lo tanto de los océanos; llega a pensarse que los países que han administrado de manera hegemónica el poder, han tenido simultáneamente relación con el desarrollo del dominio marítimo. En la actualidad existe un factor que se asocia y complementa a las variables anteriores, el cual se refiere a la tecnología satelital, que en esencia ha permitido que el control de las relaciones de comercio internacional pueden manifestarse con mayores niveles de eficiencia, eficacia y efectividad.

Por lo anterior, el presente documento pretende abordar la relación que existe entre la ciencia, la innovación y la tecnología, con el dominio del mar y su incidencia en el desarrollo de la humanidad, a propósito de ser en tiempos presentes, la utilización de los sistemas satelitales, un proceso de imprescindible utilización en el transporte de carga y más específicamente en la dominación interoceánica, y con esta el expansionismo.

Por lo anterior, se revisa con detenimiento, cual es la situación de Colombia con respecto a la utilización de su plataforma marítima, y que se está haciendo hoy con ella, puesto que los asentamientos de pobreza más grandes de Colombia, se encuentran a la orilla del mar, verbigracia, la situación del Choco y la Guajira.

2. Objetivo

2.1. Objetivo general

Establecer criterios pertinentes, que permitan comprender la relación existente entre el desarrollo económico, el transporte marítimo y la condición de poder de los Estados, en pro del expansionismo a través del mar.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico sobre la incidencia de la evolución socioeconómica de las civilizaciones avanzadas y su relación con el afianzamiento de las políticas marítimas.
- Identificar cuáles son los elementos de enlace entre las economías de avanzada y su afianzamiento en el desarrollo marítimo.
- Identificar las causas del abandono de la plataforma marítima colombiana y su incidencia en el desarrollo geopolítico del Estado.

3. Estado del Arte

Es conveniente considerar que en la transición entre la prehistoria y la historia, el gran acontecimiento para resaltar fue la aparición de la escritura como medio y forma definitiva para establecer y afianzar la comunicación entre los hombres y/o civilizaciones, aunque ya existía un conector entre los pueblos a través del comercio, y a escalas crecientes: El mar.

Estos acontecimientos se desarrollaron en la civilización egipcia, con la complicidad del río Nilo, el cual traía minerales de los lagos “Alberto y Victoria” del centro de África, donde nace el majestuoso río, que en su recorrido abona la tierra, sin agregar el espectáculo que proporciona en su recorrido, generando en su paso siete cataratas.

Por todo lo brindado por la divina providencia, Egipto cometió el gran error de ceder los oficios de “La marinería” a los fenicios, los cuales entendieron a plenitud la oportunidad que se les había brindado.

Efectivamente, los fenicios asumen un papel claro y contundente en el manejo del comercio entre “La Mesopotamia, río Tigris y Éufrates y el Mediterráneo”. El comercio se expandió de tal forma que esta civilización emprendedora y mercantilista gozó de su cuarto de hora en la historia de la civilización, pero bien! todo lo que empieza, acaba. Fue entonces cuando apareció una civilización eminentemente marinera, que encontró suficientes razones y espacios para dar el zarpazo a los fenicios, que además deambulaban por el mediterráneo, más como intrusos que como amos del territorio; fueron los cretenses, a quienes se refiere la historia, actuaron como protagonistas de la “edad de la hierro” gracias a los grandes yacimientos de este metal, que además no tenían opción adicional a ser marineros; recordemos que están ubicados en pleno mediterráneo y su topografía y posición geoestratégica fue bien utilizada, ya que podían controlar tanto táctica como estratégicamente la entrada al Mediterráneo, en la zona proveniente del “Canal de Suez”.

En medio de los acontecimientos y más de forma específica entre los Medas y los Griegos, se dieron los acontecimientos conocidos en la historia como las Guerras Médicas, cuyo interés de fondo, fue el control y dominio de las rutas de comercio en el Mediterráneo, situación presentada entre los años [490 a. C.](#) hasta [478 a. C.](#)

Llama la atención, considerar un principio, que se ha puesto en práctica a lo largo de la historia de la humanidad y que aún se mantiene; está relacionado con la visión y capacidad que han tenido algunos pueblos, para emprender acciones que le permitan ampliar su territorio, y de manera simultánea con dicho proceder, también está sentado en el escenario en el cual se imponen dichas acciones, que las “potencias dominantes, asumen el control de las dominadas” y por lo regular esto se cumple, a través de la imposición de la figura militar, aquella que en los tiempos de guerra, se alía a las ubicaciones estratégicas, por lo tanto, se debe interpretar, que definitivamente los grandes cambios que se han dado en la historia de la humanidad, han tenido en el mar, un “aliado imprescindible”.

Las situaciones presentadas por el control y la hegemonía en el mar, ponen de manifiesto un desafío permanente por el control del comercio en el Mediterráneo, es así, como se presenta un despertar de los pueblos europeos y como los Griegos se preparan para asumir el mando y control de la situación, contribuyendo al desarrollo de sus grandes ciudades “Esparta y Atenas”; la primera, una civilización afianzada en la cultura de la guerra, con un objetivo claro y contundente: “El control del mar”. Por otro lado “Atenas”, encauzar esfuerzos orientados hacia el intelecto, como elemento primordial para proyectar ciencia y desarrollo, se refiere a la tierra de “Sócrates, Platón y Aristóteles” entre otros, los cuales son referentes de cabecera, cuando se habla de ciencia.

El asunto es, que el escenario, es “el mar”, y fueron las guerras, la forma apropiada de definir el control del mediterráneo, y es cuando pasa Grecia a tomar el poder en nombre del continente europeo. Todo iba bien y los griegos lograron establecer el dominio de las relaciones comerciales en el Mediterráneo y fue tanta la euforia que alrededor de los espartanos, la cultura física tomo mucha fuerza y representatividad, a tal punto, que los soldados se convirtieron en Narcisistas y se perdió la identidad, respeto y conciencia plena alrededor de la cultura militar.

Por las circunstancias anteriores, se emprende en Roma un proceso de avanzada alrededor del control del Mediterráneo y, en esta ocasión los grandes emprendedores fueron los romanos bajo el liderazgo y dirección, de uno de los hombres más importantes y representativos de la historia antigua: “Julio César”.

Principios como: “la navegación al servicio de la civilización” y “todos los caminos conducen a Roma”, abren un espacio de participación afianzada en la cultura geopolítica, de tal forma, que se

logra la expansión hacia el norte de Europa, para ampliar la plataforma continental de lo que se conoció como el imperio romano, sin descuidar que la expansión hacia el África, debió ser primero vía marítima, encontrándose situaciones complejas que debieron ser superadas, como por ejemplo, el enfrentamiento con Cartago, conocido en la historia de la humanidad como una de las guerras navales más feroces que al fin y al cabo fue controlada por los romanos; hechos acaecidos entre los años 264 a. C y 146 a. C, todo por el control de la economía y las rutas de comercio en el mediterráneo, y conocidas en la historia de la humanidad como las guerras púnicas.

Con respecto al imperio, existen suficientes evidencias en los documentos históricos en donde se pone en manifiesto el abuso del poder e incluso la aplicación del principio de la sumisión para la humillación, registrándose acciones torpes y desmedidas ejercidas por algunos emperadores como: Calígula, Augusto, Nerón entre otros, llevando al desprestigio la civilización que en última, fenece bajo la fuerza y el poderío de los invasores del norte, que en los registros históricos se conoce como la invasión de los Bárbaros.

En lo consecutivo de la historia de la humanidad, es importante resaltar que en el seno del imperio Romano y en las tierras de Galilea en un pesebre “nació Jesús, el hijo de Dios”. Situación que desde la perspectiva bíblica, se registra como accionar desmesurado y bárbaro por parte de los soldados romanos bajo la orientación de Poncio Pilato; todo porque alrededor de la peregrinaciones y la proliferación del evangelio, Jesús rechazaba el actuar del imperio con respecto a la civilización del momento, situación que llega a su punto extremo con : “ Persecución, tortura, sacrificio, muerte y sepultura de Jesús”; lo anterior y en contraste por lo acontecido en el proceso de la resurrección, conlleva la civilización hacia un temor, hermetismo y misterio por cuanto los hombres quedaron atónitos, con la situación que pone de manifiesto el inicio de la edad media o también conocida como Milenio de Oscurantismo, en donde el atraso fue inminente en razón de las perplejidad, el temor y el sentimiento de culpa, por el irrespeto hacia las cosas de Dios, e incluso a las sagradas escrituras.

Transcurridos los procesos alrededor de la edad media en el siglo XV aparece un despertar en la civilización medieval, fenómeno conocido como Renacimiento, en donde personajes como “Leonardo Da Vinci, Rafael, Galileo Galilei”, entre otros, se proyectan ideas y ejecutan acciones que contribuyen con el despertar de la civilización.

Se hacía entonces necesario nuevamente proyectar recursos y procesos para la exploración y explotación de los recursos del mar, y en afán de conseguir y explotar nuevas rutas, y después de muchos intentos, se presenta el 12 de octubre en el año 1492 un acontecimiento que cambió el mundo “El descubrimiento de América” gracias a la osadía y tenacidad de un marino Genovés llamado Cristóbal Colón, quien partiendo del puerto “palos de Moguer” y que por un accidente de cartografía, pisa tierra firme en una isla de las Bahamas llamada Guanahani; es nuevamente el mar el escenario y protagonista de uno de los acontecimientos más importantes y relevantes en la historia de la humanidad.

Como apenas era de esperarse, detrás de los españoles, aparecieron nuevas culturas de navegantes europeos representados por portugués, ingleses, franceses y holandeses, que en su afán de explorar nuevas tierras y cuando descubren que aquellas regiones que en su momento eran conocidas como la india, se usaba el oro hasta para tapar las vergüenzas, lo cual genera un direccionamiento hacia la exploración y explotación de las Indias, acontecimiento que se dio de manera simultánea con el descubrimiento de Norteamérica y la conquista de Centro y Suramérica, términos éstos utilizados para diferenciar el nivel de relación que se estableció por los ingleses, franceses en el norte y portugués y español en Centro y Suramérica.

Fueron muchas las situaciones presentadas durante los siglos XVI, XVII y XVIII, caracterizándose en el sur las barbaries, los exterminios, las violaciones y desde el punto de vista de los derechos humanos fueron vulnerados, al punto de ser reconocida la época por parte de los críticos en la historia, la sociología y el derecho como tres siglos de barbarie.

Las guerras en el atlántico eran crueles y despiadadas, embarcaciones completas eran perseguidas e incluso hundidas con la crueldad del sacrificio de sus tripulantes, por la codicia de los metales preciosos, que se suponía que iban a bordo de las embarcaciones hacia el viejo continente.

De este proceso en el cual los resultados empezaron a vislumbrarse en los umbrales de los años 1800, aparece un gran beneficiado: *Los Estados Unidos de América*.

Posterior a la independencia de los pueblos de América gracias al auspicio irrestricto y representativo de la marina francesa, los pueblos de América lograron su independencia. Es importante recordar la razón de ser de los viajes de Simón Bolívar a Jamaica en representación de

la Gran Colombia y la forma como este proceso contribuyó en la libertad entre otros de nuestra querida Colombia.

Mientras en Europa se emprendía un proceso de avanzada alrededor del desarrollo de la forma de producir, la utilización de la técnica, la física, la química, el ingenio y el intelecto al servicio de los factores productivos, “la revolución industrial” fue el paso posterior por parte de los ingleses, en donde se puso de manifiesto la experiencia y el conocimiento adquirido durante los tres siglos de conquista y colonización.

Por su parte, los Estados Unidos jugaban un papel de características superiores, al ser el encargado de identificar y asumir en calidad de control sobre unos puntos en el globo terráqueo que en primera instancia poseen relación directa con el mar y, posteriormente se convertiría en los puentes y pasos de obligatoria utilización para el control de las rutas de comercio internacional. A estos puntos se les conoce como puntos estratégicos del control marítimo; los cuales son: el canal de Suez, la Mancha y de Panamá, además los estrechos de Gibraltar, Bering y Magallanes; y como puntos de acopio, las Islas Canarias en el Océano Atlántico y las Azores en el Pacífico.

Razones de la fortaleza norteamericana del presente.

Existen unos elementos de gran importancia, que ponen de manifiesto el poder y la hegemonía que tiene EEUU en el planeta, y se asocia directamente con su capacidad expansionista, la cual ha batallado y defendido a capa y espada en diferentes escenarios, algunos bajo la intervención directa de la negociación de tierras, influida por dos elementos característicos:

- El estado de debilidad del pueblo, o cultura que les vende, y la asociación de dichas negociaciones con las fronteras marítimas.
- La exitosa geoestratégica y, política decisión, de implementar el “Plan Marshall” en los escenarios de la posguerra, dada la situación de fortaleza que resultó teniendo el país del tío Sam, finalizada la segunda guerra mundial, y todo relacionado con la guerra fría y proselitista que dicha nación emprendió en competencia con su estratégico aliado en los escenarios de la segunda guerra mundial, “la Unión de Repúblicas Sociales y Soviéticas” – URSS.

Los siguientes, son los principales escenarios, en donde los Estados Unidos de América, como ejemplo de liderazgo expansionista, realizó sus maniobras de compra y/o adquisición de territorios:

- Siglo XVIII: los acontecimientos presentados en el tratado de París (1783), en donde la Gran Bretaña contribuye en la definición de fronteras norteamericanas, asignándole a los EEUU, Machias Seal Island y North Rock, situación que parece capítulo no cerrado con su vecino fronterizo Canadá; de igual forma la disputa del territorio Indian Stream, situación que fue resuelta por el tratado Webster-Ashburton (1842).
- Siglo XIX: la compra de la región de Louisiana al inicio de los años 1800, con la intervención de Robert Livingston, siendo presidente Thomas Jefferson; territorio por el cual fue cancelado a Francia la suma de 15.000.000 millones de dólares. En la negociación referenciada, una parte relativamente pequeña fue cedida de España en 1819, en la misma negociación que se hizo por los territorios de la Florida (Explicación de la causa, razón y existencia prevaleciente del idioma español en esta emblemática región de los Estados Unidos, en donde incluso la cultura posee un sesgo representativo hacia la cultura hispana).
- Posterior a la independencia, del territorio que hoy comprende el oeste de la Florida, que era propiedad de España, este fue declarado por el presidente James Madison, a través de una posesión de EEUU en 1810, Estados Unidos lo asume y asigna a su plataforma continental
- Al finalizar la segunda década de los años 1800 y a través del tratado Adams Onís, la real corona española cedió parte de la Florida oriental a los Estados Unidos de América, incluyendo un sector representativo de la zona Centro de Colorado; negociaciones todas realizadas bajo la imposición del poder y la jerarquía expresada por los Estados Unidos ante sus debilitados adversarios.
- En los inicios de la segunda década de los años 1840, una zona representativa entre los EE. UU y Canadá, que en su momento fungía en calidad de colonia canadiense y a través del tratado Webster-Ashburton, el territorio referenciado fue adjudicado a los EE. UU.

- Aun en tiempos presentes, e incluso en la civilización moderna y de la presente generación, existe un malestar por la forma como los Estados Unidos adquirió la región de Texas, posterior a una decidida presión diplomática que se ejerció el primer ministro de los Estados de México, fue así como el diplomático Joel Roberts y su equipo de trabajo, intervinieron dentro de proceso apoyado por las fuerzas militares, quienes presionaron al representante del gobierno mexicano Antonio López de Santa Anna, en donde hubo enfrentamientos militares en la denominada batalla de San Jacinto, dándose el acontecimiento final en donde México reconoció la pérdida de Texas, y nuevo México en el tratado de Guadalupe Hidalgo, al finalizar la década de los años 1840. Aún persiste los sentimientos de inconformidad sobre la situación presentada.
- Otra parte representativa del territorio mexicano, que en definitiva quedó en manos de los Estados Unidos de América, en el marco de la guerra México-estadounidense, que se presentó entre los años 1846-1848, habiéndose generado en última instancia un pago por 15 millones de dólares, habiéndose dado una sesión de 3 millones por parte de los mexicanos a los Estados Unidos; situación que es de malestar permanente en las generaciones presentes de la sociedad mexicana.
- Siglo XX: se convierten en territorio norteamericano, habiendo sido Alaska negociada con Rusia en el año 1867, y Hawái anexada al territorio de los EE. UU. en los años 1900.
- La razón, causa y consecuencia de ser un territorio cubano de los Estados Unidos (Guantánamo) obedece a que esta zona de país comunista quedó bajo la protección de EE. UU. A través del tratado de París en los albores de los años 1800.
- Filipinas: territorio que fue también adquirido a través del tratado de París en el año 1898, y lograda la independencia en 1946 a través del tratado de Manila.
- Existen otros territorios norteamericanos, de menor magnitud pero que todos tienen un factor común: una relativa incidencia con la condición marítima; estos son: Guam (pacífico occidental), islas menores alejadas, Samoa americana (oeste de las Islas Cook, al norte de la isla de Tonga), Islas Marianas del Norte (entre Hawái y

las Filipinas), Islas Vírgenes de EE UU (mar Caribe. parte del archipiélago de las islas Vírgenes).

Al revisar cada una de las anteriores pertenencias de los Estados Unidos, se colige que son todas asociadas con puntos geopolíticos y estratégicos, que con seguridad han de ser utilizados en cualquier circunstancia de apremio, donde deba intervenir la superpotencia, en procura de la defensa de sus intereses.

En los albores del siglo XX, se pone de manifiesto el interés de algunas zonas específicas del planeta, y los primeros en mostrar su infraestructura militar fueron los rusos y japoneses en el escenario de la guerra Ruso-Japonesa, en donde se disputan la región de la Manchuria, en la parte suroccidental de la China; conflicto que fue eminentemente naval y puso de manifiesto el poderío y la tecnología japonesa, con la capacidad de hacer interceptaciones de comunicaciones, lo cual, contribuyó de forma determinística en la humillación que le propinaron los japoneses a las tropas del Zarismo²⁴; empieza entonces una baraja de países que interpreta plenamente la importancia del mar, a propósito de que por los resultados de dicho conflicto, y la arremetida de Japón sobre Rusia, hubo un levantamiento del pueblo ruso que generó la revolución Bolchevique, causa, efecto y consecuencia del nacimiento del Comunismo, afianzado ideológicamente bajo los planteamientos de Karl Marx, en su documento denominado “El Capital”; y el liderazgo del proceso estuvo bajo la autonomía y control de Vladímir Ilich Uliánov, alias Lenin. *Nuevamente el Mar en el Centro de un Acontecimiento de Gran importancia en la Historia de la Humanidad.* Y empieza entonces a mostrarse una baraja de países que interpretan plenamente la importancia del mar, como elemento crucial para el control del planeta y por supuesto, de la producción, el comercio y con ellos la política, la sociedad y la economía.

Ya en el siglo XX, la primera guerra mundial (1914-1918) y posteriormente la segunda (1939-1945), ponen de manifiesto que el control y dominio del mar no solo era argumento para

²⁴ <https://prezi.com/osuaxkwmivxo/revolucion-rusa-1905/>. -- Revolución Rusa (1905).-- Sandy Bulnes.-- Actualizada 27 de Mayo de 2014.

los conflictos bélicos internacionales, sino, que alrededor de los océanos se definía el futuro de la humanidad, en enfrentamientos que no tenían explicación diferente en su interpretación: *“quien controla el mar controla las rutas del comercio internacional y por tanto, controla la política y la economía”*.

Independientemente de cualquier razón o argumento que quiera darse sobre las causas de los conflictos bélicos del siglo XX, en el caso de la primera y la segunda guerra mundial la salida al mar por parte de los alemanes, fue razón suficiente para involucrar en el conflicto al poderío bélico del mundo de la época.

Es por ello, que aún se mantiene la triple alianza hegemónica del poder, tomando como epicentro los “Estados Unidos, y respaldada por Gran Bretaña y Francia”, situación que se evidenció a profundidad en los acontecimientos de la primera y segunda guerra mundial, en donde los alemanes en ambas ocasiones, arremetieron sobre el Canal de la Mancha dada la importancia de la posición estratégica de éste, y prácticamente única salida hacia las rutas de comercio internacional de los países que están ubicados al norte de Europa; solo con un agravante de crucial importancia: en ambas ocasiones los Estados Unidos salieron en defensa de sus grandes aliados. Es representativo recordar, que la “Estatua de la Libertad” fue instalada en la Bahía de Manhattan por Francia, como símbolo de alianza y de lazos afectivos con el país del “Tío Sam”.

Si se aprecian los acontecimientos y las consecuencias de los actores de los conflictos, se puede apreciar que el G-11 o países que producen el 85% del PIB mundial, tienen un factor común que hoy en día demuestran a través de la innovación, desarrollo tecnológico y representado en la generación de valores agregados y producción de avanzada tipificada como industrial, son los mismos 11 que estuvieron involucrados en las dos guerras de maneras simultáneas, las cuales se desarrollaron y decidieron en los océanos y, la gran razón: *“el control del mar”*.

También es posible identificar que el más beneficiado de estos conflictos fue Estados Unidos de América, en cuya plataforma continental no se presenta ninguna escaramuza y los beneficios fueron de tal magnitud que las posguerras, a finales de la década de los 40, este país era

el propietario del 52% del PIB mundial y, a través de Plan Marshall²⁵, organizó lo que hoy se conoce como el capitalismo occidental como un aliado estratégico de gran respeto en Asia: “Japón”.

Por lo anterior se colige que: *“Quien posee mar y no le da buen uso, es castigado en su condición de ineficiencia e ineficacia para la administración de recursos naturales y posiciones geoestratégicas”*.

Por fuera del escenario, de la incidencia de la potencia predominante en los finales del siglo XIX, durante el siglo XX y en los inicios del siglo XXI, y bajo una perspectiva y punto de vista diferente, es factible considerar, que todo lo anterior ha de explicarse a través de las teorías de Friedrich Ratzel (1844-1904), *“Quien asumiendo una interpretación geopolítica, la extensión de los territorios se convertía en elemento esencial para efecto de ganar espacios de participación, al tiempo que consideraba que la combinación entre la plataforma terrestre y la utilización de los mares, se convertía en una combinación de alta representatividad para el desarrollo y evolución de las civilizaciones, elementos que fueron publicados en su libro “Ser y devenir del mundo orgánico”*.

Si se interpreta entonces el pensamiento militar de “Napoleón Bonaparte”, quien a plenitud de sus principios y doctrinas, consideró que se hacía necesario ampliar su hegemonía hacia el control de los océanos, y fue precisamente tratando de abordarlos, en donde se dio a conocer su punto frágil o debilitado, puesto que en su momento no comprendió a plenitud que las guerras marítimas son totalmente diferente a las terrestres por las mismas circunstancias contrarias alrededor de los escenarios de acción. Napoleón Bonaparte en su buen momento manifestó: *“Cuando la china despierte el mundo temblará”*²⁶; por lo que se percibe parece que la China ha despertado.

“Alfred Mahan”²⁷, en su pensamiento geopolítico manifiesta que *“el líder es quien formula la visión y es el que señala el camino, fija las pautas y explica los requisitos”*, lo cual fue

²⁵ *The Marshall Plan: America, Britain and the Reconstruction of Western Europe 1947-1952.*—Michael J. Hogan.—Cambridge University Press, 1987.

²⁶ (Tamames, 2007: 17). <http://www.redalyc.org/html/607/60717342002/>. Dos gigantes emergentes. Pasado y presente de la India y la China. Héctor Guillén Romo.—septiembre de 2010.

²⁷ <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/download/1436/1308/>

interpretado y puesto en práctica por la fuerza naval norteamericana, y al cual se debe los grandes avances de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, a propósito de ser la sociedad del país superpotencia, una cultura que en sus menesteres lleva implícita la expansión y esta es vital e imprescindible para el desarrollo evolutivo de la nación.

Se observa entonces y de manera adicional, un pensamiento anónimo que manifiesta: *“La globalización es una fase avanzada de los Estados Unidos de América para el control y dominio del planeta tierra”*²⁸, pensamiento que contrasta con el del actual presidente de dicha nación, Sr. Donald Trump, quien dejó entrever que los procesos aperturistas a lo sumo en su gobierno no son compartidos, e incluso se manifestó expresando que “Norteamérica para los norteamericanos”, e incluso amplía que si una organización empresarial de su país necesita personal para laborar, debe tener preferencia por ciudadanos de su mismo territorio, interpretándose entonces que los EEUU dieron un giro hacia el proteccionismo económico en los tiempos del exitoso empresario.

No obstante a lo anterior, es de suma importancia interpretar que el plan Marshall, no fue más que un plan de expansionismo del capitalismo mundial, que a pesar de haberse realizado en la posguerra, fue estratégica, metodológica y cuidadosamente diseñada para asegurar fortalezas del crecimiento capitalista, al punto de haber puesto de su lado, a las naciones que hicieron parte del eje en la segunda guerra mundial (Alemania, Italia, Japón) proceso que en la actualidad se percibe todavía, con extrema fortaleza.

Al considerar el fenómeno presentado por la globalización, quien asumió a través de su motor “la apertura económica”, se dejó entrever plenamente que no fue precisamente un expansionismo en cuanto a la adquisición de nuevos territorios, sino una situación en la cual “la política de crecimiento y penetración en otras regiones”, tenía una intención un tanto diferente pero de igual forma de acrecentamiento en los ideales y culturas de los pueblos “el mercantilismo agresivo y estratégico”, que se percibe fue al fin y al cabo, una manera diferente de “implementar geopolítica”, y en efecto los grandes beneficiados fueron los países potencias y desarrollados, mientras que los tercermundistas, si bien es cierto que lograron una invasión desmesurada de productos en su territorio que realmente generó dinámica y aceleramiento de los factores económicos, también fue cierto que hubo una utilización en su buena fe de ser consumidores, que

²⁸ Fuente propia. visualizado en la Plaza de la Revolución de la Universidad Nacional en Bogotá

de paso apoyaron al proceso de globalización con relativas bajas condiciones de aprovechamiento para sus intereses.

En tiempos presentes el expansionismo de la China, que a propósito de la guerra comercial con los estados Unidos de América, el gigante asiático supo alistar su artillería para el control y las rutas de comercio internacional, al punto de tener en sus haberes, entre los puertos más importantes del mundo.

4. Metodología

Con respecto a la metodología, el enfoque es cualitativo descriptivo, por cuanto se hace necesario interpretar principios, teorías y conceptos de la Administración, la economía, la cultura, la política, la geografía, la sociedad, la antropología, entre otras ciencias, pero de carácter imprescindible en las interpretación de las teorías geopolíticas.

5. Resultados

La observación, el análisis, la interpretación y los postulados afianzados, hacen parte de la dinámica objetiva que se requiere para la interpretación de análisis geopolítico, luego de haber revisado información con la profundidad de los elementos históricos pertinentes, se llega a interpretar que en su momento la unión de repúblicas sociales y soviéticas, hoy Rusia afianzó parte de su fortaleza, con unidades marítimas de gran capacidad destructiva, como elemento de cabecera para implementar el principio de la persuasión ante su archirrival: los Estados Unidos de América.

De su parte la potencia norteamericana, afianzó de igual forma una carrera militar con el fortalecimiento de una flota naval incluso nuclear con capacidad devoradora, verbigracia de lo anterior, el porta avión “Ronald Reagan”, de quien dicen los norteamericanos, que no es una cosa diferente que una “máquina persuasiva para la paz”; interpretándose que su fuerza destructiva, es de capacidad superior y por supuesto pasa igual con su capacidad persuasiva.

Bajo unas circunstancias diferentes la OTAN (Organización del Tratado Atlántico Norte), tiene gran parte de su fuerza demoledora, precisamente en unidades navales, dado que los

elementos históricos dejan entrever con amplísimo grado de claridad, que cualquier escaramuza militar que pueda presentarse en tiempos presentes, tienen en la infraestructura marítima, su mayor capacidad de guerra, bien submarina de superficie o aérea.

Adicional a lo anterior y como referente de suma importancia, es posible confirmar que no menos del 90% de las mercancías que se mueve en la dinámica del comercio internacional, lo hace por vía marítima, al punto de haberse hecho en las dos últimas décadas un replanteamiento sobre las unidades de carga que se mueven en los océanos, pasando de la categoría “Panamax” a la categoría “pos Panamá”, causa, razón y explicación, del porque debieron ampliarse, los canales interoceánicos en el margen de las rutas de comercio internacional. Todo lo anterior no pudo tener niveles de avance, sino se hubieran dado situaciones como: el descubrimiento de la flotación, la invención del teléfono, la invención de la navegación a vapor, la combustión interna, la aparición de los antibióticos, los viajes espaciales, entre otros. No obstante, se deja entrever que después de analizar con cuidado el transcurrir de la historia, se percibe con suficiente claridad y argumentación, que existen tres elementos claves en las civilizaciones que han sido primeras en todas las edades, las cuales son: “el control de las comunicaciones” hoy apoyadas por tecnología satelital; “la hegemonía y el control del mar” y desprendiéndose de ésta, el “control y dominio de las rutas de comercio internacional”.

Con el ánimo de hacer un diagnóstico que permita encontrar la relación entre estos elementos, el desarrollo tecnológico y la innovación que hay en este, es preciso considerar que todo se circunscribe, en un solo potencial factor de competitividad que los contiene: LA GEOPOLÍTICA, que tiene en su esencia, elementos de visión como prospectiva, ciencia, arte, disciplina y tecnología de punta aplicada, sin olvidar el conocimiento, los espacios geográficos, geoestratégicos y además la cultura de la competitividad.

6. Conclusiones

Por todo lo anteriormente planteado, se colige entonces entre otros los siguientes aspectos:

- No menos del 90% de las mercancías que se mueven en los mercados internacionales, se hacen vía marítima, porque qué es la más práctica, económica y con mayores niveles de viabilidad y factibilidad, cuando se trata de medir relación costo – beneficio.

- Los portaaviones de las grandes potencias como Rusia, Estados Unidos y la China entre los más representativos, son verdaderas máquinas destructoras que en su desplazamiento por los océanos, pueden acoplarse en cualquier área interoceánica, como campo de batalla, bien sea esta submarina, de superficie o aérea.
- Las flotas de bombarderos sin los porta aviones carecería de sentido, en cuyo orden es un elemento sin comparación de apalancamiento, el hecho de que los portaaviones tengan la capacidad de facilitar gran número de aviones de combate para el ejercicio práctico de la guerra, y como principio de acción y sumisión cuando sean necesarios.
- Sigue imperando la lógica que manifiesta que “país, cultura o civilización que desee ser grande en su representatividad socioeconómica, política, comercial y militar, debe ampararse en las infraestructuras marítimas”, para poder ser representativa en los escenarios propicios de acción.
- La geopolítica, como ciencia y arte que estudia los espacios geográficos para que a través de estos se generen estructuras de apalancamiento para el desarrollo de los pueblos, cobra vigor cuando se trata de mirar “el mar” como elemento expansivo que le permita grandeza, seguridad y potencialidad en el ejercicio del comercio.
- Después de la revisión de información, análisis e interpretación de la misma, y la forma como se desarrollan las naciones, se colige que “Colombia” no se ha dado por entendida de las riquezas y fortalezas que tiene en su posición geopolítica y estratégica con amplias zonas costeras en dos océanos, y toda una variedad de recursos naturales, que no han sido tenidos en cuenta
- Se deja entrever entonces, que el mar a nuestro país le ha hecho más daño que beneficio, puesto que en sus costas están los asentamientos más grandes de pobreza, además por el mar se desarrolla el narcotráfico, como también el negocio las armas, con las cuales estamos destruyendo el país.
- Entre finales de los años 1800 y principios de los 1900, perdimos el istmo de Panamá, además de un fallo en contra, que favoreció a Nicaragua, y en espera de un segundo, interpuesto por la nación centroamericana, que, al ser admitido, existe un margen de

probabilidad de ser fallado a favor del país demandante, además de perder una porción adicional de océano.

Recomendaciones

Se pretende con la presente ponencia, levantar conciencia marítima que a bien podría identificarse como: una estrategia fundamental, para a una política socioeconómica afianzada en el mar, que nos permita apalancar un proceso de desarrollo, del cual anhelamos una salida para proyectar un futuro promisorio para las nuevas generaciones.

7. Referencias Bibliográficas

GABIÑA, Juanjo. El futuro revisitado. Editorial Alfa & Omega. 2002.

FAIRBANKS, Michael. Arando en el mar. Editorial Mc Graw Hill. 2005.

FOREMAN, James. Historia Económica mundial. Editorial Prentice Hall 2006.

ROMÁN, Enrique. Análisis histórico del desarrollo marítimo. Tomo I y II Armada nacional. 2005

TOFFLER, Halvin. El Shock del futuro. Editorial Mc Graw Hill. 2002.

LA ADMINISTRACIÓN- la organización basada en la información- la economía – la sociedad. Editorial norma 2007.

El poder del pensamiento positivo en las empresas. Editorial norma 2009.

SCOTT.W-VENTRELLA. Editorial norma 2012.

Mega tendencias. Jhon Naijbitt Potrich Idburdgdc. Editorial norma 2006.

La esperanza no es un método. Editorial norma Bogotá 2006

Estrategia marítima, evolución y prospectiva. Sergio Uribe Cáceres. CR (RA) Luis E. Chávez P. CN (RA) Luis H. Osorio Dussan. October 4, 2017 ISBN-13 (15) 978-958-57376-9-3

Gómez, F. Capitán de Navío. (2017). Seminario La globalización y su impacto en el desarrollo de los Intereses Marítimos. Palabras de cierre. Bogotá: Escuela Superior de Guerra

Mahan, A. T. (1890). La influencia del poder marítimo a través de la historia, 1660-1783. Barnes & Noble Publishing.

Osorio, L. H. Capitán de Navío. (2017). Globalización y narcotráfico: amenaza al desarrollo de los intereses marítimos colombianos. Ponencia. Bogotá: Escuela Superior de Guerra.

REGALADO, Á. R., FERNÁNDEZ, T. L. R., & Domínguez, L. E. (2014). Estados Unidos: Procesos internos, geopolítica mundial y relaciones con américa latina. Retrieved from <https://bibliotecavirtual.unisinu.edu.co:2120>.

Modelo y estructura de medición y control de gestión a través de indicadores en el CEMIM - ICP

Suárez, Esperanza¹; Rojas, Henry²; Gonzalez, Orlando³; Jimenez, Manuel⁴; Gomez, Bertha⁵

¹UPB Grupo GIA, esperanza.suarez@upb.edu.co

²UPB Facultad de Ingeniería Industrial, henry.rojas.2013@upb.edu.co

³UPB Grupo PROLOG, orlando.gonzalez@upb.edu.co

⁴UPB Grupo GEETIC, manuel.jimenezr@upb.edu.co

⁵Ecopetrol, Bertha.gomez@ecopetrol.com.co

Resumen— Considerando que una de las herramientas más efectivas para controlar y mejorar la operación y gestión de las organizaciones son los indicadores (Gonzalez & Cañadas, 2008), en el presente trabajo se presentan los resultados del desarrollo de un modelo y estructura de medición y control de gestión a través de indicadores en el Centro de Manejo Integral de Muestras (Cemim) del Centro de Innovación y Tecnología ICP, resultado de la aplicación del método Delphi basado en conocimientos y sugerencias de cinco expertos en el tema. Se plantean inicialmente cuarenta y un (41) indicadores que consideraban las actividades de todos los procesos que allí se desarrollan, y mediante una exhaustiva depuración y filtro se llegaron a obtener finalmente nueve (9), éstos miden de manera eficiente la gestión de dicha área, tienen fuente de información confiable y son pertinentes para la organización, de acuerdo al piloto de medición realizado.

Abstract— Considering that one of the most effective tools to control and improve the operation and management of organizations are the indicators (González & Cañadas, 2008), in this paper we present the results of the development of a model and structure of measurement and control of management through indicators in the Center for Integral Management of Samples (Cemim) of the Center for Innovation and Technology ICP, result of the application of the Delphi method based on knowledge and suggestions from five experts in the field. Initially, forty-one (41) indicators were proposed that considered the activities of all the processes carried out there, and through an exhaustive filtering and filtering, nine (9) were finally obtained, which efficiently measure the management of said area. They have a reliable source of information and are relevant to the organization, according to the measurement pilot carried out.

Keywords/Palabras clave— control, delphi, gestión, indicadores, medición

1. Introducción

El Centro de Manejo Integral de Muestras (Cemim) es una pieza clave en la cadena de logística y calidad de todos los requerimientos de procesos y análisis de los distintos clientes que

solicitan servicios especializados de investigación debido a que se realizan procesos de recibo de muestras, etiquetado, almacenamiento, distribución a los laboratorios, recibo y entrega de reactivos en el Centro de Innovación y Tecnología ICP, entre otros (Lamus, 2017).

El departamento de servicios técnicos de laboratorios del downstream²⁹, de donde hace parte el Cemim, no tiene establecido un Tablero Balanceado de Gestión (TBG) de reporte corporativo, esto debido a que comparte los indicadores que evalúan sus actividades, notando que algunos objetivos aportan al TBG mientras que otros no logran hacerlo y no permite evidenciar su desempeño particular efectivamente. Por lo anterior, se hizo necesario que se plantean indicadores que midan la operación y eficiencia del Cemim para que de esta forma le permita mejorar la naturaleza propia del centro de manejo, aportando un resultado que se podría observar mejor y en verdad mediría su rendimiento utilizando los indicadores de manera adecuada sin eliminar o añadir procesos a las actividades que se ejecutan dentro del mismo. (Gómez, 2018)

Por lo anterior, se propuso un modelo y estructura de medición y control de la gestión a través de indicadores con el fin de optimizar la gestión operativa y administrativa del Centro de Manejo Integral de Muestras del Centro de Innovación y Tecnología ICP.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Proponer un modelo y estructura de medición y control de gestión a través de indicadores, con el fin de optimizar la gestión operativa y administrativa del Centro de Manejo Integral de Muestras del Centro de Innovación y Tecnología ICP.

2.2. Objetivos específicos

- Analizar los procesos del Centro de Manejo Integral de Muestras del Centro de Innovación y Tecnología ICP, con el fin de definir los indicadores de gestión y operación clave que midan su gestión.

²⁹ El segmento downstream de la empresa es el encargado de la producción y abastecimiento de combustibles, productos derivados y biocombustibles para la movilidad y la operación industrial del país.

- Proponer un piloto de hoja de vida de los indicadores clave seleccionados para el Cemim, con el fin de analizar su viabilidad de aplicación.
- Desarrollar un piloto de medición sistemática de los indicadores de gestión y operación de muestras del Centro de Innovación y Tecnología ICP, con el propósito de validar su funcionalidad, operatividad y aporte a la gestión.

3. Estado del Arte

Los indicadores de gestión cumplen un papel de gran importancia dentro de las organizaciones, pues al ser inmediatos dan la posibilidad de tomar acciones correctivas en menos tiempo de respuesta, monitoreando los avances o porcentajes de ejecución de los proyectos, así como también retroalimentarnos y poder predecir de acuerdo a sus tendencias positivas o negativas. Se necesitan sólo algunos tipos de indicadores que permitan medir el desempeño global de lo que se quiere y de esta forma obtener mayor efectividad durante los análisis. (Rincón B, 2012)

Es un error común ver cómo hoy en día algunos gerentes toman sus decisiones basados exclusivamente en la observación y control de indicadores financieros, ya que estos son inadecuados para guiar a la organización en un entorno competitivo, razón por la cual se deben utilizar indicadores que reflejen el valor que ha sido creado o destruido por las acciones de los directivos. (Malgioglio et al, 2002)

Los indicadores se clasifican según varios autores en dos: según el tipo de información que ofrecen siendo esta financiera o no; o conforme a la toma de decisiones, indicadores de causa o efecto. Todos los indicadores resultan siendo causales de efecto de acuerdo con el criterio planteado. (Vargas & Lategana, 2016)

Kaplan y Norton proponen el Cuadro de Mando Integral - CMI el cual formula que los indicadores financieros y no financieros deben ser parte del sistema de información permitiendo la gestión en todos los niveles de la organización y su estrategia a largo plazo. El CMI transforma el objetivo y estrategias de la Unidad Estratégica de Negocio - UEN en indicadores tangibles los cuales representan un equilibrio entre los indicadores para accionistas y clientes y los indicadores

internos de los procesos críticos de negocio, innovación, formación y crecimiento. (Finanzas, 2005)

El objetivo del CMI es comunicar y alinear la organización a la estrategia de la empresa, por lo que es necesario que los indicadores se relacionen con ésta y a su vez se asocian mediante relaciones de causa-efecto. Este modelo exige pocos indicadores, entre 20 y 25 pues su fin es ser un método claro y sencillo. (Banchieri & Planas, 2012)

Dentro de otras propuestas o teorías que aportan al CMI se encuentra el modelo Canvas desarrollado por Alex Osterwalder (2004), una herramienta que permite trabajar sobre la base de cómo una organización crea, proporciona y captura valor, facilitando la visualización y lenguaje de las alternativas estratégicas para describirlo y adaptarlo fácilmente a lo que la empresa necesita. Por consiguiente, el modelo Canvas le facilita al CMI traducir las ideas en objetivos e indicadores clave de la estrategia que se desea para su implementación y gestión. (Sánchez, Vélez, & Araújo, 2014)

Los modelos Malcolm Baldrige, EFQM (European Foundation for Quality Management), e Iberoamericano también coinciden en integrarse a la perspectiva del CMI ya que idealmente abarcan a toda la organización y pretenden mejorar el conocimiento sobre los aspectos clave para el buen desempeño. En sus criterios se puede observar cómo se centran en darle importancia al liderazgo, las personas o el talento humano, políticas y estrategias, alianzas y los recursos tanto internos como externos (Pastor, Pastor, Calcedo, Royo, & Navarro, 2013).

El modelo Iberoamericano basa su enfoque en el liderazgo, los clientes, los procesos y los resultados todos estos agentes facilitadores de la organización; el modelo EFQM tiene la premisa de que los resultados excelentes se logran a través del liderazgo, personal, política, estrategia, alianzas, recursos y procesos, es así como el EFQM y el CMI se necesitan complementariamente, el EFQM al CMI para alinear la misión, visión y estrategia, priorizar acción y recursos, y facilitar comunicación; el CMI al EFQM para ser evaluado, completado y repasado. Por último, el modelo Malcolm Baldrige presenta un marco integrado para la interrelación de sus siete criterios: liderazgo, planificación estratégica, enfoque al cliente y de mercado, información y análisis, recursos humanos, gestión de procesos y resultados del negocio. (Pastor et al.)

En la aplicación práctica, Valladares y Villanueva (2017), en un estudio aplicado a la comunidad portuaria de Cádiz lograron tener una gestión más orientada al cliente valiéndose de medidas en la perspectiva de aprendizaje y crecimiento a través de la implantación de su Cuadro de Mando Integral alcanzando de esta forma los objetivos impuestos por las autoridades portuarias.

Arcila (2013) encontró que se requiere un análisis organizacional interno y externo mediante la aplicación de la cadena de valor que permita conocer las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades por medio de una matriz DOFA y así identificar los factores críticos de éxito en Centroabastos S.A. Su metodología se basó en determinar la situación actual de la empresa y la identificación de la importancia de contar con un Sistema de Indicadores de Gestión o Tablero de Comandos (BSC) y fue desarrollado en 6 fases: recopilación y análisis de la información documentada, aplicación de entrevistas a empleados, aplicación de encuestas a usuarios arrendatarios, diagnóstico del servicio ofrecido a usuarios arrendatarios, análisis financiero, diseño de la cadena de valor, diseño de la matriz DOFA y la identificación de los factores críticos de éxito.

Arcila (2013) concluye que se hace necesario alinear los objetivos estratégicos con las perspectivas, así como también con las líneas estratégicas ya que logran un mayor impacto con resultado positivo a nivel interno y externo de la organización. Debido al entorno cambiante, es importante que la gerencia realice seguimientos periódicos a su estrategia, indicadores, metas y planes de acción como también capacitación para todo su recurso humano encaminados a la consecución de objetivos y logros planteados.

Padilla Aguiar, Acevedo Suárez, Lage Dávila y Figaredo Curiel (2014) señalan una experiencia positiva para el Centro de Inmunología Molecular - CIM, en donde su sistema de indicadores de gestión no responde solamente a elementos financieros ya que sus procesos de dirección son manejados desde la misión, en la cual todos los trabajadores hasta la alta dirección juegan un papel fundamental permitiendo comprobar que estos sistemas logran una interacción de las actividades científico-investigativas y productivas en el CIM.

En consecuencia, la dirección de la organización juega un papel fundamental dentro del diseño de un sistema de gestión el cual además de integrar las actividades o áreas eleve la efectividad en el cumplimiento de su misión y la estrategia de la organización. (Padilla et al, 2014)

Ramírez (2012) para cumplir el objetivo de diseñar e implementar los indicadores de gestión a través del modelo expuesto por Robert S. Kaplan y David P. Norton que permitiera medir los diferentes procesos operativos dentro del área de logística integral de Carvajal Pulpa y Papel S.A., en tres etapas y con una metodología analítica, exploratoria y descriptiva buscó cumplir con los logros de medición; en la primera etapa se tuvo el reconocimiento y visualización de la situación actual de la empresa, la segunda etapa buscó definir los procesos que iban a ser evaluados mediante indicadores y en la tercera realizar el sistema de gestión de indicadores con sus variables y las formas de corrección para mantenerlos actualizados.

Para Ramírez Noreña (2012) es realmente importante y necesario tener un sistema de indicadores de gestión que permitan tener el control de cada proceso, producto o servicio y su contribución a los objetivos de la organización. Es importante recalcar que con el diseño de un sistema de gestión de indicadores mediante el CMI o Balanced ScoreCard, se pueden obtener resultados efectivos buscando el mejoramiento continuo del área, ya que se evalúan en tiempo real los diferentes procesos y a su vez generar planes de trabajo que permitan cumplir los objetivos propuestos.

4. Metodología

La metodología utilizada para el cumplimiento de los objetivos consistió en realizar un diagnóstico de las necesidades que tiene el Cemim en cuanto a los indicadores de evaluación de la eficiencia y eficacia de las actividades que posee en la actualidad y la información que se tiene almacenada para proponer y evaluar el grado de viabilidad de los indicadores.

Para realizar el diagnóstico de necesidades y pertinencia de los indicadores, se aplicó el Método Delphi a un grupo de personas que trabajan en el área como expertos prácticos y a un experto académico.

Para evaluar el grado de viabilidad de medición de los indicadores, se realizó la búsqueda de las fuentes de información de los mismos y se evaluaron los procesos para la obtención, análisis y uso eficiente de la misma. La información que se recolectó para la medición, se obtuvo a partir de los sistemas de información que actualmente tiene el Cemim, y los demás medios disponibles de datos.

Por último, cuando se tuvieron los indicadores clave seleccionados, se desarrolló la hoja de vida de los mismos y se hizo un piloto de medición de los indicadores de gestión y operación. En adición, toda la información obtenida permitió proponer los indicadores desde un enfoque mixto, es decir, cualitativo pues se analizan las actividades que se desarrollan en los procesos internos, y cuantitativos debido a la transformación de la información en números, fórmulas, entre otros, en las instalaciones del Centro de Manejo Integral de Muestras evaluando su viabilidad para ser implantados.

5. Resultados

Caracterización de los procesos

Con el fin de conocer a fondo todas las actividades y poder seguir una secuencia de tareas a seguir, se procedió a analizar y definir los procesos del Centro de Manejo Integral de Muestras Cemim en el Centro de Innovación y Tecnología ICP a partir de los dos macro-procesos de Gestión Integral de Muestras, y Gestión de Inventarios y Almacén que allí se llevan a cabo los cuales se diagraman en el siguiente esquema (figura 1).

Figura 1. Procesos Cemim



Fuente: Elaboración propia

De cada una de las anteriores, se definió la descripción detallada de las actividades que allí se realizan y el alcance de las mismas, de tal manera que facilitaran los resultados clave que de cada una se derivan.

Definición de Indicadores de Gestión y Operación Clave

A partir del análisis de cada uno de los procesos antes caracterizados, se proponen cuarenta y uno (41) indicadores los cuales se obtuvieron mediante entrevistas personales con algunos expertos previamente seleccionados, en donde se hizo una propuesta según criterio personal de cada uno sobre qué indicadores permiten medir la gestión del Centro de Manejo Integral de Muestras.

Con base en el método Delphi se realizó la creación y aplicación de una serie de entrevistas a cinco expertos dentro de los cuales se encuentran dos jefes de la sección, dos profesionales que

apoyan la operación y un experto externo conocedor de los procesos del Cemim, donde la pregunta clave fue: ¿Qué indicadores propone usted para el Centro de Manejo Integral de Muestras según los procesos definidos?

Con los cuarenta y un (41) indicadores propuestos se diseña una encuesta aplicada a los cinco expertos con una pregunta clave: ¿Considera estos indicadores pertinentes para el Centro de Manejo Integral de Muestras? y se propone que el sistema de respuestas se base en un comportamiento dicotómico de aceptación o rechazo a las preguntas, cumpliéndose así con la correcta aplicación del método Delphi que requiere la ejecución de más rondas de cuestionamientos, en este caso la aplicación de la encuesta. Se realiza el filtro de indicadores con cinco y cuatro respuestas positivas quedando finalmente doce.

Posteriormente, los resultados se analizan con el responsable del Cemim y se analiza que dos de los indicadores obtenidos no son requeridos y son eliminados debido a que ya se cuenta con indicadores que los reemplazarían. Por otro lado, también se decide fusionar algunos indicadores por la similitud de su fuente de información y resultado obtenido.

Se procede a definir la descripción de cada uno de los indicadores clave seleccionados, junto con el responsable del Cemim, como se plasma en la tabla 1.

Tabla 1. Indicadores clave seleccionados

| Indicador | Descripción |
|--|---|
| Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático | El indicador permite evaluar la calidad de información de las muestras generadas en el sistema y sus análisis en el sistema de información por errores atribuibles al digitador o al personal del Cemim. La calidad de la información está definida por la pertinencia y consistencia de los datos que se requieren para generar las muestras como son nombre de la muestra, material tipo de material, análisis a realizar, lugar, fecha y sitio de muestreo entre otros.) |
| Control de calidad de datos para datos In-Situ generados en el sistema | El indicador permite evaluar la calidad del registro en el sistema de información de los datos tomados In-Situ por errores atribuibles al digitador o al personal del Cemim o al cliente. La calidad del registro de los datos In-Situ consiste en el registro adecuado de los resultados de los análisis según el número de cifras significativas que está definido para cada análisis. |

| | |
|---|---|
| Nivel de atraso del registro en el sistema informático de datos In-Situ | Este indicador posee dos vistas: Vista 1: Mide el número de tareas con fecha de vencimiento cumplida en el sistema para los análisis In-Situ. (Tareas vencidas corresponden a los análisis In-Situ cuyos resultados han cumplido 20 días de creación y aún se encuentran pendientes por cargar al sistema informático. Vista 2: Mide el promedio de días de atraso de los datos In-Situ con fecha de vencimiento cumplida para un período de tiempo. |
| Vencimiento de tiempos de almacenamiento de muestras en custodia | Este indicador posee dos vistas: Vista 1: Mide el número de muestras con fecha de vencimiento de almacenamiento cumplida. Vista 2: Promedio de días transcurridas después del vencimiento. |
| Nivel de ocupación de bodega y cuarto frío | El indicador mide el espacio ocupado por el almacenamiento de todas las muestras almacenadas en bodega y cuarto frío. Permite visualizar el porcentaje total de ocupación de bodega y cuarto frío. |
| Confiabilidad del inventario de reactivos, recipientes y consumibles | El indicador mide la desviación del inventario registrado en el sistema vs el inventario físico real con base en muestreos aleatorios, mide el número faltante o sobrante del inventario respecto a reactivos, recipientes y consumibles. El inventario físico y el inventario registrado en los sistemas de información deben ser coincidentes en cuanto a número de elementos por referencia, ya sean estos reactivos o recipientes. La diferencia que exista entre los dos determina los faltantes o sobrantes los cuales deben ser investigados y documentados. |
| Reactivos vencidos | El indicador mide el número de referencias y número de unidades por referencia de reactivos vencidos que se tienen en la gestión de inventarios y almacén. |
| Oportunidad de la facturación mensual | El indicador mide el número de entregas de pedidos a clientes que se dejan de facturar en el período. |
| Atención oportuna a PQRS | Mide el cumplimiento oportuno en las respuestas dadas a las PQRS allegadas al Centro de Manejo Integral de Muestras. El cumplimiento oportuno de las respuestas a las PQRS se encuentra definido en la empresa en el instructivo oficial donde están definidos los tiempos de niveles de respuesta para cada tipo de solicitud. |

Fuente: Elaboración propia

Hojas de Vida de Indicadores Clave

Con base en el formato oficial de Hoja de Vida de la empresa y con la recolección de la información pertinente para su debido diligenciamiento, se comienza a crear cada una de las hojas de vida para los indicadores clave seleccionados determinando datos como nombre del indicador,

unidad de medida, descripción detallada del indicador, sentido del indicador (positivo o negativo), fórmula de cálculo del indicador, supuestos, fuentes de información, entre otros.

A continuación, se explica el resumen de los datos de la hoja de vida de un indicador clave como ejemplo (ver tabla 2).

Tabla 2. Datos Maestros del Indicador Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático

| Datos Maestros del Indicador | |
|------------------------------|---|
| Macro proceso | Gestión integral de muestras |
| Proceso | Generación de identificación de muestras en el sistema |
| Nombre | Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático |
| Unidad Medida | Porcentaje |
| Sentido | Negativo |
| Fórmula | $(\# \text{ muestras corregidas por errores atribuibles al generador}) / (\# \text{ total de muestras del período a reportar}) \times 100$ |
| Fuentes Información | <ol style="list-style-type: none"> 1. Correo(s) electrónicos de respuestas a solicitudes de modificación de muestras generadas en el CEMIM atribuibles al generador de muestras. 2. Para consolidar la tabla relacionada en los supuestos se requiere los formatos de solicitud de muestra descargados del sistema informático. 3. Informe consolidado de muestras generadas en el período a reportar. |
| Frecuencia | Trimestral |
| Límite Crítico | >1,5% |
| Límite en Riesgo | > 1 % < 1,5% |
| Límite Cumple Meta | <= 1% |
| Límite Excede la Meta | < 0,5% |
| Clasificación | Eficacia |
| Fecha de corte | Último día hábil del trimestre |
| Fecha de reporte | Quinto día hábil después de trimestre |

Fuente: Elaboración propia

Se establece como unidad de medida el porcentaje siendo su sentido negativo, pues al aumentar mostraría una desmejora en el resultado. Su fórmula se define como el número de muestras corregidas por errores atribuibles al generador sobre el número total de muestras del período a reportar por cien.

Dentro de sus supuestos se expresa que solamente se tendrán en cuenta aquellas solicitudes que estén debidamente documentadas y se discrimina la fuente del error ya sea el cliente o el Cemim.

Como fuente de información se trabajará con el reporte de “muestras generadas por día” para definir el número de submissions generados y se contarán las respuestas a solicitudes de corrección. Se define su medición trimestral y se establece como indicador de eficacia.

Medición Sistemática de Indicadores de Gestión y Operación

Mediante la aplicación de la información de hojas de vida de los indicadores se procedió con la medición de cada uno de ellos y se documentaron sus resultados como se muestra a continuación con el indicador de ejemplo Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático

La tabla 3 muestra la información general de la medición y cálculo del indicador que se está tomando como ejemplo.

Tabla 3. Medición y cálculo indicador

| Información general | |
|--|--|
| Nombre | Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático |
| Período de reporte del indicador | Trimestre: Julio - Septiembre |
| Fórmula de cálculo | $(\# \text{ muestras corregidas por errores atribuibles al generador}) / (\# \text{ total de muestras del periodo a reportar}) \times 100$ |
| Responsable de consolidación indicador | Tesista: Henry Andrés Rojas Gómez |
| Responsable de reporte indicador | Profesional CEMIM: Bertha Nereyda Gómez Rey |
| Dimensión Período | Si aplica |
| Dimensión Período acumulado | Si aplica |
| Dimensión Últimos 12 meses | Si aplica |
| Vistas de reporte | No aplica |
| Niveles de despliegue | No aplica |
| Cálculo del Indicador | |
| Número de muestras corregidas | 30 |
| Número de muestras generadas | 6325 |
| Resultado del Indicador | 0,47% (Excede el cumplimiento del límite superior de la meta) |
| Dimensión Período | Reportado |
| Dimensión Período acumulado | Reportado; dado que es la primera medición corresponde a la misma medición del periodo. |
| Dimensión Últimos 12 meses | No reportado, dado que no se tiene la data para el cálculo del indicador de los últimos 12 de meses. |
| Vistas de reporte | No aplica |
| Niveles de despliegue | No aplica |

Fuente: Elaboración propia

Con base en los correos de solicitud de cambios en la generación de las muestras, se le pidió al generador proveer los submissions asociados a los errores, con el fin de encontrar el número de muestras totales y el número de muestras y análisis corregidos para continuar con la aplicación de la fórmula del indicador. En la tabla 4 se muestra el resultado.

Tabla 4. Medición Indicador Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático

| Errores atribuibles al generador de muestras | | | | | |
|--|--------------------|---------------------|---------------------|--------|-----------|
| Trimestre | Julio-Septiembre | | | | |
| Submission | Número de muestras | Muestras corregidas | Análisis corregidos | Fecha | CHEQUEO |
| 100224919 | 4 | 2 | 2 | ago-08 | 100224919 |
| 100224939 | 2 | 2 | 2 | ago-08 | 100224939 |
| 100225419 | 10 | 10 | 10 | ago-14 | 100225419 |
| 100225779 | 11 | 11 | 11 | ago-16 | 100225779 |
| 100225859 | 52 | 5 | 5 | ago-17 | 100225859 |
| TOTAL | 79 | 30 | 30 | | |
| Total muestras generadas trimestre | | 6325 | | | |
| Porcentaje Indicador Muestras corregidas | | 0,47% | | | |

Fuente: Elaboración propia

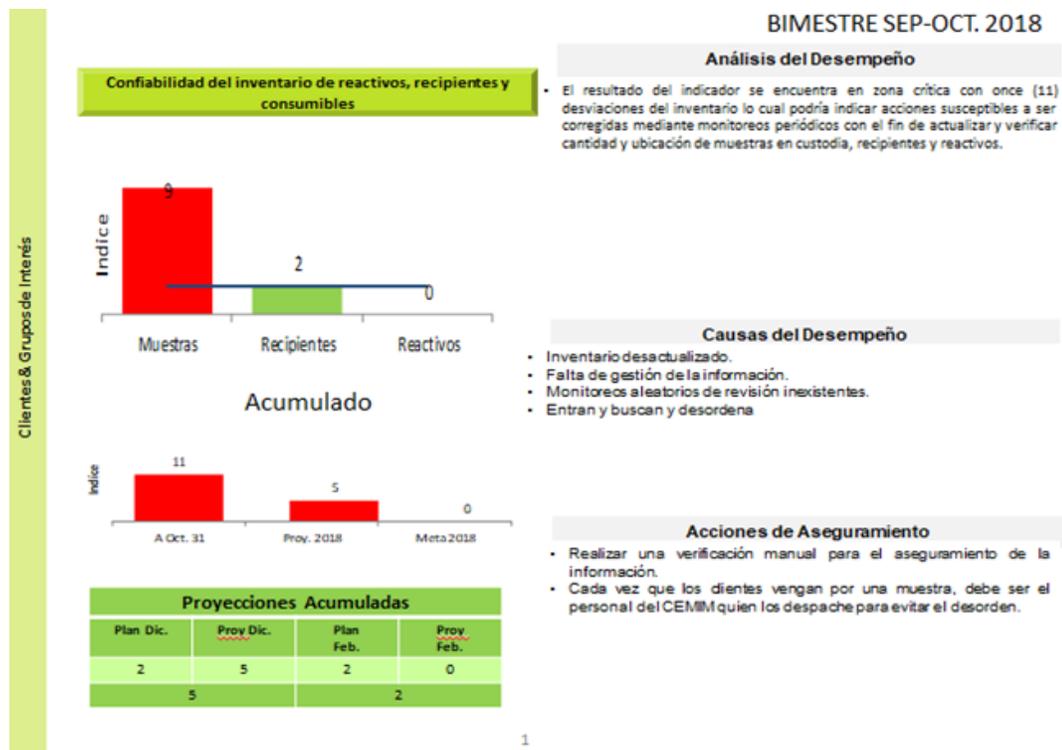
El resultado de la medición del indicador equivale a 0,47% cumpliendo el límite de cumplimiento superior definido para el indicador con 0,53% excediendo la meta y 0,03% por encima del cumplimiento. Este resultado demuestra que la calidad de las muestras generadas contribuye de manera significativa al logro de los resultados de los laboratorios y minimiza las

demoras y re-procesos derivados de una mala calidad en la generación de muestras. Por otro lado, el personal de generación de las muestras posee las capacidades y competencias para realizar su trabajo con calidad.

De la misma manera como se mostró en el anterior ejemplo, se hizo con los demás indicadores escogidos. Adicionalmente, se hicieron pilotos de mediciones en diferentes periodos de tiempo para comprobar su eficiencia y aporte a la gestión.

En la imagen 2 se muestra una presentación y análisis final del indicador de confiabilidad del inventario de reactivos, recipientes y consumibles, se observa el resultado de cálculo del indicador y un link que lleva a la base de cálculo de cada indicador.

Imagen 2. Análisis final del indicador de confiabilidad del inventario de reactivos, recipientes y consumibles



RESULTADOS BIMESTRE SEP-OCT

| INVENTARIO | CONTROLES UNITARIOS MES | CANTIDAD | UBICACIÓN | NÚMERO DE HALLAZGOS DESVIACIÓN INVENTARIO |
|-------------|-------------------------|----------|-----------|---|
| Muestras | 25 | | X | 9 |
| Recipientes | 5 | X | | 2 |
| Reactivos | 35 | X | X | 0 |
| Total | | | | 11 |

Cumplimiento Límite Superior < 2

[Ver aquí.](#)

Fuente: elaboración propia

De igual manera se creó una biblioteca para guardar el registro documental del archivo de datos maestros y calendario de medición de los indicadores, junto con las hojas de vida de los mismos en los sistemas de control de la empresa, así como el seguimiento mediante un semáforo de la evaluación del resultado de cada uno de los indicadores con los colores verde, amarillo y rojo siendo su significado, cumplido, alerta y no cumplida la meta respectivamente, como se muestra en la figura 3.

Figura 3. Seguimiento al resultado de los indicadores de gestión y operación del Cemim

| Indicador | Objetivo | Valor | Estado |
|--|----------|-------|--------|
| Calidad de datos de las muestras generadas en el sistema informático Septiembre | 1 | 0,47 | ● |
| Control de calidad de datos para datos In-Situ generados en el sistema Octubre | 1,99 | 0 | ● |
| Nivel de atraso del registro en el sistema informático de datos In-Situ Septiembre | 412 | 3.440 | ● |
| Nivel de atraso del registro en el sistema informático de datos In-Situ Septiembre - 2 | 113 | 101,3 | ● |
| Vencimiento de tiempos de almacenamiento de muestras en custodia Septiembre | 800 | 941 | ● |
| Vencimiento de tiempos de almacenamiento de muestras en custodia Septiembre - 2 | 180 | 201 | ● |
| Confiability del inventario de reactivos, recipientes y consumibles Octubre | 2 | 11 | ● |
| Reactivos vencidos Octubre | 412 | 455 | ● |
| Reactivos vencidos Octubre - 2 | 730 | 6.267 | ● |
| Oportunidad de la facturación mensual Octubre | 1 | 6 | ● |
| Oportunidad de la facturación mensual Octubre - 2 | 1 | 11 | ● |
| Atención oportuna a PQRS Diciembre | 100 | 100 | ● |
| Nivel de atraso del registro en el sistema informático de datos In-Situ Diciembre | 412 | 13 | ● |
| Nivel de atraso del registro en el sistema informático de datos In-Situ Diciembre - 2 | 113 | 16,7 | ● |
| Confiability del inventario de reactivos, recipientes y consumibles Diciembre | 2 | 8 | ● |
| Oportunidad de la facturación mensual Noviembre | 1 | 5 | ● |
| Oportunidad de la facturación mensual Noviembre - 2 | 1 | 2 | ● |
| Reactivos vencidos Diciembre | 412 | 461 | ● |
| Reactivos vencidos Diciembre - 2 | 730 | 6.362 | ● |

Fuente: elaboración propia

Con todas las anteriores pruebas, la administración consideró que dichos indicadores mejoraron su sistema de control y seguimiento a las tareas que en el área de estudio se realizan.

6. Conclusiones

El método Delphi permitió a partir del análisis de los macro procesos y procesos del Cemim, establecer con certeza una propuesta de universo de indicadores para medir su gestión y la operación; es decir, se pudo realizar la propuesta y validación de los indicadores por la frecuencia con la que los expertos respondieron y la priorización de los mismos, de manera que existe por lo menos un indicador para cinco de los diez procesos del Cemim.

Para los procesos que no tienen indicadores, se establece como causa la variabilidad en las respuestas de los expertos, ya que una vez hecha la priorización se identificó que no existían datos para obtener el indicador.

Dado que la empresa tiene estandarizado su formato de hoja de vida del indicador, el piloto de medición consistió en alimentar cada una de las variables para los indicadores priorizados, constituyéndose al caso del Cemim los nueve indicadores como el piloto de indicadores de gestión y operación. Dicho piloto partió de conocer y diligenciar el formato, proponer y validar las variables hasta la medición de cada uno de los indicadores con su análisis, extracción de datos, hoja de cálculo, reporte de cada uno de los resultados y desarrollar un piloto de medición sistemática de indicadores de gestión y operación con el propósito de realizar su validación.

Hacer el piloto de medición de indicadores permitió validar las notas y supuestos del indicador, las fórmulas de los indicadores, los límites de los indicadores obteniendo como resultado que en algunos casos se debieron ajustar las propuestas del indicador debido a que en la medición se identificaron obstáculos que en el momento del indicador no se habían identificado.

A través del desarrollo del presente trabajo se comprueba que los indicadores propuestos para el Cemim serán una herramienta importante que permite la mejora de sus procesos tanto operativos como de gestión, los cuales son una parte importante del trabajo que realizan los laboratorios.

Como recomendaciones, se debe crear un lugar que sea un repositorio de información para poder llevar allí la trazabilidad de todos los indicadores; otra recomendación es que cada una de las hojas de vida del indicador vaya acompañada de la hoja de cálculo dentro de la cual se encuentran tres partes, la hoja de instrucciones que le permitirá a cualquier persona hacer la medición, la hoja del dato fuente para extraer la información y la hoja de cálculo donde está medido el indicador.

Por otra parte, se recomienda establecer nuevas mediciones posteriores con el fin de poder hacer validación y ajustes a los límites y/o metas que se han formulado porque en algunos casos la medición del indicador no tiene las mediciones del periodo acumulado ni de los últimos doce meses ya que no se tenía la información.

Se recomienda realizar el análisis de causa raíz de cada uno de los resultados y se implementen las acciones pendientes asegurando el logro de la meta o mantenerla cuando sea obtenido un resultado adecuado, que en ese orden de ideas a raíz de la primera medición se pueden optimizar los procesos, dado que por ejemplo con la medición del indicador Confiabilidad del inventario de reactivos, recipientes y consumibles se identificó que existen desviaciones en los inventarios de muestras, por lo tanto se recomienda una validación del inventario antes de hacer una siguiente medición.

Del indicador de Reactivos vencidos como resultado de la medición del indicador, se puede implementar un proceso de eliminación y disposición final de los reactivos que llevan mucho tiempo de haber sido vencido con el fin que se gestione dicho proceso.

Se realizaron nuevas mediciones para algunos indicadores clave: reactivos vencidos, oportunidad de facturación mensual, nivel de atraso en el registro de datos In-Situ y confiabilidad del inventario de reactivos, recipientes y consumibles. Dichas mediciones quedaron en una biblioteca que guarda el registro documental del archivo de datos maestros y calendario de medición de los indicadores, junto con las hojas de vida de los mismos para futuros usuarios en donde se evidencia el análisis del desempeño, las causas del mismo y las acciones de aseguramiento.

Para facilitar el seguimiento y control, se creó un sistema de semáforo para la evaluación del resultado de cada uno de los indicadores con los colores verde, amarillo y rojo siendo su significado: cumplido, alerta y no cumplida la meta respectivamente.

Finalmente, se recomienda sistematizar los indicadores de gestión propuestos en este trabajo, de tal forma que se pueda montar junto con conocimiento administrativo y de ingeniería, un sistema de valoración funcional y de gestión de las actividades propias del Cemim integrados en el sistema de información que actualmente se utiliza.

7. Referencias Bibliográficas

- Arcila, M. J. (2013). Diseño de un sistema de indicadores de gestión basado en el cuadro de mando integral (balance scorecard) para la empresa centroabastos, central de abastos de bucaramanga s.a. Bucaramanga.
- Banchieri, L. C., & Planas, F. C. (junio-diciembre de 2012). El cuadro de mando integral: Teoría o Realidad. RIGC, X(20). Obtenido de http://observatorio-iberoamericano.org/ricg/n%C2%BA_20/luc%C3%ADa_banchieri_fernando_campa.pdf
- Finanzas, P. d. (2005). Síntesis del Libro Cuadro de Mando Integral (The Balanced Scorecard). Valencia.
- Gómez, B. N. (20 de Abril de 2018). (H. A. Rojas Gómez, Entrevistador)
- González, M. J., & Cañadas, E. (2008). Los indicadores de gestión y el cuadro de mando en las entidades no lucrativas. CIRIEC - España, Revista De Economía Pública, Social Y Cooperativa, 227-252.
- Lamus, J. S. (2017). PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE MANEJO INTEGRAL DE. Bucaramanga.
- Malgioglio, J. M., Carazay, C., Suardi, D., Bertolino, G., Díaz, T., Fernández, A., . . . Vázquez, C. (2002). DISTINTOS ENFOQUES DEL CAPITAL INTELECTUAL.
- Padilla, D., Acevedo, J. A., Lage, A., & Figaredo, F. (2014). El Cuadro de Mando Integral en el Centro de Inmunología. La Habana.
- Pastor, A. C., Pastor, J., Calcedo, J. M., Royo, M. A., & Navarro, L. (2013). COMPARACIÓN DE LOS MODELOS DE EVALUACIÓN DE LA EXCELENCIA EMPRESARIAL. Zaragoza.
- Ramírez, C. (2012). Diseño e implementación de indicadores de gestión logísticos en el área logística de distribución en la empresa carvajal pulpa y papel S.A. Santiago de Cali.
- Rincón B, R. D. (2012). Los indicadores de gestión organizacional: una guía para su definición. Revista Universidad EAFIT, 34(111), 43-59. Obtenido de

<http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/1104/996>

Sánchez, J. M., Vélez, M. L., & Araújo, P. (2014). BALANCED SCORECARD PARA EMPRENDEDORES: DESDE EL. CÁDIZ.

Valladares, L., & Villanueva, M. (2017). La aplicación del Cuadro de Mando Integral en las Autoridades Portuarias: perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Cádiz.

Vargas, C., & Lategana, J. (2016). La evolución de las herramientas de control de.

Capacidad de explotación del conocimiento en las empresas del sector de servicios ubicadas en Bucaramanga, Santander.

Exploitation Capacity of Knowledge in the companies of services sector located in
Bucaramanga, Santander.

*Meza-Ariza, Lucelly Carolina*³⁰

Administración de Empresas

Lucelly.meza@ustabuca.edu.co

*García Valenzuela, Víctor Manuel*³¹

Instituto Tecnológico de Sonora

victorgarciavz1@gmail.com

*Pedraza Bautista, Fabiola*³²

Administración de empresas

fabiola.pedraza@ustabuca.edu.co

Resumen

El propósito del estudio fue identificar la capacidad de explotación del conocimiento en las empresas del sector de servicio ubicadas en la ciudad de Bucaramanga, Santander, el sector fue elegido por realizar un aporte significativo al PIB de Santander y presentar un alto potencial exportador. Inicialmente se realiza una revisión literaria acerca de la teoría capacidad de absorción enfocando la importancia de la dimensión capacidad de explotación, en segundo lugar, se diseñó una encuesta psicométrica en escala de Likert para identificar las percepciones sobre la capacidad de explotación de las empresas de servicios. A continuación se realizó una prueba piloto y posteriormente se aplicó

³⁰ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Politécnica de Valencia, España. Especialista en Sistemas Integrados de Gestión, Universidad Pontificia Bolivariana, Magíster en Gestión Humana y Desarrollo Organizacional de la Universidad Externado de Colombia. Tutor del semillero de investigación Capital Intangible vinculado al grupo de investigación: Economía Social y Desarrollo Empresarial de la Universidad Santo Tomás. Dirección: Cl. 197 #180 - 385, Floridablanca, Santander.

³¹ Técnico en Contabilidad Pública del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios N°37, estudiante de Licenciatura en Economía y Finanzas del Instituto Tecnológico de Sonora México, Calle 5 de febrero 818, Urb. N°1, 85000 Cd. Obregón, Sonora – México.

³² Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás, integrante del semillero Capital Intangible. Dirección: Cl. 197 ##180 - 385, Floridablanca, Santander.

a 45 empresas del sector en mención ubicadas en Bucaramanga Santander, se capturaron los datos en el sistema SPSS, luego se calculó la significancia de la matriz de correlaciones, dando así un modelo de regresión lineal simple entre la capacidad de transformación y la capacidad de explotación para identificar si las empresas analizadas utilizan las nuevas prácticas adquiridas para generar valor en sus bienes y servicios, permitiendo ser más competitivas en mercados nacionales e internacionales. Los resultados muestran que sí existe presencia de la capacidad de transformación y la capacidad de explotación en las empresas del sector. De manera que es clave en las organizaciones orientar procesos de gestión del conocimiento que permitan vincular el conocimiento tácito del personal y la información del contexto con los procesos empresariales permitiendo la mejora continua y el desarrollo de ventajas competitivas para garantizar la sostenibilidad en un mundo globalizado.

Palabras Clave: Competitividad, Empresa de servicios, Explotación, Innovación, y Transformación.

Key words: Competitiveness, Service Company, Exploitation, Innovation and Transformation.

Abstract

The purpose of the study was to identify the exploitation capacity of knowledge in the service sector companies located in the city of Bucaramanga, Santander, the sector was chosen for making a significant contribution to Santander's GDP and presenting a high export potential. Initially, a literary review was made about the theory of absorption capacity, focusing on the importance of the exploitation capacity dimension. Second, a Likert scale psychometric survey was designed to identify the perceptions about the exploitation capacity of service companies. A pilot test was then carried out and subsequently applied to 45 companies in the sector in question located in Bucaramanga Santander, the data was captured in the SPSS system, then the significance of the correlation matrix was calculated, thus giving a linear regression model simple between the capacity of transformation and the capacity of exploitation to identify if the companies analyzed used the new acquired practices to generate value in their goods and services, allowing to be more competitive in national and international markets. The results show that there is presence of transformation capacity and exploitation capacity in the companies of the sector. So it is key in organizations to orient knowledge management processes that allow linking tacit knowledge of staff and context information with business processes allowing continuous improvement and the development of competitive advantages to ensure sustainability in a globalized world.

1. Introducción

Las empresas del sector de servicios en la ciudad de Bucaramanga, ha tenido durante varios años una actividad económica en crecimiento. Según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el sector servicios en los últimos años ha aportado al desarrollo económico de la región, en el año 2017, el sector de servicios fue el mayor aporte al PIB por una cifra de 16,75 mil millones en el departamento de Santander, siendo la actividad más preferida a emprender en los santandereanos, puesto que según datos, en 2017 fueron 66.203 empresas de servicio que se crearon en el

departamento, incrementando en el año 2018 con una apertura de 69.757 empresas (Cámara de comercio, 2018). Esto refleja que cada vez va aumentando la creación de empresas de servicio, sector conformado por varios subsectores, de acuerdo con General Agreement on Trade in Services – GATS la clasificación correspondiente a servicios es: recreativos, culturales y deportivos, comerciales, de comunicación, de construcción, de distribución, educativos, relacionados con la salud, financieros, relacionados con el turismo y de transporte.

Santander fue el quinto departamento con mayor número de empresas relacionadas con este sector (33) que registran grandes ingresos en el país. De acuerdo con la distribución de las empresas es necesario resaltar que 16 hacen parte de servicios públicos (TGI, Essa, Gasorient, Gas de Santander y el Acueducto Metropolitano de Bucaramanga son las empresas más destacadas). Además, entre las 10 empresas más grandes, se encuentran Transportadora de Gas Internacional S.A. E.S.P. y Electrificadora de Santander S.A. E.S.P. (Vanguardia, 2013).

Asimismo, el sector servicios destaca por presentar cifras positivas de exportación en Colombia y Santander, siendo relevante destacar que en el periodo octubre-diciembre 2018, se evidencian los mayores montos de las exportaciones de servicios del país se registrados en: viajes, otros servicios empresariales y servicios de transporte como se observa en la tabla 1.

Tabla 1: Exportaciones de servicios, según agrupaciones de acuerdo con la clasificación ampliada de la balanza de pagos de servicios (CABPS) en millones de dólares.

| Agrupaciones | 2017 | 2018 | Variación anual % |
|---|----------|----------|-------------------|
| Servicios Viajes | 1.812,20 | 1.922,80 | 6,1 |
| Otros servicios empresariales | 329,8 | 388,5 | 17,8 |
| Servicios de transporte | 326,1 | 363,6 | 11,5 |
| Servicios de telecomunicaciones, informática e información | 135,8 | 119,3 | -12,2 |
| Cargos por el uso de propiedad intelectual | 31,5 | 27,9 | -11,3 |
| Servicios personales, culturales y de esparcimiento | 31,2 | 27,7 | -11,1 |
| Servicios de mantenimiento y reparación | 10,5 1 | 12,4 | 18,8 |
| Servicios de manufacturas en insumos físicos que son propiedad de otros | 3,3 | 0,8 | -75,7 |

Fuente: DANE – MTCES; 2018

Para el caso del sector servicios existen cuatro alternativas para realizar la exportación clasificadas de la siguiente manera: Una modalidad es el comercio transfronterizo de servicios, dando lugar cuando el servicio traspasa la frontera, en segundo lugar se encuentra el consumo en el extranjero, caracterizado por el traslado del consumidor a otro territorio para obtener su servicio, otra forma es la presencia comercial, se genera cuando el proveedor se desplaza a otro territorio y se establece allí, finalmente el movimiento de personas físicas es cuando el proveedor se desplaza a otro territorio, presta el servicio y regresa a su país, (Ministerio de Industria y Turismo, 2018).

Debido al gran impacto que ha tenido el sector servicio en el aporte al PIB del departamento de Santander y su potencial exportador, es de gran importancia relacionar este fenómeno, con la capacidad de explotación del conocimiento que poseen las empresas; ya que, gracias al desarrollo de esta capacidad, las organizaciones pueden llegar a ser más competitivas permitiendo introducirse en nuevos mercados internacionales, siendo está la clave del éxito. La capacidad de absorción es definida por Cohen & Levinthal (1990) como una habilidad de las organizaciones para conocer nueva información, de tal manera que logren asimilar con el conocimiento ya existente lo cual le permite aplicarla con fines comerciales. Lo que les llega a brindar a las empresas una transferencia de conocimiento para desarrollar ventajas competitivas en el mercado. (Máñez, Cavazos & Nuño, 2012; Peris, Mestre, y Palao, 2011).

La creación y sostenibilidad de las ventajas competitivas de las organizaciones no se explica por la posición en el mercado por sí sola, sino por la dificultad de replicar los activos intangibles y la forma en la cual estos se desarrollan dentro de la empresa. En los últimos años se ha visto incrementada la percepción de los empresarios de la importancia por medir los resultados obtenidos con base en las inversiones realizadas en activos de conocimiento intangibles. (Díaz, Aguiar & De Saá, 2006)

Al llegar a ser tan importante la capacidad de absorción del conocimiento enfocada en la capacidad de explotación para generar valor agregado a los servicios que incrementen su competitividad en el mercado, aquí radica la importancia de esta investigación, analizando si las empresas del sector de servicio de la capital santandereana poseen la capacidad de explotación del conocimiento.

La capacidad de explotación

Según Filgueiras (2010) En su investigación, da un concepto de innovación el cual, parte de ser un resultado del proceso continuo de aprendizaje organizacional que impacta el cambio organizacional orientado a acoplarse de manera estructural interna en la organización y con su entorno, que garantiza la supervivencia y desarrollo de estos sistemas, y por tanto, induce un proceso de innovación continua, en el que el aprendizaje colectivo que se produce en el accionar del sistema organizacional le permite enfrentar cambios internos y ajustar su desempeño para interactuar con los otros sistemas del entorno. Entonces, teniendo en cuenta la capacidad dinámica de absorción, el modelo de Cohen & Levinthal (1990) propone que que el incremento en la cantidad de información externa (oportunidad tecnológica) conlleva un aumento en los estímulos para construir la capacidad de absorción, y que éste además será mayor si el incremento de la información está asociado con la ciencia básica, es decir, basándose en las 4 dimensiones que propone la capacidad de absorción: las capacidades potenciales (adquisición y asimilación del conocimiento) y las capacidades realizadas (transformación y explotación del conocimiento) de una organización. Complementando la similitud de los autores Zahra y George, (2002) que redefinen el concepto como un conjunto de procesos por los cuales las empresas adquieren, asimilan, transforman y explotan el conocimiento obteniendo la capacidad de absorción; para lograr el desarrollo de la capacidad los autores agrupan los procesos en exógenos (adquirir y asimilar) como capacidad potencial y endógenos (asimilar y transformar) como capacidad realizada.

De esta forma, se debe tener un alto nivel de innovación en la empresa ya que es importante que exista una renovación continua y unión de 3 procesos fundamentales que constituyen la función del conocimiento en la economía: (a) **creación y absorción de conocimiento**: El cual trata del estrecho compromiso de invertir en aprendizaje que de resultado un conocimiento, sobre la evaluación en aplicaciones tecnológicas y comerciales. (b) **integración del conocimiento**: Trata sobre cómo se crea y se llega a gestionar un contexto de aprendizaje, que incentive el uso de los recursos del conocimiento. (c) **reconfiguración del conocimiento**. - desarrollo de estructuras y rutinas que favorezcan la articulación de los recursos de conocimiento, “la construcción organizada de conocimiento nuevo”. (Bogers & Lhuillery, 2011) Seguido de la importancia que tiene la innovación respecto a la capacidad de absorción, (Lane et al, 2002) sugieren que esta capacidad

dinámica, se relaciona estrechamente junto con la velocidad, frecuencia y magnitud de la innovación, y que a su vez esta, produce el conocimiento que proporciona a la organización una mayor capacidad de absorción.

Según la teoría que aporta (Kostopoulos y cols., (2011), consiste en que la capacidad de absorción surge como un mecanismo de ayuda para todas las empresas, haciendo que estas obtengan mayor actividad de explotación y transformación del conocimiento. Esto se asimila, a la investigación que propone García y León (2015) sobre la relación entre las dimensiones de la capacidad de absorción según el tamaño de la empresa, siendo las empresas medianas con mayor conciencia del uso de esta herramienta y de las oportunidades de aprendizaje o innovación que le brindan. En cuanto a los resultados de dicha investigación, sugieren que por lo general en las empresas pymes, aprovechan las oportunidades del entorno, adquiriendo información y conocimiento de sus fuentes externas, pero, el conocimiento se aplica y transforma cuando tienen un problema a solucionar, entonces, en conclusión, el interés de la mayoría de las pymes no se relaciona con la adquisición y creación de nuevo conocimiento, a pesar de que ambos grupos de empresas (pequeñas y medianas) demuestran la existencia de procesos innovadores y explotación de conocimiento; demuestran una mayor habilidad para innovar, pero sin intención de desarrollo y aplicación de la capacidad de absorción del conocimiento.

Por medio de la teoría de la complejidad económica, significa que entre más grande sea la red de conocimiento de las organizaciones, mayor será el conocimiento productivo transferido, por lo que habrá mayor probabilidad de poder crear un margen de innovación empresarial, donde se beneficiará la capacidad económica de la empresa. (Hausmann e Hidalgo, 2009) Por medio de las nuevas redes de conocimiento e innovación, se puede lograr ventajas competitivas en contraste con la competencia de un mercado internacional, de manera que se pueda aprovechar mediante estrategias empresariales. Permitiendo que las empresas generen nuevas propuestas de valor en sus servicios para que obtengan una demanda potencial, de forma que se facilite la explotación de conocimiento y su comercialización, generando permanencia en el mercado y competitividad . (Herrera, Parra, Livscovsky, Ramos y Gallardo, 2017)

En la mayoría de los países, las empresas invierten en investigación y desarrollo, siendo esta la estrategia de incremento de productividad, diferenciación del servicio y de crecimiento de la cuota de mercado. (Andreoni, 2014) Por medio de la dimensión explotación es que se basan aquellas rutinas de la organización que permiten ampliar las ideas existentes para crear nuevas a partir del conocimiento e información externa adquirida por la compañía (Alarcón J et al., 2014).

Finalmente, la importancia que toma hoy en día la capacidad de explotación en empresas, es poder innovar y tener una red de conocimiento que permita transformar toda la información y aprovecharla, de manera que sea un beneficio económico y estratégico en la organización.

La explotación de conocimiento en empresas de servicios

Aguilar, Herrera y Clemenza (2012), en su investigación sobre la capacidad de absorción en operadores turísticos, argumentan que la perspectiva de la innovación se relaciona con la existencia de habilidades internas en las organizaciones, y su vinculación con fuentes externas de conocimiento, que incide primero, sobre su capacidad de innovar, y luego sobre los resultados de la estrategia de mercado. Lo importante de investigar en una empresa que ofrece un servicio *“es la identificación y la medida de dicha innovación en la organización, tanto como un recurso de entrada, como su resultado sobre el rendimiento y el beneficio económico”*. En los resultados de dicha investigación, se puede afirmar que en cuanto a las empresas turísticas, existe una influencia significativa y positiva que tienen sobre la innovación de productos y servicios turísticos; si bien no han desarrollado de forma clara y bien definida habilidades y capacidades para adquirir, asimilar, transformar y explotar el conocimiento, tienden a reconocer la importancia de las mismas, incorporando cada vez más el valor de la innovación en su operaciones, con lo cual exhiben de manera significativa una ventaja competitiva.

No obstante, Aguilar, Herrera y Clemenza (2014), argumentan que el gasto de innovación no siempre es una variable de la capacidad de absorción, y más preciso, no es una medida adecuada para explicar de forma total la dinámica de la innovación en el sector de servicios. En cuanto a la dimensión de explotación, en su investigación que puede fomentar y establecer las relaciones hacia el interior de la organización, con consumidores y stakeholders. Esta dimensión permite que se desarrollen rutinas organizativas combinando un conocimiento existente con el recientemente

adquirido y asimilado. La estrategia central, es que gracias a la dimensión explotación, es estimular las actividades de la empresa tales como la implementación, aplicación, conversión y re-codificación del esfuerzo innovador y el conocimiento.

Respecto a la investigación de Filgueiras, Castro y Ráfull (2013), según el modelo desarrollado de conceptualización sobre los componentes de capacidad de absorción, posibilita el diseño e implementación de estrategias de intervención para potenciar el proceso de innovación y elevar el desempeño organizacional. Pero, la empresa estudiada (sector servicios), carece de conocimientos para enfrentar mejor las barreras y explotar las potencialidades.

Por otro lado, un estudio en Colombia, el cual se basó en determinar un indicador para medir la capacidad de absorción en empresas de servicio, de acuerdo con la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica realizada por el DANE. Según los resultados para la dimensión de explotación, un 59% de las empresas encuestadas indicaron que a pesar de que se presentan innovaciones en productos y procesos, y registros de propiedad intelectual, estos aspectos no se encuentran ligados necesariamente al aprovechamiento del nuevo conocimiento adquirido; como conclusión, no se puede hablar de la existencia de la capacidad de absorción del conocimiento como capacidad dinámica porque aunque se presentan en cierta medida las capacidades organizacionales de adquisición, asimilación, transformación y explotación del conocimiento externo, estas dimensiones no trabajan de forma conjunta para obtener resultados innovadores, y adicionalmente, no es considerada su funcionalidad para el desarrollo de habilidades que permitan a las empresas crear nuevas capacidades que conduzcan a obtener ventajas competitivas. (González & Hurtado, 2014).

2. Metodología

2.1 Tipo de investigación

Esta investigación posee un alcance correlacional elaborado con un diseño no experimental ya que no se manipulara ninguna de las variables planteadas de acuerdo a lo establecido por Hernández, Fernández, y Baptista (2010). La información fue recolectada, a través de un instrumento de

investigación, en un solo momento, es decir en un tiempo único, la cual se denomina corte transversal. En función a los objetivos se considera un análisis de tipo cuantitativo. El instrumento mencionado será utilizado para recaudar, procesar y analizar la capacidad de explotación del conocimiento de las empresas del sector servicios de Bucaramanga, Santander.

2.2 Población

Para realizar el análisis de capacidad de explotación en relación con la capacidad de transformación de conocimiento se escogió el sector servicio de la ciudad de Bucaramanga, puesto que es importante para el departamento de Santander ya que genera un aporte representativo al PIB del departamento de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018) y presenta potencial exportador según datos del DANE – MTCES (2018).

2.3 Muestra

Para el análisis de la capacidad de explotación del conocimiento se realizó la aplicación de una encuesta determinando una muestra no probabilística y a conveniencia a empresas del sector de servicios ubicadas en Bucaramanga, Santander, Colombia. Participando 45 empresas de 5 subsectores los cuales son: Aseguradoras, Inmobiliarias, Financiero, Hotelero y Salud.

2.4 Materiales

Para recolectar los datos necesarios sobre la capacidad de explotación del conocimiento se aplicó una encuesta en escala de Likert que va de 1 a 5, donde 1 es absolutamente en desacuerdo y 5 es absolutamente de acuerdo, esta es una escala psicométrica empleada para la comprensión de las opiniones y actitudes de los individuos hacia una práctica, marca, servicio entre otros. Sirve principalmente para realizar mediciones y conocer sobre el grado de conformidad del encuestado hacia determinada oración afirmativa o negativa. Las preguntas se basan en el planteamiento de Zahra y George, (2002) para la definir las preguntas asociadas a la capacidad de transformación de la información y a la capacidad de explotación del conocimiento. En la tabla 1 se muestra la conformación de las afirmaciones de la encuesta en función de las capacidades.

Tabla 2. Conformación del instrumento.

| Afirmación | Variable | Autor |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Los empleados vincula acertadamente el conocimiento existente con nuevas ideas. | Capacidad de Transformación | Zahra y George, (2002) |
| Los empleados de esta empresa son capaces de aplicar los nuevos conocimientos en su puesto de trabajo. | | |
| Esta empresa incentiva a sus trabajadores a mejorar los procesos existentes. | | |
| La Dirección apoya el desarrollo de muestrarios y prototipos. | Capacidad de explotación | Zahra y George, (2002) |
| Esta empresa tiene la capacidad de adoptar continuamente nuevas tecnologías. | | |
| La empresa promueve la investigación y el desarrollo. | | |

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario se aplicó a una muestra piloto de 10 empresas para comprobar su calidad y validez. Posteriormente se procedió a reformar el cuestionario previo y redactar el definitivo, especificando los procedimientos para su utilización.

2.5 Método estadístico.

Se utilizó un modelo de regresión lineal simple para conocer la relación de dependencia entre la dimensión de transformación de conocimiento con la dimensión consecuente que es la explotación de la información, siendo esta la de mayor importancia en este proceso de absorción de conocimiento para las empresas. Anterior a esto se realizó un promedio ponderado para cada una de las dimensiones (transformación y explotación) con la finalidad de tener un nuevo indicador para cada una de las dimensiones mediante la suma de cada ítem (pregunta) que posee cada dimensión y dividir entre el mismo número de ítems.

El modelo de regresión lineal fue utilizado mediante la metodología de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) para minimizar la suma de las desviaciones cuadradas de los valores observados en su media y el cálculo de los coeficientes. Se eligió la metodología MCO por ser de las más utilizadas en los modelos de regresión, ya que tiene propiedades estadísticas de alto nivel de eficacia en este tipo de estudios (Misas y Melo, 2004). El método MCO explica la dependencia de la variable Y respecto a una o más variables independientes X. El principio del método consiste en minimizar la suma de todas las desviaciones cuadradas de todos los valores observados en su

media, encontrando el valor de la media que convierte la suma requerida lo más pequeña posible (Gujarati, 2004).

Aunado a esto se realizó un cálculo de correlación de Pearson para conocer si existe correlación entre las dos dimensiones analizadas e introducidas en el modelo. La correlación de Pearson es una medida lineal de dos variables específicamente cuantitativas de forma aleatoria que permite determinar la correlación existente entre las variables.

Procedimiento de investigación.

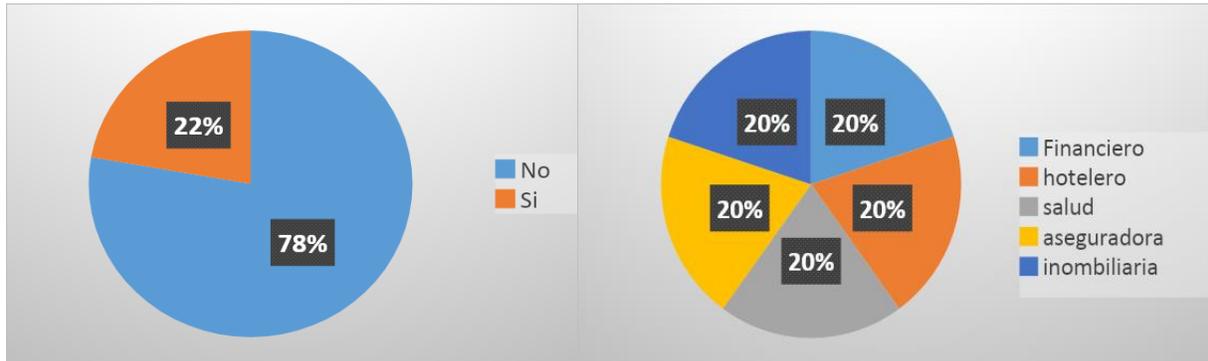
1. Se realizó una revisión literaria de las Capacidad de explotación.
2. Se identificó el sector con mayor representación en el PIB y potencial exportador de Bucaramanga, Colombia.
3. Se realizó una prueba piloto para comprobar la calidad y validez del instrumento.
4. Se adaptó el instrumento para medir la capacidad de transformación de la información y la capacidad de explotación del conocimiento en las empresas.
5. Se aplicó el instrumento a 45 empresas del sector servicio.
6. Se capturó cada encuesta en el sistema SPSS versión 17.
7. Se calculó la significancia de la matriz de correlaciones.
8. Se corrió el modelo de regresión lineal simple entre las dimensiones preestablecidas.
9. Se interpretaron los resultados obtenidos.

3. Resultados

A continuación se presenta la caracterización de las empresas que participaron en la investigación.

Gráfica 1: empresas familiares y no familiares

Gráfica 2: Distribución por subsectores

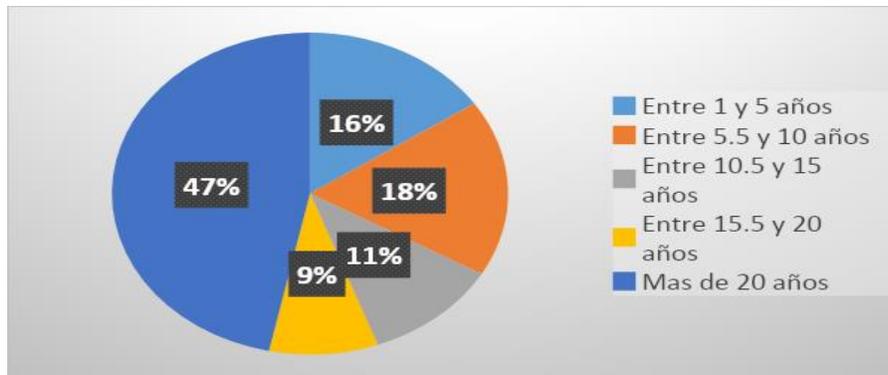


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 1 se puede observar que el 78% de las empresas no pertenecer al contexto familiar, mientras que el 22%, indicaron que son empresas familiares, por otro lado, en la gráfica 2 se identifican los subsectores que participaron en el estudio.

Además en la gráfica 3 se destaca la trayectoria en el mercado donde el 47% de las empresas encuestadas llevan más de 20 años. El 85% de las empresas presentan una trayectoria en el mercado mayor a 5 años razón por la cual se hace relevante verificar si la capacidad de transformación de la información incide en la capacidad de explotación permitiendo su sostenibilidad a través del desarrollo de servicios más innovadores y competitivos.

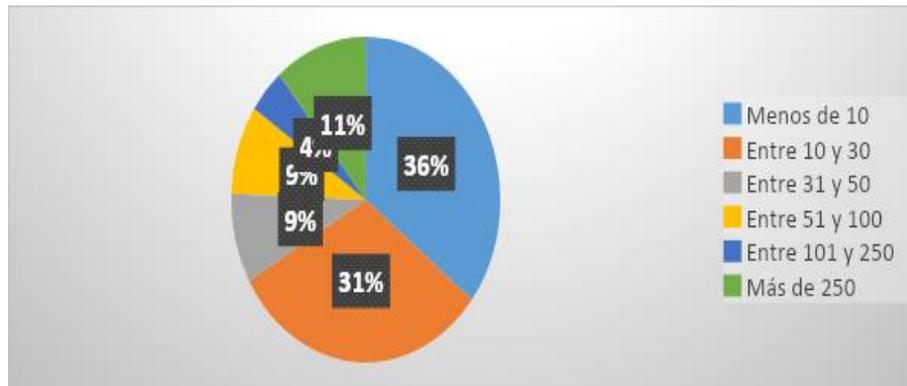
Gráfica 3: Trayectoria empresarial



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 4 presenta cuántos empleados directos poseen las empresas que participaron en la investigación.

Gráfica 4: Cantidad de empleados

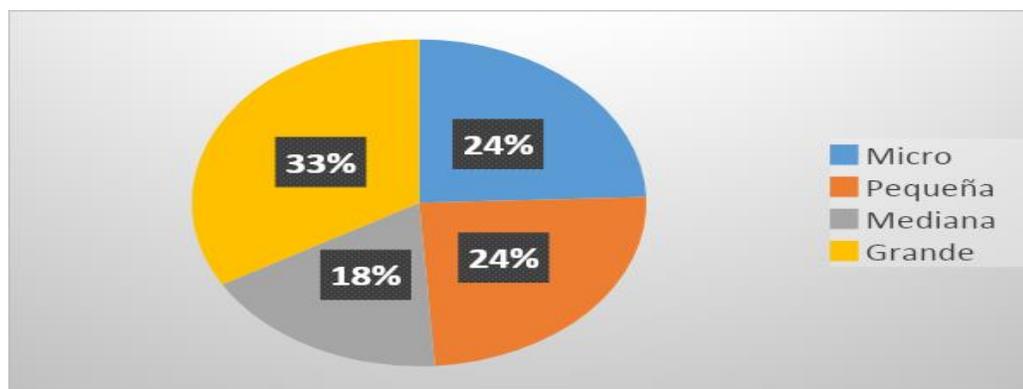


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se puede apreciar que el 36% de las empresas se encuentran conformadas por menos de 10 empleados, el 31% de las empresas se conforman por 10 a 30 empleados y el 33% restante poseen entre 30 y más de 250 empleados. Cada empleado aporta un conocimiento tácito a la organización permitiendo a la empresa poseer mayor conocimiento organizacional a partir de la gestión de su capital intangible.

Finalmente, en la gráfica 5, se distribuyen las empresas por tamaños, siendo así:

Gráfica 5: Tamaño de las empresas



Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra que el tamaño predominante de las organizaciones del sector servicios encuestadas es grande representa por el 33% de las empresas, después está el tamaño Micro representado por el 25%, posteriormente está el tamaño pequeña conformado por el 24% del total

| | | R cuadrado | Durbin-Watson | B | Error típ. | Beta | | |
|--|-------------------|------------|---------------|-------|------------|------|-------|------|
| Variable Independiente: Transformación | ,723 ^a | ,522 | 1,982 | 1,036 | ,149 | | 6,935 | ,000 |
| Variable dependiente: Explotación | | | | | | | | |
| (Constante) | | | | -,461 | ,684 | ,723 | -,673 | ,504 |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del método estadístico implementado indican que con un nivel de 95% de confianza la variable independiente (predictora) transformación efectivamente tiende a influir en los movimientos de la variable dependiente explotación, por lo tanto, la capacidad de transformación si es estadísticamente significativa para explicar los movimientos de la capacidad de explotación con un grado de explicación del 52.2%. Cuando la variable independiente incrementa en 1 unidad porcentual la variable dependiente tiende a ser 1.036 con base a los resultados de Beta del modelo. En relación a los resultados de la prueba Durbin-Watson en el modelo, al ser 1.982, valor muy cercano a 2, permite determinar que no existe autocorrelación en los residuos en el análisis de regresión.

4. Conclusiones

De acuerdo con los resultados estadísticos obtenidos cabe resaltar que la capacidad de transformación incide en la capacidad de explotación que posee una empresa, razón por la cual es clave en las organizaciones es orientar procesos de gestión del conocimiento que permitan vincular el conocimiento tácito del personal con los procesos empresariales permitiendo la mejora continua, estas iniciativas promueven la capacidad de explotación permitiendo que las empresas desarrollen nuevos prototipos, vinculen tecnología a sus procesos e incentiven la investigación y desarrollo de tal manera que la empresa desarrolle innovación garantizando la competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

Teniendo en cuenta lo anterior y el planteamiento de Zahra y George (2002) se puede afirmar que existe presencia de la capacidad de transformación y la capacidad de explotación en las empresas

del sector servicios que probablemente explican los resultados positivos en la exportación de sus servicios, resultados apalancados en el aprovechamiento del capital intangible y la generación de valor agregado.

Esta investigación es de gran importancia para todos los gremios de empresas de servicios, a empresarios en busca de mejorar su sistema y buscar nuevas oportunidades en mercados internacionales, investigadores, instituciones y demás cuerpos de investigación.

5. Referencia

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2018) Producto Interno Bruto de Santander 2017. Recuperado en: <https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/pibxactividad.htm>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2017) Empresas Inscritas en Santander. Recuperado en : <https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/ins2018.htm>

Cohen, W.M. & Levinthal, D.A. (1990). Absorptive Capacity: A New Learning Perspective on Learning and Innovation. Administrative Science Quarterly, 35(1), 128-152.

La Vanguardia. (2013). 33 Empresas de Santander, entre las mil más grandes del país. Recuperado en: <https://www.vanguardia.com/economia/local/33-empresas-de-santander-entre-las-mil-mas-grandes-del-pais-hyvl207356>

DANE. (2019) Muestra trimestral de comercio exterior de servicios. Recuperado en : https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/comercio_exterior_servicios/boletin_MTCES_IV_18.pdf

Zona Franca Santander. (2016). Las exportaciones de servicios tercerizados crecen en Colombia. Recuperado en: <http://www.zonafrancasantander.com/blog-11-m/292-las-exportaciones-de-servicios-tercerizados-crecen-en-colombia.htm>

Ministerio de Industria y Turismo. (2018). Colombia Exporta Servicios (Estrategia para la internacionalización del sector de servicios. Recuperado en : http://www.colombiaexportaservicios.co/sites/default/files/colombia_exportador_de_servicios.pdf

Díaz Díaz, N. L., Aguiar Díaz, I., & de Saá Pérez, P. (2006). El conocimiento organizativo tecnológico y la capacidad de innovación. Evidencia para la empresa industrial española. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, (27).

MÁYNEZ-GUADERRAMA, A., & CAVAZOS-ARROYO, J., & NUÑO-DE LA PARRA, J. (2012). La influencia de la cultura organizacional y la capacidad de absorción sobre la transferencia de conocimiento tácito intra-organizacional. Estudios Gerenciales, 28, 191-211.

Peris, M. L. F., Mestre, M. J. O., & Palao, C. G. (2011). La relación entre la capacidad de absorción del conocimiento externo y la estrategia empresarial: un análisis exploratorio / The Relationship between External Knowledge Absorptive Capacity and Firm Strategy: An Exploratory Analysis. European Journal of Management and Business Economics, 20(1), 69.

FILGUEIRAS, M.L., “Modelo Integrado para la Gestión de la Innovación en la Generación Distribuida en Cuba”. Taller II Tesis Doctoral, 2010, 2da Edición, InSTEC, Cuba.

BOGERS, M., LHUILLERY, S., “A Functional Perspective on Learning and Innovation: Investigating the Organization of Absorptive Capacity. Industry and Innovation”. 2011, vol.18, n.6, p.581-610, London, UK: Routledge, DOI: 10.1080/13662716.2011.591972

Aguilar-Olaves, G., & Herrera, L., & Clemenza, C. (2012). Capacidad de absorción en operadores turísticos: estructura y determinantes del éxito en marketing y en la innovación. Omnia, 18 (3), 106-128.

Aguilar-Olaves, G., & Herrera, L., & Clemenza, C. (2014). Capacidad de absorción: aproximaciones teóricas y empíricas para el sector servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 19 (67), 499-518.

Filgueiras Sainz de Rozas, M., & Castro Fernández, M., & Rafull Suárez, I. (2013). Determinación de la capacidad de absorción: estudio de caso en la empresa GEYSEL. *Ingeniería Energética*, XXXIV (3), 175-185.

González Campo, C., & Hurtado Ayala, A. (2014). PROPUESTA DE UN INDICADOR DE CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DEL CONOCIMIENTO (ICAC-COL): EVIDENCIA EMPÍRICA PARA EL SECTOR SERVICIOS EN COLOMBIA. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXII (2), 29-46.

K. Kostopoulos, A. Papalexandris, M. Papachroni, G. Ioannou (2011). Absorptive capacity, innovation, and financial performance

García, L., & Leon, J. (2015). La capacidad de absorción del conocimiento y sus dimensiones en Pymes Acuícolas: el caso Sonora, México. *Revista Aquatic*, 43, 14-22.

Hausmann, R. & Hidalgo, C. (2009). The Building Blocks of Economic Complexity.” the United States of America 106 (26), pp. 10570-10575. Proceedings of the National Academy of Sciences.

Zahra, S.A. y George, G., 2002. Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension Academy of Management Review, 27 (2) (2002), pp. 185-203.

Herrera, O. B., Parra, M., Livscovsky, I., Ramos, P., & Gallardo, D. (2017). Lifeways and territorial innovation: values and practices for promoting collective appropriation of territory. Community Development Journal, 1-19.

Lane, P.J., Koka, B., and Pathak, S. A thematic analysis and critical assessment of absorptive capacity research. Academy of Management Proceeding, BPS, M1:M6. 2002

ANDREONI, A. (2014): “Structural learning: embedding discoveries and the dynamics of production”, Structural Change and Economics Dynamics, no 29, pp. 58-74.

Alarcón J, García PM, Parra G, Ruiz MJ. 2014. La capacidad dinámica de absorción como factor conductor del capital social cognitivo hacia la innovación, Economía industrial. 2014;391:33-42

Garzón-Castrillón, M. (2016). Capacidad dinámica de absorción. Estudio de caso. *Orinoquia*, 20 (1), 97-118.

Consecuencias del Cambio Climático en el Comercio de las Américas

Trujillo Méndez, George Brian

*Semillero de investigación SIGI, facultad de Administración de Negocios Internacionales,
Universidad Pontificia Bolivariana, george.trujillo.2016pb.edu.co*

Resumen— *El principal propósito de este proyecto fue identificar las consecuencias del cambio climático en el comercio en las Américas identificando los cambios climáticos dado en esta zona, discutiendo cómo los cambios han afectado el comercio y examinando los posibles cambios a futuro del comercio debido al cambio climático. Este estudio se enfoca en analizar las diferentes condiciones que se dan en las Américas debido al cambio climático y busca posibles soluciones que pueden ser aplicadas en las economías y sociedades del continente para enfrentar las problemáticas como temperaturas extremas, erosión, polución, entre otras. La metodología aplicada en este artículo fue cualitativa basada en recursos secundarios como revistas académicas que puedan dar aporte a la investigación y el análisis realizado. Los resultados de esta investigación fueron que las compañías están cambiando su estrategia y están enfocándose en que sean favorables para el medio ambiente de esta manera generar mayor valor agregado y de esta manera cumplir y alinearse a lo nuevos planes de desarrollo de los gobiernos que tienen cambios generados para la confrontación de las problemáticas mencionadas. Diferentes países del continente trabajan para que el comercio disminuya su impacto ambiental lo cual vienen siendo un gran reto teniendo en cuenta las demandas de la industria, los altos consumidores, y otros desafíos. Los resultados de esta investigación pretende identificar los cambios futuros en el comercio en las Américas debido al cambio climático.*

Abstract— *The main purpose of this project was to find out the consequences of climate change on the commerce in the Americas by identifying the changes of climate change in the Americas, discussing how the changes have affected the commerce in the Americas, and examining the future possible changes of commerce due to climate change in the Americas. This study focusses on analyzing the different conditions presented on the Americas due to climate change and try to find out possible solutions that might be applied on the economies and different societies of the Americas to confront these issues such as extreme weather conditions, erosion, air pollution, and more. The methodology used on this article was a qualitative methodology based on secondary sources like journal papers that can support the investigation and the analysis done. The results of the investigation were that companies are changing their strategies and they are focusing them on ecofriendly strategies that can give them more add value, fulfill and align to the new governments developing plans that also change in a way that they can may front to the issues presented, and effort to fight against this climate changes in the Americas. Different countries of the continent are trying to evolve commerce in a way that makes less harm to the environment but is a very difficult challenge because of the demands of industrial sectors, the high-consumers behavior, and other problems. The results of this investigation pretend to identify the future changes in commerce in the Americas due to climate change.*

Keywords/Palabras clave— *Cambio Climático, Comercio, Américas, Contaminación, Desarrollo Sostenible – Climate Change, Americas, Contamination, Sustainable Development.*

1. Introducción

El cambio climático es un desafío para la economía y el comercio que siempre ha estado presente en la historia, sin embargo, en la actualidad el estado de este es más inconsistente, fuerte y peligroso por lo que la sociedad tiene que realizar un mayor esfuerzo para adaptarse a estas condiciones mediante el desarrollo de nuevas estrategias económicas y nuevas formas de comercio que permitan hacerle frente a estas problemáticas. El cambio climático ha sufrido drásticos cambios en los últimos años debido a diferentes factores, principalmente la contaminación, la emisión de CO₂, polución, erosión, la deforestación y otros tipos de daños que se realizan por parte de las personas. Esto ha afectado el cambio climático de manera que ha alterado sus condiciones y siendo contraproducente para el comercio.

En América según el último reporte climático de abril de 2019 hecho por el “National Centers for Environmental Information” del NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration) tanto en Sur América como en la zona de Alaska se están presentando el mes de febrero de mayores temperaturas hasta el momento y en la zona del norte que abarca Estados

Unidos y Canadá se perciben fuertes lluvias. En zonas donde hay estaciones con sus respectivos climas o en zona de trópicos donde ya hay un margen de climas para ciertas temporadas no se está cumpliendo. Por el contrario, las temperaturas están disparadas independientemente del tiempo del año en que se encuentre. Esto causa un gran impacto en las cadenas valor de las empresas.

En Colombia, 66% de las compañías son afectadas por el cambio climático (Departamento Nacional de Planeación, 2017). Esto no es un ejemplo en específico sino que por el contrario es algo común en la mayoría de las empresas de las Américas que no están preparadas para los efectos climáticos actuales y porque no tienen este tipo de temática incluidas en sus planes de trabajos y estrategias.

El cambio climático conlleva diferentes tipos de desastres que afectan no solo al comercio si no a la misma sociedad los cuales pueden ser deslizamientos de tierras, inundaciones, incendios, entre otros, que afectan de manera que generan desplazamientos de personas, afectan contra la salud de las personas, afectan la disponibilidad de los recursos como el agua, afectan la productividad de las empresas, sobre todo las agrícolas, afectan la infraestructura y el comercio (Alam and Rabbani, 2007; Handmer et al., 1999; McMichael, 2000).

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Analizar las consecuencias del cambio climático en las Américas.

a. Objetivos específicos

- Identificar los cambios climáticos dados en las Américas.
- Discutir cómo los cambios han afectado el comercio en las Américas.
- Examinar los posibles cambios a futuro en el comercio en las Américas.

3. Estado del Arte

Contexto Internacional

Galindo y Samaniego (2010) presentan avances referentes al tema en cuestión en la investigación titulada: “La Economía del Cambio Climático en América Latina y el Caribe; Algunos Hechos Estilizados”. Dicha indagación perseguía el objetivo de presentar un informe acerca de los principales factores que influyen en el impacto económico del cambio climático en América Latina y el Caribe, teniendo en cuenta procesos de adaptación y mitigación. Como resultados de la investigación se determinó que los costos económicos del impacto son significativos, heterogéneos, no lineales y crecientes en el tiempo; con limitaciones específicas de tiempo y espacio que tienen como consecuencia pérdidas económicas irreversibles.

Los hallazgos de la investigación constatan una relación positiva entre la trayectoria de las emisiones per cápita, el consumo de energía y el ingreso de las sociedades en esta región. Con base en dicha información las proyecciones a futuro realizadas en el corto y mediano plazo evidencian que las emisiones per cápita en la región seguirán en aumento mostrando un proceso de convergencia absoluto en emisiones per cápita en los países, lo cual llevará a un paulatino proceso de disrupción de las emisiones respecto a la actividad económica de los países presentes en la región.

Contexto Regional

En el marco del proyecto “Estudio Regional de Economía del Cambio Climático en Sudamérica” (ERECC-SA) coordinado por la CEPAL y auspiciado por el Banco Interamericano de Desarrollo, la Cooperación Británica y la Cooperación Danesa, se ha desarrollado una serie de estudios sectoriales sobre los impactos del cambio climático en Bolivia; entre ellos “La economía del cambio climático en Bolivia: Estimación de impactos en equilibrio general” desarrollado por Andersen (2014). Los estudios parciales relacionados previos a esta investigación no consideran los efectos indirectos y dinámicos que surgirán a causa de los efectos sectoriales directos. Por ejemplo, estudios sobre agricultura estiman los impactos del cambio climático sobre los rendimientos agropecuarios y los ingresos de la población rural, pero no considera la cascada de efectos indirectos que estos impactos inician: Una caída en la producción agropecuaria causaría

un aumento en los precios de productos agropecuarios, lo cual compensa parcialmente a los productores, pero al mismo tiempo dañaría a los consumidores quienes tendrían que gastar una mayor parte de su presupuesto en alimentación.

Además, los estudios no toman en cuenta los efectos dinámicos que surgen. Un productor que ha experimentado una caída en ingresos en un año va a tener menos excedente disponible para inversión y por eso su producción también va a ser menor en los siguientes años, aún si no hubiera efectos directos los siguientes años. De la misma manera, un camino que se destruyó por eventos extremos en un año no solamente causa daño a todos los que necesitaban usar el camino este año, sino también los siguientes años. Aunque el gobierno trataría de reparar los caminos destrozados, esto significaba que tendría menos fondos disponibles para invertir en nuevos caminos, así que sí o sí va a haber menos infraestructura disponible, lo que perjudica a todos los sectores de la economía.

Contexto Nacional

La “Estrategia Colombiana de Desarrollo Bajo en Carbono (ECDBC)” es un producto científico presentado Mendieta y Sostenible (2012) como parte de un trabajo mancomunado entre el gobierno nacional y el Ministerio de Ambiente. La ECDBC es una propuesta de alto impacto generada por el ejecutivo nacional con miras a desligar el crecimiento económico de Colombia y su actividad comercial de las emisiones de efecto invernadero; principal factor para el asentamiento del cambio climático. La ECDBC fue concebida para identificar el potencial de mitigación de las emisiones de gases efecto invernadero como herramienta para su futura implementación

A pesar de que Colombia produce tan solo un 0.37% de las emisiones de gases efecto invernadero del mundo este indicador comparado al de otros países demuestra que la cifra está por debajo del promedio mundial y de la media de la región. Sin embargo, Colombia ha mostrado ser un país altamente vulnerable a los efectos del cambio climático. Por esta razón la EDBC presentan

co-beneficios económicos, sociales y ambientales, a través de las cuales el país puede atraer financiación y transferencia de tecnologías disponible internacionalmente; por lo anterior Colombia debe prepararse para una economía global baja en carbono y evitar futuras barreras comerciales que transgredan las oportunidades económicas del país con miras a mercados internacionales.

Como resultado del programa planteado se evidencia que la puesta en Marcha de la EDBC es sinónimo de crecimiento económico y productividad, apoyando a que las empresas nacionales conquisten mercados internacionales con altas exigencias en cuanto a temas relacionados a carbono-intensidad, aprovechando el potencial minero-energético de forma ambientalmente responsable y sostenible. El programa fungía como artífice del ahorro y la competitividad a través de mejoras significativas en la eficiencia de los procesos productivos, disminuyendo los requerimientos de insumos y reduciendo los costes de energía y agua. La innovación y competitividad es otra de las apuestas del programa, con la finalidad de promover tecnologías con los más altos estándares de productividad y carbono eficiencia. Todos estos elementos antes descritos derivan en una reducción de la pobreza y el desarrollo rural sostenible, mejorando sistemas productivos de las familias campesinas.

4. Metodología

El artículo de investigación fue construido mediante una metodología cualitativa con un enfoque descriptivo el cual se basó en la recolección y análisis de información encontrada en otras investigaciones, libros, periódicos y datos proporcionados por organismos internacionales como Naciones Unidas (ONU) y el Banco Mundial, que trataban el tema de cambio climático y sus efectos en diferentes países de las Américas. Es necesaria la búsqueda de información de los fenómenos naturales para su comprensión y posterior el análisis acerca de cómo estos han cambiado y afectado el comercio. Además, se debe conocer el contexto histórico de cómo estos se han presentado en los últimos años. La metodología cualitativa permite abarcar la temática de manera que cubra información escrita de un determinado tema, en este caso cambio climático, con el propósito de establecer su relación o impacto que tiene sobre el comercio y economías de

América del norte, centro y sur, es decir que el documento se basa en el diseño documental de Bernal (2010). Es por esto que se realizó la investigación con dicha metodología, ya que es la más acorde para la agrupación y el análisis de un tema en específico.

5. Resultados

La inestabilidad del clima en las Américas:

La zona de las Américas es una donde la mayoría de los países no tienen estaciones (invierno, verano, primavera, otoño) porque están en el área de la línea ecuatorial. Esto significa que los países tienen un clima tropical o subtropical. Algunos países como Estados Unidos, Canadá, Argentina, entre otros, tienen un clima templado. En el caso de los países tropicales y subtropicales, son afectados principalmente debido al fenómeno de El Niño y La Niña. El primero es cuando el océano pacífico tropical central y del este se calienta y esto hace que el clima se vuelva más cálido sin lluvia y que los lagos y ríos se sequen, genera la termoclina (SIAC, 2019). La segunda sugiere un acoplamiento del océano y la atmósfera y de acuerdo con lo expuesto a final de enero de 2011 por la Organización Meteorológica Mundial. Ambos afectan el clima de los países americanos porque desequilibra los climas usuales que se dan en ciertas épocas del año para aquellas regiones. El CIIFEN (Centro de Internacional para la Investigación del Fenómeno del Niño) pronosticó que para el mes de marzo y mayo del 2019 se presentaría el fenómeno y que podría mantenerse en los meses posteriores. En los países templados que el clima se rige por las 4 estaciones del año, se ven afectados también ya que el clima se vuelve menos preciso porque algunas estaciones vienen antes o, de lo contrario, se necesita más tiempo para cambiar de estación y el clima en cada una de estas se vuelve más fuerte haciendo el verano más caluroso de lo normal y el invierno más frío. Estos cambios extremos en el clima que cada vez se hacen más comunes debido a la contaminación global afectan todos los aspectos de la sociedad, incluido el comercio.

En los Estados Unidos, en 2018 se presenció la época de acción de gracias más fría del último siglo (CNN, 2018), se trata de condiciones climáticas extremas de período pequeño, pero analizando las condiciones climáticas extremas a largo plazo, los seres humanos están viviendo las temperaturas más cálidas de la historia moderna. Esto se debe a la contaminación de las emisiones de efecto invernadero, las contaminaciones del aire, la erosión del suelo y otros tipos de

daños que nuestra sociedad ha hecho a los entornos. Estas acciones son directamente dañinas para el planeta, lo cual es contraproducente debido a que al contaminar el medio ambiente los recursos se están acabando y en los países de las Américas donde la mayoría de las economías se basan en la agricultura y la minería, necesitan hacer un cambio.

La contaminación del aire es otra de las razones de la inestabilidad climática y los fenómenos que han aparecido en los últimos años en las Américas. El continente, debido a su diversidad de biomas y ambientes es rico en calidad del aire y recursos naturales, pero la contaminación causada por grandes empresas, automóviles, minería, producción de gas, producción de fósiles y otros contaminantes que afectan la calidad del aire y la capa de ozono que Todos los días que pasan la situación empeoran, las ciudades han contribuido al cambio climático debido a sus emisiones de gases de efecto invernadero. Las ciudades de América que están muy afectadas son: Los Ángeles-Long Beach, Sao Paulo, Santiago de Chile y la Ciudad de México. Este nivel de contaminación del aire de las ciudades supera el límite impuesto por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Esto debido al alto nivel de CO₂ que hay en el aire y esto afecta a los ecosistemas y su clima y afecta a la salud humana porque este aire contaminado es peligroso para ellos y para todas las criaturas vivas en estas zonas.

Otra problemática que afecta a las Américas es la erosión y la deforestación. El clima hace que la tierra pierda su sólida estructura y produzca deslizamientos de tierra los cuales han llegado a destruir ciudades de América, como la que ocurrió en Colombia en el estado de Cauca, donde 28 personas perdieron la vida debido a un paisaje (CNN, 2019). Estos se producen debido a la lluvia constante y el cambio en el clima que se produce debido a la contaminación. Por otro lado, la erosión es una gran problemática que es realmente peligrosa en las Américas debido a la cantidad de países que basan sus economías en la agricultura, y la agricultura es una de las causas principales de la erosión, como la labranza y la deforestación. Tales procesos destruyen los ecosistemas al afectar la consistencia del suelo y al hacer que el suelo no se pueda usar nuevamente, por lo que es un proceso en el que las industrias producen sus cultivos y luego, después de que el daño se hace en el suelo, buscan nuevos lugares para producir.

Efectos del cambio climático en las Américas:

El cambio climático y sus efectos en el medio ambiente, como deslizamientos de tierra, inundaciones, incendios y todos los mencionados anteriormente vienen con aspectos específicos para los impactos en las poblaciones humanas, como el movimiento de la población, la salud humana, la disponibilidad de agua, la productividad agrícola, la infraestructura, la industria y más. Este tipo de situaciones afecta directamente a los pronósticos de las empresas y su logística. Las situaciones tales como deslizamientos de tierra e inundaciones se deben a las condiciones climáticas extremas y los fenómenos naturales y este tipo de situaciones afecta a muchas partes de la cadena en una empresa desde el productor hasta el cliente, ya que puede afectar las instalaciones de la empresa, así como la infraestructura, el transporte se convierte en un problema, los tiempos de entrega, la salud también para sus trabajadores, por lo que es una condición donde todos perdemos. Esfuerzos y aplicaciones como la última milla de Russell W. Goodman o la logística y distribución de Alan Rushton son algunas de las aplicaciones empresariales que se a pesar de sus correctas apreciaciones, se ven afectadas por nuevos retos impuestos por el cambio climático. El hecho de que los fenómenos naturales como el Niño o la Niña sean impredecibles hace más vulnerable al comercio.

La situación actual ha conllevado a que las entidades internacionales lleven a cabo una serie de esfuerzo para tratar de disminuir la contaminación y mantener la estabilidad que cada vez va llegando más al límite. Desde el Acuerdo de París firmado en el 2015 por parte de los países miembros de las naciones unidas para la reducción del nivel de CO2 y la contaminación, se ha realizado una serie de esfuerzos que luchan contra un pensamiento de consumo excesivo y esto ha incidido directamente en el comercio, ejemplo, el aumento en los precios del carbono en el 2018 frente a su año anterior (Banco mundial, 2019). Por parte de la Organización de Estados Americanos (OEA) se tiene el Departamento de Desarrollo Sostenible el cual se rige bajo los Mandatos de las Cumbres de las Américas enfocadas en el medio ambiente donde se busca impulsar la energía sostenible, desarrollo sostenible y la generar adaptabilidad al cambio climático. En el caso de los bloques económicos también existe un enfoque a favor del medio ambiente. Alianza del Pacífico, por ejemplo, se creó el Grupo Técnico de Medio Ambiente y Crecimiento Verde (GTMACV), el cual busca impulsar el crecimiento verde entre los países miembros y la

protección del medio ambiente. Analizando individualmente los países de las Américas, también estos buscan en sus planes de desarrollo nacionales, departamentales y municipales el desarrollo verde y la protección de los recursos naturales con el fin de hacerle frente a la problemática medio ambiental presentada. Todo lo dicho anteriormente sigue un foco que se denominan objetivos de desarrollo sostenible impuestos por la ONU en la Agenda 2030 donde uno de los ejes fundamentales es el medio ambiente.

De esta manera las empresas y compañías de las Américas son quienes asumen los mayores retos al iniciar un proceso de transición de lo productivo a lo sostenible, definiendo lo productivo como el hecho que la empresa produzca y obtenga ganancias sin tener en cuenta las condiciones medio ambientales y lo sostenible como generar ganancia sin sacrificar el aspecto medio ambiental, además de afectar el comercio al ahora tener nuevas metas medioambientales frente la demanda de productos existentes. ¿Cómo satisfacer las necesidades de manera sostenible? Es un proceso largo que se debe realizar debido a las condiciones actuales del cambio climático, es por esto por lo que las empresas pasarán a perder parte de sus libertades al unirse en conjunto con el sector público para la implementación de nuevas tecnologías que mejoren los procesos de producción, transporte y todos los demás factores que conlleva el comercio.

Sin embargo, existen diferentes barreras en este proceso. El problema de las Américas es la falta de comunicación y trabajo en equipo de sus integrantes para poder desarrollar un mejor sistema, esto se puede evidenciar en que a pesar de las similitudes culturales y las variedades de sus recursos no se ha logrado generar una alianza tan sólida y con una infraestructura como lo es la Unión Europea. Debido a esto los intereses individuales empresariales se vuelve otro aspecto en el que hay que trabajar ya que las empresas no van a querer dejar un sistema productivo donde tendrían un mayor ingreso y una mayor estabilidad que en un sistema sostenible. Sin embargo, sería una estabilidad a corto plazo la cual normalmente es un pensamiento de las empresas que manejan o trabajan en el sector minero-energético el cual es de los que más se verían afectados en la transición de un sistema al otro y que en realidad es a corto plazo porque al final están dependiendo de recursos no renovables y que generan un enorme impacto ambiental que conlleva a empeorar la

situación del cambio climático. Finalmente, esta transición necesitará de una colaboración entre los países de las Américas para que pueda llevarse a cabo.

6. Conclusiones

Luego del análisis de los resultados donde se analizó la raíz, el impacto y las consecuencias del planteamiento problema, se llegó a la conclusión que las empresas de las Américas debido a las exigencias del cambio climático y la presión político-social las conllevarán al traslado de objetivos y estrategias productivas a sostenibles, donde la preservación de la naturaleza será el foco principal y en el comercio tanto de los clientes como los socios comerciales preferirán un producto o empresa que tenga en cuenta el cambio climático y trabaje a favor de este como valor agregado. Se espera también que las empresas trabajando en favor del medio ambiente generará un mejoramiento en las condiciones climáticas que hay en las Américas y por consiguiente se reduzca su inconsistencia y mejore la estabilidad comercial. Además, aumentará la competitividad de las empresas en mercados internacionales gracias a estos cambios y mejorará las relaciones comerciales y de la mano las políticas entre los países del continente. Se generará un acuerdo como el Acuerdo de París, pero enfocado en las necesidades medio ambientales y climáticas de las Américas y participando solo países del continente. Esto permitirá la sana competencia en un comercio donde se de la evolución del modelo liberal a un neoliberalismo enfocado en el medio ambiente. Finalmente, se determina que el cambio climático es una variable vital para el comercio la cual lo afecta en todos sus aspectos hasta el punto de que hay que rediseñar las estrategias usadas para el beneficio de esta variable.

7. Referencias Bibliográficas

American Psychological Association (2002). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (5 ed.)*. México, D.F.: Editorial El Manual Moderno.

Andersen, L. E. (2014). *La economía del cambio climático en Bolivia: Impactos sobre la biodiversidad*.

- Bikramaditya K. Choudhary, Arun Kumar Tripathi, Jeetesh Rai (2019). *Can “por” cities breathe: Responses to climate change in low income countries*. India, Revista Urban Climate, 2019.
- Naciones Unidas (2015). *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, Nueva York, 25 de septiembre, 2015.
- Naciones Unidas (2015). *Acuerdo de París*, París, 12 de diciembre, 2015.
- Marta Pedrajas (2017). *La Última Milla: Los desafíos éticos de la pobreza extrema y la vulnerabilidad de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas*, España, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, agosto 2017.
- Alan Rushton, Phil Croucher, Peter Baker (2010). *The Handbook of Logistics & Distribution Management*, 4ta Edition, London, 2010.
- Alianza del Pacífico (2016), *XX Foro de Ministros de Medio Ambiente de América Latina y el Caribe*, Cartagena, 30 de marzo e 2016.
- Sistema de Información Ambiental de Colombia (2019). *Fenómenos del Niño y la Niña*, Colombia, 2019.
- Departamento Nacional de Planeación (2019). *El 66% de las empresas han sido afectadas por el cambio climático*, Colombia, 9 de mayo de 2017.
- Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno de El Niño (2019). *El Niño/La Niña hoy-Febrero 2019*, Reporte de la Organización Meteorológica Mundial, febrero 2019.
- National Oceanic and Atmospheric Administration (2019). *Global Climate Report-April 2019*, United States, April 2019.
- Banco Mundial (2019). *Cambio Climático*, 2 de abril del 2019.
- Organización de los Estados Americanos (2019). *Medio Ambiente*, Mandatos de Cumbre de las Américas.
- Gloria Soto Montes de Oca, Miriam Alfie Cohen (2019). *Impact of climate change in Mexican Peri-urban areas with risk of drought*, Mexico, Journal of Arid Environments, March 2019.
- Moreno, Argemiro, & Lourenço, Roberto. (2018). *Radiation Emissivity and Greenhouse Effect Due to Urban Occupation of Land in the Una River Basin*, São Paulo. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, Julio 2018.

CNN (2019). *Deslizamiento de tierra deja 28 muertos en el departamento del Cauca, Colombia*, Abel Alvarado, CNN, 21 de abril 2019.

The New York Times (2018). *Major Climate Reports Describes a Strong Risk of Crisis as Early as 2040*, Coral Davenport, The New York Times, October 7, 2018.

Contabilidad estratégica y efectos del modelo low-cost en la industria aérea en Colombia: caso Latam

Jorge Suarez T.¹

Resumen

El objetivo de este documento es introducir el concepto de Contabilidad de Gestión Estratégica (CGE)² y sus técnicas asociadas, así como evidenciar algunas de sus aplicaciones en la gestión de aerolíneas, particularmente posterior a la llegada del modelo de bajo costo en la industria aérea colombiana. Para ello se parte del análisis de diversos documentos sobre CGE y de la teoría de la contingencia. Posteriormente se describe el funcionamiento de la industria aérea y se presentan algunos impactos que la llegada de las aerolíneas de bajo costo ha tenido sobre la gestión de una aerolínea líder en el mercado colombiano, Latam.

Palabras clave: contabilidad estratégica, estrategia, gestión de aerolíneas, industria aérea, modelo de bajo costo.

Abstract

The objective of this paper is to present the concept of Strategic Management Accounting (SMA) and its associated techniques, and put in evidence some of its applications in the airlines management as well, particularly after the low-cost model arrived to the airline industry in Colombia. The starting point is the analysis of different documents on SMA and the contingency theory. After that, it describes how the airlines industry works and present some impacts which the low-cost airlines have had on the management of one leading airline in Colombia, Latam.

Keywords: strategic accounting, strategy, airlines management, airline industry, low-cost model.

Introducción

Desde el año 1981 con el trabajo de Simmonds, considerado el padre de la CGE, se han venido publicando diversos artículos sobre este tema. Esos trabajos son principalmente teóricos, sin embargo, la investigación empírica al respecto, se ha extendido en el tiempo. La realización de trabajos de campo sobre el uso de las técnicas de CGE en las organizaciones, es la demanda de distintos autores, tales como Bromwich (1990), Cadez y Guilding (2008), Roslender y Hart (2003), entre otros.

La industria aérea, enfocada en el transporte aéreo de pasajeros y mercancías, es un área adecuada para estudiar algunas aplicaciones de la CGE, principalmente por la reacción de las aerolíneas tradicionales frente a la llegada de las aerolíneas de bajo costo (ABC) al sector.

Doganis (2006) afirma que el modelo de ABC comenzó en la primera mitad de los 70's del siglo anterior, con el lanzamiento de Southwest Airlines en los Estados Unidos. Sin embargo, Dobruszkes (2006) plantea que la aerolínea pionera del modelo bajo costo (MBC) fue Pacific South West, cuyas características fueron implementadas por la mencionada Southwest.

En 1984 fue lanzada al mercado europeo la aerolínea irlandesa Ryanair, quien, en 1995, tomando como referencia a la estadounidense Southwest, implementó el MBC. Esta es actualmente la mayor aerolínea que opera bajo este modelo en Europa, con destinos internacionales dentro del continente europeo. Asimismo, se encuentra a EasyJet, la cual nació en 1995 como bajo costo desde su origen, operando también a nivel internacional en Europa. En 2013 arribó Norwegian Air que se convirtió en la primera low-cost europea de alcance intercontinental, operando vuelos directos desde Oslo hacia New York, Buenos Aires y Dubái.

Particularmente para el caso colombiano, el modelo ABC comenzó a operar en el año 2007 con EasyFly, pero fue en 2012 con la aerolínea VivaColombia que el MBC tomó mayor relevancia. Esta compañía conecta distintas ciudades al interior del país, así como algunos destinos internacionales tales como Lima y Miami. En 2016 llegó al país Wingo, que al igual que la anterior, tiene vuelos nacionales y algunos internacionales, especialmente en Centroamérica y el Caribe.

El arribo al mercado colombiano de estas dos ABC ha llevado a los operadores clásicos - *Avianca* y *Latam*- a modificar su modelo de negocio y sus estrategias, con el ánimo de responder ante este modelo de altos niveles de eficiencia y simplicidad en su funcionamiento.

Sin embargo, por cuestiones de espacio, en el presente documento se realizará solamente un análisis del caso Latam.

Marco teórico

Contabilidad Estratégica (CE)

Johnson y Kaplan (1988) en su libro sobre la pérdida de relevancia de la contabilidad de gestión (CG) realizan algunas críticas a la misma, tales como la falta de respuesta frente a los desafíos emergentes durante los 70's del siglo XX como resultado de la evolución tecnológica, su marcada subordinación al reporte contable-financiero y el divorcio entre la investigación y la práctica en CG.

En algunos trabajos sobre CGE se exponen debilidades de la CG, como por ejemplo su falla al evaluar todos los aspectos estratégicos de la gestión de una compañía (Atrill & Mc Laney, 2009; Langfield, 2008) y la ausencia de sistemas de CG con enfoque en el largo plazo y orientación hacia el futuro (Guilding, Cravens & Tayles, 2000). Para Cadez y Guilding (2008), la existencia de estas falencias impulsó el interés por la CGE.

La CGE se refiere a la recopilación, análisis, procesamiento y divulgación de información que apoye a los directivos de las organizaciones en su proceso de definición y seguimiento a la estrategia organizacional, así como a enfrentar los nuevos desafíos y demandas del contexto tales como competencia local e internacional, tecnología informática y de producción, mercado cambiante, menor ciclo de vida de los productos, entre otros. Esa información es predominantemente de carácter externo, donde la información sobre el contexto y la competencia, son los factores principales.

Kenneth Simmonds es conocido en el ámbito contable como el padre de la CGE, debido a que fue el primer autor que utilizó y definió el término por primera vez (Guilding, Cravens y Tayles, 2000; Noordin, Zainuddin y Tayles, 2009; Magnago, Campanharo, Fortunato y Nossa, 2013; Akylzhanuly, 2015). En su trabajo de 1981, expone la CGE como la provisión y análisis de datos de contabilidad de gestión sobre una compañía y sus competidores, para ser usados en el desarrollo y monitoreo de la estrategia empresarial.

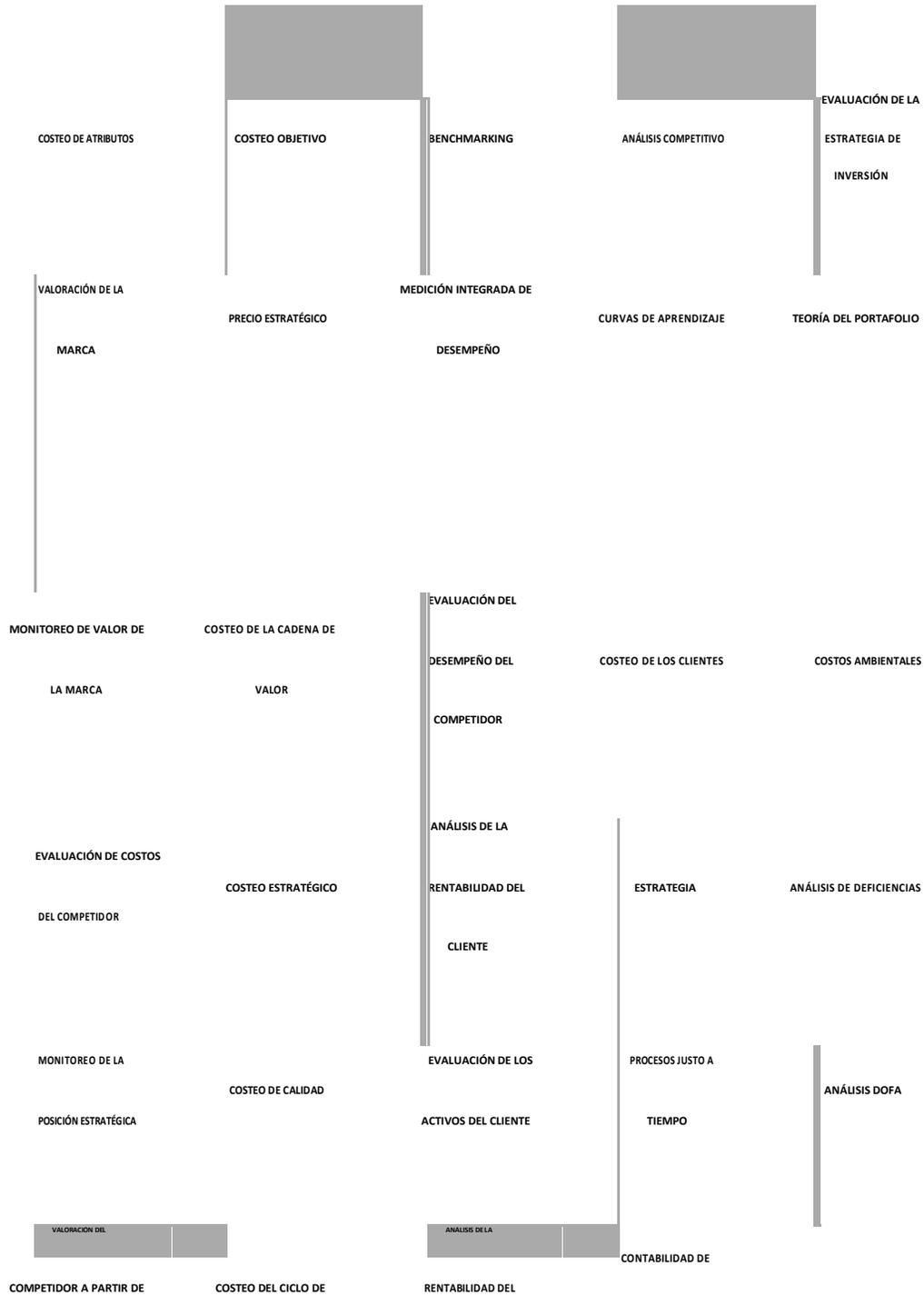
A partir de entonces se han publicado distintos documentos sobre el tema, dentro de los cuales, algunos de los más relevantes son Bromwich, (1990), Cadez y Guilding (2008, 2012), Coad (1996), Dixon y Smith (1993), Guilding, Cravens y Tayles (2000), Langfield (2008), Lord (1996), Roslender (1995), Roslender y Hart (2003), Simmonds (1982), Tayles, Bramley, Adshead y Farr (2002), entre otros. Muchos de estos trabajos son de carácter conceptual y teórico, y algunos de ellos proponen como cursos futuros de investigación la realización de trabajos empíricos que evidencien cuál es el estado de la implementación de CGE en las organizaciones.

La CGE abarca un conjunto de técnicas que buscan generar información para los fines organizacionales descritos, las cuales se presentan en la Figura No. 1. Sin embargo, vale la pena resaltar que a pesar de cerca de 38 años de estudios e investigaciones sobre CGE, su implementación en la gestión de las organizaciones es aún muy baja.

Existen algunos trabajos de carácter empírico que se han realizado en distintos sectores, tales como grandes compañías de Eslovenia (Cadez y Guilding, 2008), directores de contabilidad en grandes compañías de Nueva Zelanda, Reino Unido y Estados Unidos (Guilding, Cravens y Tayles, 2000), algunas compañías farmacéuticas, manufactureras, de servicios financieros y de comercio al por mayor y menor en Reino Unido (Roslender y Hart, 2003), así como en algunas compañías multinacionales de Alemania, particularmente con entrevistas a funcionarios de las áreas de finanzas, control investigación tecnológica y producto (Tillmann y Goddard, 2008), entre otras. La conclusión general es que hay poco conocimiento sobre el

término CGE y sus respectivas técnicas. Sin embargo, se reconoce el potencial de sus aplicaciones futuras en la gestión de las organizaciones estudiadas.

Figura No. 1: Técnicas de Contabilidad Estratégica





Fuente: Elaboración propia con base en Guilding et al. (2000); Hoffjan & Wömpener (2006) y Magnago et al.

(2013).

Para que las ABC y en general cualquier compañía pueda ser gestionada adecuadamente, se requiere de apropiados sistemas de información contable que generen información útil para apoyar sus procesos de toma de decisiones. Esas necesidades son las que la CGE busca suplir con la aplicación de las distintas técnicas agrupadas en la Figura No. 1. Más adelante, en los resultados, se tratará de identificar las medidas tomadas por la aerolínea objeto de estudio, y se pondrá una relación con algunas técnicas que componen la CGE.

Los desarrollos en CGE se han fundamentado en la teoría de la contingencia. Esta teoría aplicada a la CG plantea que no hay un sistema contable universal que se pueda aplicar en todas las organizaciones para cualquier circunstancia. Existen características particulares de una organización tales como tecnología, estructura y medioambiente, que demandan que los sistemas contables deban estar subordinados a estos factores (Hayes, 1977; Otley, 1980). De esta manera, no es posible que en CG y CGE se planteen soluciones o recomendaciones estándar, por el contrario, se trata de identificar particularidades en cada caso, que permitan construir soluciones a la medida de los retos y circunstancias que cada compañía enfrenta.

Es necesario poner de manifiesto que los trabajos sobre CGE se han llevado a cabo principalmente en Europa, con predominio de Reino Unido, y limitados desarrollos por parte de Shank y Govindarajan (1993) sobre Gestión estratégica de costos en los Estados Unidos. No obstante, para el caso Latinoamericano, solamente se encuentra el documento de Magnago, Campanharo, Fortunato y Nossa (2013) para el contexto brasilero. Esta situación evidencia la importancia de realizar investigación sobre CGE en el ámbito latino con trabajos que sean publicados para divulgar los desarrollos y avances de la CGE, los cuales en otros contextos ya están siendo aplicados. En este caso se ponen de manifiesto algunas de sus

aplicaciones en los procesos de gestión estratégica de aerolíneas, con atención especial para el caso Latam Colombia.

Industria Aérea

El transporte aéreo es una industria enfocada en el transporte de pasajeros y mercancías. Debido a su complejidad, se pueden identificar diversos aspectos para ser estudiados desde una perspectiva de la CE. Esa complejidad se puede evidenciar con factores como: i) alto volumen de costos fijos, ii) grandes niveles de competitividad a nivel nacional y mundial, iii) bajas tasas de rentabilidad alcanzadas bajo condiciones normales de funcionamiento -3-4%-y, iv) la fluctuación en algunos determinantes clave del costo total, como lo puede ser el precio del combustible⁴.

Los pasajeros utilizan este medio por distintos motivos tales como turismo, negocios, estudio, visita de familiares, entre otros. En los últimos años este sector se ha enfrentado a un conjunto de cambios ocasionados por factores como: i) la desregulación del sector, ii) el desarrollo tecnológico, iii) la integración del mercado y, iv) los mayores niveles de competitividad (De Arantes y Moreira, 2014). Estas medidas han tenido como objetivo obtener mejoras en eficiencia y reducir las tarifas ofrecidas a los usuarios. Debido a ello, se requiere el desarrollo de nuevas estrategias que permitan obtener ventajas competitivas para que las aerolíneas puedan alcanzar sus objetivos y permanecer operando en el mercado.

De manera particular, la liberalización y desregulación en esta industria ha provocado dos consecuencias: i) innovación de producto, y ii) eficiencia de costos. Esto ha incrementado las opciones a las cuales los pasajeros pueden acceder, además de reducir las tarifas (IATA, 2013). Para innovar y ser más eficiente en costos, se requieren cambios en la estrategia corporativa.

La estrategia es un tema clave en la gestión y toma de decisiones de cualquier organización, y la industria aérea no es la excepción. Los trabajos de Porter en los 80's y 90's desarrollaron el concepto de estrategia. Este autor define a la estrategia como el conjunto de acciones tomadas para obtener una ventaja competitiva distintiva que sea sostenible, y que lleve a que la participación de una compañía en el mercado sea exitosa. Porter (1985) planteaba la existencia de tres tipos de estrategias.

En primer lugar, se encuentra la estrategia de liderazgo en costos, la cual implica que las compañías participarán en el mercado ofreciendo bienes y/o servicios a unos precios menores que los competidores, siendo esta la manera de alcanzar una ventaja competitiva. En segundo lugar, la estrategia de diferenciación, la cual implica que se ofrecerán precios similares a los de otros competidores, pero con algunos rasgos distintivos para los productos y/o servicios, como puede ser mayor calidad, mayor valor agregado, mejor servicio al cliente, entre otros. Por último, la estrategia de enfoque, la cual consiste en competir en un segmento particular del mercado, como lo puede ser las aerolíneas de lujo que ofrecen vuelos chárter a importantes directivos corporativos o ejecutivos -*enfoque en business class*-, los vuelos chárter -*enfoque en aviones contratados para viajes especiales*- o los hoteles cinco estrellas.

Asimismo, otros autores han trabajado sobre estrategia pero no son tan mencionados en el ámbito académico y profesional, como es el caso de Ansoff (estrategia corporativa y proceso estratégico), Bartlett y Ghoshal (estrategia global), Bennett y Stewart (estrategia de negocios), Goldratt (teoría de restricciones), Grundy (toma de decisiones estratégicas, pensamiento estratégico, comportamiento estratégico), Kaplan y Norton (Balanced ScoreCard), Lorange y Roos (Alianzas), Mintzberg (escuelas de diseño y proceso de la estrategia) y Ohmae (ventaja competitiva y benchmarking competitivo), entre otros (Grundy, 2003).

En el sector aéreo se pueden identificar 4 modelos de negocio. El primero corresponde a las aerolíneas tradicionales (FSA)⁵ cuyo modelo implica que el pasajero adquiere no sólo el tiquete, sino además un paquete de beneficios adicionales tales como: i) el equipaje en bodega, ii) el registro en el aeropuerto⁶, iii) la elección de un asiento y, iv) el suministro de bebidas y comidas durante el vuelo. Ese sería el caso de Avianca en Colombia, American Airlines en Estados Unidos y Lufthansa en Alemania. Esta situación se asocia con la estrategia de diferenciación de Porter.

El segundo es el modelo de bajo costo cuya esencia es la simplicidad⁷. En este caso, el pasajero que adquiere un tiquete, solamente tiene derecho a desplazarse de un lugar a otro.

Si se quiere acceder a beneficios tales como los presentes en el caso de las FSA, hay que pagar para acceder a cada uno de ellos. Algunos ejemplos son VivaColombia y Wingo en Colombia, Southwest en Estados Unidos, Ryanair, EasyJet y Norwegian Air en Europa. En

este caso, se evidencia la estrategia de liderazgo en costos de Porter. La aplicación de este modelo en las ABC, demanda la creación de nuevas líneas de ingreso que se generan como resultado de la prestación de los distintos servicios adicionales, por los cuales el pasajero debe pagar, como por ejemplo comida y bebidas a bordo, elección de silla, maleta en bodega, entre otros.

El tercer modelo es el de vuelos chárter. En este caso, un cliente –normalmente corporativo– solicita el servicio especial para cubrir una ruta particular. Un buen ejemplo son los equipos de futbol quienes, para trasladarse de una ciudad a otra, normalmente contratan un vuelo chárter. En este caso, la compañía aérea vende el servicio completo, conforme a los requerimientos del solicitante. En Colombia una compañía que ofrece este servicio es Avianca. La estrategia de enfoque hace presencia, ya que se busca atender las necesidades de determinados grupos hacia destinos determinados.

Por último, se puede encontrar el modelo híbrido, el cual se caracteriza por combinar las condiciones de operación de una ABC y una FSA. El mejor ejemplo para Colombia actualmente es Latam. Cuando se adquiere un tiquete con esta compañía, se tiene el derecho al desplazamiento, a la selección de la silla, a la realización de check-in en el aeropuerto y a una maleta como equipaje de mano. Por el contrario, para el caso de equipaje en bodega o suministro de comidas y bebidas a bordo, es necesario pagar un valor adicional.

La siguiente tabla agrupa las características de los dos modelos más importantes, ellos son ABC y FSA.

Tabla No. 1. Comparación entre los modelos de bajo costo y las aerolíneas tradicionales

| | Low-Cost Airlines | Full Service Airlines |
|----------------|----------------------------|------------------------------|
| | Producto simple | Producto Complejo |
| Tarifas | Bajas, simple, un trayecto | Ida y vuelta, complejo |
| | Restricción mínima | Múltiples restricciones |

| | | |
|---------------------|---|--|
| | Aumentan cerca a la partida | Bajas tarifas de último minuto |
| Distribución | Evita agencias de viaje | Dependen de las agencias de viajes |
| | Objetivo 100% ya sea online o por call center | Oficinas de tiquetes propios/call center |
| | Sin tiquete | Tiquetes de papel |
| En vuelo | Única clase | 2 ó 3 clases |
| | Alta densidad de sillas | Baja densidad de sillas |
| | Sin asignación de sillas | Sillas asignadas |
| | Sin comidas ni bebidas libres | Comida en vuelo |
| | Operaciones Simples | Operaciones Complejas |
| Avión | Único tipo – máximo dos | Múltiples tipos – avión adaptado a la ruta |
| | Alta utilización (11 horas día) | Baja utilización en trayectos cortos |
| | Corto – 500 a 1000 km | Desde ultra corto a largo |

| | | |
|---------------------|---|---|
| Sector | Punto-a-punto | Red basada en centros de actividad |
| | Sin centros de actividad o vuelos de conexión | Vuelos conectados en el hub |
| Programación | Usada para cambiar la demanda | Responde a demanda actual |
| Aeropuertos | Secundarios o no congestionados | Enfocado en grandes aeropuertos |
| | 20-30 minutos para devolverse | 1 hora para devolverse en sectores cortos |
| Personal | Salarios competitivos | Salarios más altos |
| | Comparten beneficios | Mínima opción de compartir beneficios |
| | Alta productividad | Exceso de personal |

Fuente: Adaptado de De Arantes y Moreira (2014, p. 14)

La llegada de las ABC ha venido acompañada de diversos impactos. En Europa, en 1994 volaban en ABC menos de 3 millones de pasajeros, mientras que ese número saltó a 17,5 millones en 1999, y en 2004 se llegó a 100 millones. Entre 1998 y 2003, EasyJet creció cerca del 70% mientras que las FSA lo hicieron entre 3-4% anual. En 2001 fue lanzada al mercado brasilero la ABC GOL quien para el 2004 ya tenía una participación del 25% en el mercado local. La ABC AirAsia fue relanzada en 2002 en Malasia y para 2004 tenía una cuota de mercado de 30% (Doganis, 2006). Vale la pena resaltar que las ABC solamente se enfocan en el segmento pasajeros y no ofrecen servicios de carga de mercancías.

Las ABC han afectado la forma como las personas viajan, la geografía del transporte aéreo, la competencia entre aerolíneas y la competencia entre ciudades y regiones (Dobtuszkas, 2013). Igualmente, las ABC han aplicado agresivas estrategias para reducir costos, han innovado en estrategia, aplican políticas salariales que incentivan la productividad laboral y manejan el monopolio en muchas rutas, tal como es el caso de Ryanair en Europa.

La ABC estadounidense Southwest que ha sido referencia para la implementación del modelo low-cost en Europa, ha tenido una estrategia basada en los siguientes factores: i) bajas tarifas

–posibles gracias a los mayores niveles de eficiencia–, ii) altas frecuencias, iii) excelente puntualidad *–por operar en aeropuertos menos congestionados–*, iv) altos niveles de satisfacción del cliente *–especialmente por precio y puntualidad–*, v) altas calificaciones en manejo de basuras, vi) uso de aeropuertos pequeños y menos congestionados *–menores tiempos de retorno–*, vii) alta densidad de sillas *–menos espacio entre sillas–*, viii) clase única,

ix) sin asignación previa de sillas, x) sin comidas ni bebidas, xi) operan un único tipo de avión *–Boeing 737 o Airbus A320–*, xii) servicios de trayecto corto, xiii) altas tasas de uso diario de los aviones, xiv) sin entretenimiento a bordo (Doganis, 2006).

En términos de costos, los factores más relevantes para una estrategia en una aerolínea son:

i) estructura de ruta y conectividad, ii) tipo y características del avión, iii) costos laborales y de gestión de calidad (De Arantes y Moreira, 2014). A continuación se presentan algunas estrategias adicionales en el sector aéreo:

Tabla No. 2. Estrategias complementarias en la industria aérea

| Características de las estrategias clave | | |
|---|--|--|
| Característica | LCC | NA |
| Imagen a transmitir | Precio | Precio y calidad |
| Check-in | Sin tiquete | Con tiquete, contrato de tiquetes IATA |
| Producto | Producto único: tiquetes baratos | Múltiples productos integrados |
| Producto complementario | Ventas durante el vuelo | Enfocado en productos principales |
| Sillas | Poco espacio para piernas, alta densidad de sillas, sin sillas asignadas | Espacio entre sillas extenso, sillas asignadas |
| Servicio al cliente | Normalmente servicio pobre | Servicio completo y confiable |
| Actividades operativas | Enfocado en negocio de pasajeros | Extensiones: mantenimiento y carga |

Fuente: Adaptado de O'Connell & Williams (2005), en Campa, Kalemba, Banchieri, & Magaz (2016). pp. 346.

Metodología

La metodología seguida es de carácter descriptivo y cualitativo. El marco teórico fue construido a partir de una búsqueda en bases de datos internacionales sobre CGE, particularmente Scopus y Science Direct. A lo anterior se suma la búsqueda de documentos

sobre teoría de la contingencia y su relación con la CG. Además, se revisó información sobre estrategia, donde los libros de Porter (1985) y Grundy (2003) fueron estudiados.

Sumado a lo anterior, se consultaron publicaciones sobre la industria aérea tanto para el caso europeo como para Colombia. Igualmente se revisaron algunos trabajos sobre aplicaciones de la contabilidad de gestión en algunas compañías de este sector. Los trabajos se refieren principalmente a los contextos estadounidense y europeo.

Para Colombia, se estudió el caso de Latam. Para ello se revisaron los informes de gestión durante el periodo 2013-2017, así como los estados financieros del mismo periodo. Se toma el año 2013 como punto de partida, ya que a fines del año 2012 llegó al mercado nacional la aerolínea VivaColombia, y se busca analizar los impactos generados con la llegada de esta nueva competencia. Además, se consultaron reportes y publicaciones de la Aeronáutica Civil, especialmente el informe sobre la aviación en cifras 2017, el cual es el más reciente publicado por la entidad. A toda esta información se tuvo acceso mediante la visita al sitio web de cada una de estas instituciones.

Resultados

En Colombia, la aerolínea bandera y No. 1 por cuota de mercado es Avianca. La sigue Latam, quien llegó al mercado colombiano en el año 2010, mediante la adquisición de Aires, pero

solamente comenzó a operar como LAN hasta diciembre de 2011. El modelo de ABC llegó a Colombia con Easy Fly en 2007. Sin embargo, la ABC más representativa actualmente es Vivaair⁸, antes VivaColombia, seguida por Wingo. En el año 2016 Avianca tenía una participación en el mercado colombiano de 48,3%, LAN 7,5% y Viva Colombia 4,2%. La aerolínea internacional con mayor participación fue la española Iberia, con una cuota de 4,5% (Aeronáutica Civil, 2017).

VivaColombia llegó al mercado nacional en el año 2012, instalando su base de operaciones en Medellín, operando 17 rutas nacionales e internacionales, con 6 aviones Airbus A320. Su principal accionista es Irelandia Aviation, el líder global en el desarrollo de aerolíneas de bajo costo. Esta compañía ha desarrollado 5 ABC a saber: i) Ryanair en Europa, ii) Tigerairways en Singapur, iii) Allegiant air en Estados Unidos, iv) Vivaaerobus en México y, v) VivaColombia. En la época de la llegada de VivaColombia al país, Colombia era el tercer mayor mercado aéreo de Latinoamérica, con una clase media en crecimiento, con estabilidad económica, con una topografía e infraestructura que favorece la aviación, no existía el modelo de ABC y, por último, Irelandia quería expandir su modelo aplicado previamente en México⁹.

La llegada de VivaColombia al sector aéreo colombiano, ha traído un conjunto de ajustes estratégicos y de producto en las dos aerolíneas clásicas que operan en el país, Avianca y Latam. Por cuestiones de espacio, a continuación, se describirán los cambios más significativos llevados a cabo por Latam, identificando la(s) técnica(s) de CGE que pueden ser aplicadas en cada situación, dejando pendiente el caso de Avianca para un documento posterior.

Caso Latam¹⁰

Latam opera hoy en día como resultado de la fusión entre LAN Chile y TAM Brasil, operación que se formalizó en 2012. Como resultado de esta operación, Latam es la aerolínea más grande de Latinoamérica. Una de las estrategias que utiliza esta compañía es la acumulación de millas que posteriormente pueden ser cambiadas por viajes. Mediante el uso de sistemas Enterprise Resources Planning ERP, este tipo de medidas busca por un lado fidelizar a los clientes, y por otro, identificar las prácticas de viaje de los pasajeros, tales como destinos preferidos, si viaja por trabajo u ocio, preferencias de vuelo, entre otros. Lo

⁸El cambio en la razón social desde VivaColombia hacia Vivaair se llevó a cabo en 2018, uniendo las filiales de Colombia y Perú.

⁹<http://www.irelandiaaviation.ie/casestudies/vivacolombia>

¹⁰Apartado construido con base en los informes de gestión y estados financieros de la compañía, periodo 2013-2017.

anterior permite hacer una planeación sobre la actividad operativa de la compañía en periodos de tiempo determinados.

Durante los últimos 3 años, Latam se ha estado moviendo hacia una estrategia de cobrar por lo que el cliente desee recibir, sin volverse una aerolínea de bajo costo, pero sí aplicando algunos de los lineamientos de las ABC, manteniendo como prioridad el excelente servicio al cliente. En este caso, Latam podría estar aplicando la técnica de costeo de los clientes y costeo de los atributos del producto. Conforme a los informes de gestión de la compañía, esta estrategia se denomina personalizar la experiencia de viaje. De esta manera, Latam está cambiando su modelo de negocio desde FSA hacia un modelo híbrido.

Asimismo, Latam ha trabajado en el desarrollo de digitalizar la operación, empoderando con ello a los pasajeros, permitiendo realizar el proceso de check-in y selección de silla, así como impresión de tiquetes. El hecho de que el pasajero realice estas actividades por su cuenta, implica una reducción de costos operativos para la aerolínea. Latam también ha disminuido sus compromisos de renovación de flota aérea, reduciendo sus compromisos financieros por pedidos de aeronaves desde 1.409 a 469 millones de dólares en 2017 y desde 1.486 a 555 millones de dólares para 2018. De esta manera se libera efectivo, se reducen los niveles de endeudamiento y se busca aumentar los niveles de eficiencia y uso de la flota de aviones disponible, siguiendo el ejemplo de las ABC.

Latam está en proceso de formalizar una alianza con American Airlines, buscando aumentar la conexión entre Sur y Norteamérica, e inclusive a nivel intercontinental, por la amplia gama de destinos que American Airlines atiende con vuelo directo desde Estados Unidos. En el sector son muy comunes estos acuerdos para tráfico de largo alcance. Para tomar esta decisión sería adecuado aplicar las técnicas de monitoreo de la posición estratégica y la evaluación del desempeño del consumidor.

Los ingresos totales del cuarto trimestre de 2016 fueron de 2.569,3 millones de dólares, que representan un incremento de 6.9% en el ingreso de pasajeros. El alza de los ingresos fue liderada por un aumento de 54,2% de otros ingresos, lo cual representa 147,9 millones de dólares. Estos ingresos están representados por la venta de aviones, transacciones de lease-back y un incremento de ingresos por el arriendo de aviones. El análisis competitivo y la medición integrada del desempeño pueden brindar información útil en este contexto.

Conforme las notas a los estados financieros de 2016, siguió en pie el plan de recortar costos, reduciendo en 8,9% el número de empleados. Los costos de combustible disminuyeron 2,8% como resultado de una reducción de 3,6% en la cantidad de galones consumidos debido entre otros al uso de aviones más eficientes en el consumo de combustibles. Eso se suma a lo expresado anteriormente sobre la reducción de la flota de aviones y el uso más eficiente de los mismos. Los porcentajes se refieren al cambio en comparación con el año anterior. En

estos casos son adecuadas distintas técnicas de costeo: i) de los atributos, ii) del competidor, iii) de la calidad, iv) costeo estratégico, v) objetivo.

Por último, pero no menos importante, uno de los principales efectos de la llegada de operadores de bajo costo, es la reducción en el precio de los tiquetes y en general los servicios prestados por las aerolíneas. En mercados como el europeo o estadounidense, donde las ABC tiene ya cierta tradición y están debidamente posicionadas en el mercado, es más fácil identificar esas diferencias en el precio de los tiquetes. Ese es el caso de Ryanair que en algunas ocasiones, lanza promociones de tiquetes internacionales a sólo €9. A pesar de que es un precio de venta bajo, eso se puede gestionar con la venta total de las sillas en la ruta determinada, así como las tasas aeroportuarias que en algunas ocasiones son cero, e inclusive la aerolínea recibe compensaciones financieras gubernamentales, con el fin de que continúe operando la ruta y transporte turistas a determinados destinos.

Para el caso colombiano, aún no es fácil encontrar diferencias tarifarias tan significativas como ocurre en Europa, pero con el paso del tiempo, la expectativa es que el efecto se haga más visible. Actualmente en Colombia la aerolínea Wingo comenzará a operar la ruta Bogotá-Curazao, con tiquetes ida y vuelta por US150. Avianca tenía el monopolio de esta ruta ofreciendo tarifas alrededor de US350.

Con base en la situación descrita, queda abierta la puerta para que en el futuro se continúe realizando investigaciones de este tipo, revisando la evolución de las estrategias tomadas por aerolíneas como Latam y las nuevas medidas incorporadas por las ABC en el mercado aéreo nacional.

Conclusiones

La CGE es el más reciente estado de la CG. Esta se acompaña de un conjunto de técnicas, cuya aplicación se espera que genere información útil y relevante para apoyar los procesos estratégicos y de toma de decisiones en las organizaciones. Hasta el momento, la evidencia

de la aplicación de la CGE en las organizaciones es muy baja, sin embargo, se reconoce el potencial de su implementación futura.

La industria aérea es un sector que se ha visto afectado como resultado del arribo de las ABC. Esto debido a su modelo de negocio caracterizado por sus altos niveles de eficiencia y los bajos precios que ofrecen, logrando que, con el paso del tiempo, una mayor parte de la población tenga la posibilidad de viajar en avión y visitar distintos destinos.

En Colombia el modelo de bajo costo ha estado operando desde 2007 con EasyFly, con muy pocas implicaciones, pero se profundizó con la llegada de VivaColombia en el año 2012. Posteriormente en 2016 llegó Wingo, quien también ha ayudado a dinamizar el mercado

aéreo colombiano. En una aerolínea líder del mercado colombiano como lo es Latam, ya se comienzan a ver algunos cambios en su estrategia corporativa, pasando de ser una FSA hacia un modelo híbrido que combina elementos de FSA y ABC. Estos cambios en la estrategia organizacional de Latam se pueden asociar con algunas técnicas de CGE, poniendo de manifiesto que ya existen algunas aplicaciones a nivel corporativo, a pesar de que no sean explícitamente mencionadas en los distintos informes y reportes institucionales.

Queda entonces abierta la posibilidad de continuar realizando estudios sobre CGE en otros sectores de la economía colombiana, con el ánimo de identificar sus aplicaciones, posibilidades y limitaciones.

Bibliografía

Aeronáutica Civil. (2017). La aviación en cifras, en <http://www.aerocivil.gov.co/Potada/revi.pdf>

Agasisti, T., Arnaboldi, M. & Azzone, G. (2008). Strategic management accounting in the Italian experience. High Educ 55, pp. 1–15.

Akylzhanuly, S. (2015). Basis of strategic accounting and planning in the strategy of railway station development. International Journal of Academic Research, 7, 199- 203.

Atrill, P. & Mc Laney, E. (2009). Management accounting for decision makers. Lombarda. Prentice Hall.

Bromwich, M. (1990). The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets. Accounting, organizations and society volume 15, issue 1-2, pp. 27-46.

Cadez, S. & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, organizations and society* 33, pp. 836–863.

Cadez, S. & Guilding, C. (2012). Strategy, strategic management accounting and performance: a configurational analysis. *Industrial Management & Data Systems* Vol. 112, Issue 3, pp. 484-501.

Campa, F., Kalemba, N., Banchieri, L. & Magaz, J. (2016). Management information used by Spanish Airlines for the financial decision making process: an exploratory study. *Investment management and financial Innovations*, Volume 13, Issue 3, pp. 340-352.

Cinquini, L. & Tenucci, A. (2010). SMA and business strategy: a loose coupling? *Journal of Accounting & Organizational Change* Vol. 6, No. 2, pp. 228-259.

Coad, A. (1996). Smart work and hard work: explicating a learning orientation in strategic management accounting: *Management Accounting Research*, 7, pp. 387–408.

Collier, P. & Gregory, A. (1995). Strategic management accounting: a UK hotel sector case study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 7 No. 1, pp. 16-21.

Cuganesan, S., Dunford, R. & Palmer, I. (2012). Strategy management accounting and strategy practices within a public sector agency. *Management Accounting Research* 23, pp. 245-260.

De Arantes, R. & Moreira, M. (2014). The main-cost related factors in Airlines management. *Journal of transport literature* Vol. 8, n. 1, pp. 8-23.

Dixon, R. & Smith, D. (1993). Strategic Management Accounting. *Omega International Journal of Management Sciences* Vol. 21, No. 6, pp. 605-618.

Dobruszkes, F. (2006). An analysis of European low-cost airlines and their networks. *Journal of Transport Geography* 14, pp. 249-264.

Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: a contemporary analysis. *Journal of Transport Geography* 28 (2013) 75–88.

Doganis, R. (2006). *The airline business*. New York. Routledge.

Grundy, T. (2003). *Gurus on business strategy*. London. Thorogood Publishing.

Guilding, C., Cravens, K. & Tayles, M. (2000). An international comparison of strategic management accounting practices. *Management Accounting Research*, 11, pp. 113–135.

Hayes, D. (1977). The contingency theory of managerial accounting. *The Accounting Review*, Vol. LII, No. 1, pp. 22-39.

Hoffjan, A. & Wömpener, A. (2006). Comparative analysis of strategic management accounting in German –and English- language general management accounting textbooks. SBR 58, July 2006, pp. 234-258.

IATA, The International Air Transport Association. (2013). Airport competition. IATA Economics Briefing No. 11, V. 1.1

Johnson, T. & Kaplan, R. (1988). La contabilidad de costos: auge y caída de la contabilidad de gestión. Barcelona. Plaza & Janes Editores S.A.

Langfield, K. (2008). Strategic management accounting: how far have we come in 25 years? Accounting, Auditing & Accountability Journal Vol. 21 No. 2, 2008, pp. 204-228.

Lord, B. (1996). Strategic management accounting: the emperor's new clothes? Management Accounting Research, 7, pp. 347–366.

Magnago, L., Campanharo, A., Fortunato, G. & Nossa, V. (2013). Determinantes para a utilização de práticas de contabilidade gerencial estratégica: um estudo empírico. RAM, REV. ADM. Mackenzie, V. 14, N. 1. São Paulo, SP • Jan./Fev. 2013. Pp. 98-125.

Nixon, B. & Burns, J. (2012). The paradox of strategic management accounting.

Management Accounting Research 23, pp. 229– 244.

Noordin, R., Zainuddin, Y. & Tayles, M. (2009). Strategic management accounting information elements: Malaysian evidence. Asia-Pacific Management Accounting Journal, Volume 4 Issue 1, 17-34, 2009.

Otley, D. (1980). The contingency theory of management accounting: achievements and prognosis. Accounting, Organizations and Society, Vol. 5, No. 4, pp. 413-428.

Porter, M. (1985). Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. New York. MacMillan.

Rickwood, C., Coates, J. & Stacey, R. (1990). Stapylton: strategic management accounting to gain competitive advantage. *Management Accounting Research*, 1, pp. 37-49.

Roslender, R. (1995). Accounting for Strategic Positioning: Responding to the Crisis in Management Accounting. *British Journal of Management*, Vol. 6, pp. 45-57.

Roslender, R. & Hart, S. (2003). In search of strategic management accounting: theoretical and field study perspectives, *Management Accounting Research* 14, pp. 255–279.

Shank, J. & Govindarajan, V. (1993). *Strategic cost management: the new tool for competitive advantage*. New York. The Free Press.

Simmons, K. (1981). Strategic management accounting. *Journal of the Institute of Cost and Management Accountants*, 59, pp. 26-30.

Simmonds, K. (1982). SMA for pricing: a case example. *Accounting and Business Research*, pp. 206-214.

Tayles, M., Bramley, A., Adshead, N. & Farr, J. (2002). Dealing with the management of intellectual capital: the potential role of SMA. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15 No. 2, pp. 251-267.

Tillmann, K. & Goddard, A. (2008). Strategic management accounting and sense-making in a multinational company. *Management Accounting Research* 19, pp. 80–102.

Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Validación de un instrumento basado en la Teoría de Comportamiento Planeado en estudiantes universitarios colombianos.

Reyes-Rodríguez, Juan Felipe¹; Rueda-Barríos, Gladys Elena²; Vélez-Zapata, Claudia Patricia³; Gómez-Zuluaga, María Eugenia⁴.

- ¹Profesor Asociado, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: juanf.reyes@upb.edu.co
- ²Profesora Asociada, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: gladys.rueda@upb.edu.co
- ³Profesora Titular, Grupo de Estudios Empresariales, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, e-mail: claudiap.velez@upb.edu.co
- ⁴Profesora Titular, Grupo de Estudios Empresariales, Centro de Desarrollo Empresarial, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, maria.gomez@upb.edu.co

Resumen— Con base en la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) de Ajzen, el estudio propuesto valida un instrumento que pretende explorar la intencionalidad emprendedora y las dimensiones relacionadas en estudiantes de pregrado. Partiendo de un cuestionario respondido por 4214 estudiantes, se evalúan y reportan las medidas de confiabilidad y consistencia de las dimensiones de la TCP en el contexto del emprendimiento: Intencionalidad emprendedora, actitudes, normas subjetivas y control comportamental percibido. Adicionalmente, se evalúan dimensiones relevantes tales como ventajas y limitantes del emprendimiento, y valores individuales como habilidades creativas y proactividad. Se encuentra que las dimensiones tienen niveles aceptables de consistencia y validez. Entre los resultados se destaca, la relación positiva propuesta en la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) de Ajzen, y la relación de las variables mediadoras valores individuales en la intencionalidad emprendedora, obtenido del análisis factorial y el análisis de regresión lineal. La discusión de los resultados sugiere una evaluación de las relaciones causales entre los constructos por medio de un Modelo de Ecuaciones Estructurales a fin de obtener un análisis más robusto y concluyente.

Palabras clave— **Emprendimiento; estudiantes universitarios; intencionalidad emprendedora; teoría del comportamiento planeado**

Abstract— Based on the Theory of Planned Behavior (TCP) of Ajzen, the proposed study validates an instrument that aims to explore entrepreneurial intentionality and the related dimensions in undergraduate students. Based on a questionnaire answered by 4214 students, measures of reliability and consistency of the TCP dimensions in the context of entrepreneurship are evaluated and reported: entrepreneurial intentionality, attitudes, subjective norms and perceived behavioral control. Additionally, relevant dimensions such as advantages and disadvantages of entrepreneurship, and individual values such as creative skills and proactivity are evaluated. It is found that the dimensions have acceptable levels of consistency and validity. Among the results, the positive relationship proposed in the Theory of Planned Behavior (TCP) of Ajzen, and the relationship of the mediating variables individual values in entrepreneurial intentionality, obtained from factor analysis and linear regression analysis, stands out. The discussion of the results suggests an evaluation of the causal relationships between the constructs by means of a Structural Equation Model in order to obtain a more robust and conclusive analysis.

Keywords— Entrepreneurial intentions; entrepreneurship; university students; theory of planned behaviour

1. Introducción

El emprendimiento en Colombia se ha considerado como una iniciativa nacional para el desarrollo económico y social con el fin de reducir el desempleo y promover al mismo tiempo la creación de empresa. Esto se encuentra enmarcado en las agendas nacionales en pro de la reducción de pobreza, la promoción del trabajo decente y la igualdad (DNP, 2007). A fin de fomentar un cambio social, el Congreso de Colombia estableció una política nacional orientada a la promoción de la cultura emprendedora a nivel nacional (Congreso de Colombia, 2006). En ella se compromete al Estado y a entidades tanto públicas como privadas como actores cooperantes en el ecosistema emprendedor. Las instituciones educativas se involucran también en este ecosistema emprendedor. Específicamente, las universidades contribuyen en temas de formación para el emprendimiento en estudiantes a fin de que puedan generar un interés en adoptar la carrera empresarial durante o al finalizar sus estudios.

El interés de los individuos en la carrera emprendedora se puede asociar con lo que teóricamente se denomina como intencionalidad emprendedora (Krueger & Carsrud, 1993; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). La literatura propuesto diferentes modelos teóricos que dan explicación de las intencionalidad emprendedora en individuos, entre ellos la teoría del comportamiento planeado (TCP; Ajzen, 1991). En el contexto del emprendimiento, la TCP postula que la intencionalidad emprendedora está determinada por las actitudes hacia el emprendimiento, el control comportamental percibido y las normas subjetivas. Las exploraciones empíricas relacionadas con la intencionalidad emprendedora ha dado soporte al planteamiento de la TCP, especialmente en el contexto de los estudiantes universitarios (Krueger et al., 2000; Liñán & Chen, 2009; Liñán, Urbano, & Guerrero, 2011). No obstante, la literatura sugiere la necesidad de explorar dimensiones adicionales que puedan extender el modelo base de la TCP. Esto contempla la consideración de un ‘enfoque ecológico’ (Liñán & Fayolle, 2015), en el que se consideran factores del entorno e institucionales (Lortie &

Castogiovanni, 2015; Tang, 2008). Schlaegel y Koenig (2014) sugieren el estudio del rol contingente de dichos factores así como también la influencia directa de variables más distales en la TCP.

El presente trabajo parte de lo expuesto en la literatura anteriormente mencionada con el fin de explorar las bases de la TCP en el contexto de estudiantes universitarios de pregrado en Colombia dado que ha transcurrido tiempo desde la implementación de la política nacional de emprendimiento. El estudio busca validar los principales constructos de la TCP: intencionalidad emprendedora, actitudes hacia el emprendimiento, normas subjetivas, y control comportamental percibido. Adicionalmente, se explora constructos adicionales de interés que incluyen las ventajas y limitantes del emprendimiento así como los valores individuales representados en habilidades creativas y proactividad. De esta manera, se abordan las siguientes preguntas de investigación: (1) ¿Qué tan probable es que estudiantes universitarios de pregrado en Colombia desplieguen una intencionalidad emprendedora y sus determinantes? y (2) ¿Cuál es el rol de las ventajas y limitantes del emprendimiento y el de la munificencia emprendedora percibida tocante a relaciones entre constructos del modelo de la TCP?

El artículo parte de la revisión de la teoría y los antecedentes investigativos relacionados con la TCP. Posteriormente, se presentan los aspectos metodológicos del estudio. Finalmente, se culmina con la presentación de los resultados, la discusión de los mismos y la presentación de conclusiones y recomendaciones a partir del análisis.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Hallar las relaciones existentes entre la intencionalidad emprendedora y los determinantes propuestos en la TCP, así como la mediación de las ventajas, limitantes y valores individuales en el emprendimiento.

2.2. Objetivos específicos

- ✓ Validar un instrumento relacionado con la TCP y demás constructos de interés en una muestra de estudiantes de pregrado en Colombia.
- ✓ Explorar las asociaciones existentes entre los constructos básicos de la TCP.
- ✓ Determinar el rol de las ventajas y limitantes del emprendimiento, y los valores individuales en el modelo teórico existente.

3. Teoría y estado del Arte

Una pregunta que ha prevalecido en la investigación concierne a lo que determina el comportamiento emprendedor en individuos. Uno de los enfoques sugiere que la carrera emprendedora es una selección deliberada y determinada por las intenciones del individuo de crear un nuevo negocio (Krueger. et al., 2000). La intención emprendedora puede ser definida como el conjunto de capacidades y motivaciones personales que mediadas por los distintos factores culturales, sociales, económicos e institucionales conducen la acción individual hacia un comportamiento esperado. La intención emprendedora es tanto una etapa mental, una convicción, un estado individual como situacional y un proceso planificado y orientado hacia una acción particular (Bird, 1988; Krueger & Carsrud, 1993), en este caso, la creación de empresa (Krueger. et al., 2000; Soria-Barreto, Honores-Marin, Gutiérrez-Zepeda, & Gutiérrez-Rodríguez, 2017).

La intención emprendedora es un área consolidada de investigación dentro del campo del emprendimiento que se remonta, por lo menos, a la década de los años noventa (Fayolle & Liñán, 2014). Principalmente su estudio se enfocó en poblaciones de estudiantes universitarios (Sánchez, Lanero & Yurrebaso, 2005; Liñán & Fayolle, 2015; Valencia Arias, Montoya Restrepo, & Montoya Restrepo, 2016) y se ha abordado desde las teorías y modelos cognitivos del comportamiento. El referente teórico más utilizado de la intención emprendedora se halla en la teoría del comportamiento planeado propuesto por Ajzen, (1991).

La TCP es una extensión de la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen & Fishbein, 1980). La teoría expone que el comportamiento humano es influenciado por las intenciones del individuo de adoptar dicho comportamiento y la percepción de poder controlar dicho comportamiento. De otra parte, las intenciones del individuo son explicadas por las actitudes que se asuman frente al comportamiento, entendidas como “el grado en el que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable o una valoración del comportamiento en cuestión” (ibid, p. 188); las normas subjetivas, indicando la visión de cómo las personas cercanas o los grupos aprueban o desaprueban el comportamiento en cuestión (Ajzen, 1991); y el control comportamental percibido, entendido como la facilidad o dificultad que el individuo percibe para exhibir el comportamiento. Es decir, la capacidad para poderlo asumir (Ajzen, 1991).

En el contexto del emprendimiento, la evidencia empírica sugiere que dimensiones como el control del comportamiento percibido y las actitudes percibidas tienen un impacto positivo significativo sobre la intención de crear empresa de los estudiantes universitarios (Rueda Sampedro, Fernández-Laviada, & Herrero Crespo, 2013; Naia, Baptista, Biscaia, Januário, & Trigo, 2017). Con respecto a la norma subjetiva, se ha encontrado que la aprobación y soporte de los familiares favorece la intención de crear empresa (Liñán, 2008; Liñán & Chen, 2009; Entrialgo & Iglesias, 2016; Rueda Sampedro et al., 2013), en tanto que una presión social más intensa reduciría la disposición de seguir la carrera de empresario (Liñán, 2008; Naia et al., 2017). Van Gelderen y otros (2008) concluyen que entre más fuertes sean los deseos de un individuo (actitudes) para realizar una actividad orientada hacia el

emprendimiento, y creyendo a la vez que es capaz de incursionar en la creación de empresas (control comportamental percibido), es mayor la probabilidad de que se tenga un comportamiento como emprendedor.

creencias sobre las probables consecuencias del comportamiento, creencias sobre las expectativas normativas de los demás y creencias acerca de la presencia de factores que pueden facilitar o impedir el desarrollo de un comportamiento. En este orden, las creencias producen una favorable o desfavorable actitud hacia la conducta deseada

La creación de nuevas empresas es un evento complejo influenciado por múltiples factores y otras variables que pueden explicar el comportamiento emprendedor. Por lo tanto, la indagación de los determinantes de la intencionalidad emprendedora se ha abordado desde los aspectos individuales como los del entorno. Los aspectos sociales y culturales en el entorno se han sugerido como factores que de manera tanto directa como indirecta afectan las intenciones y las decisiones futuras de llegar a ser un emprendedor y serlo (Krueger et al., 2000). En este sentido, se han sugerido investigación enfatizando el rol de contexto y las instituciones (Fayolle & Liñán, 2014). Se incluyen dentro de los aspectos institucionales a las universidades, la representación de los empresarios por parte de los medios así como también las instituciones formales e informales (Liñán & Fayolle, 2015). Por ejemplo Liñán, Urbano & Guerrero (2011) estudian la valoración cercana y social del emprendimiento como aspectos del entorno que atañen al contexto empírico abordado. El llamado a investigar estos factores del entorno sigue latente en la literatura para considerarlos como parte del análisis de los modelos de intencionalidad emprendedora (Bacq, Ofstein, Kickul, & Gundry, 2017; Lortie & Castogiovanni, 2015; Schlaegel & Koenig, 2014).

De conformidad con esta visión institucional de los modelos de intencionalidad emprendedora, algunos estudios han explorado el carácter ineficiente del entorno cuando de crear empresa se trata (Bacq et al., 2017; Cowden & Tang, 2017; Tang, 2008). Esto se refiere a la favorabilidad o no favorabilidad del entorno para emprender. Particularmente, la munificencia emprendedora percibida se ha introducido como un constructo que refiere a la “percepción de escasez o abundancia de recursos críticos necesarios para los que aspiran a

ser emprendedores a fin de poder operar dentro de un entorno” (Bacq et al., 2017, p. 604). Empíricamente, se ha encontrado que la munificencia emprendedora percibida afecta la influencia de la propensión a tomar riesgos en el control comportamental percibido y también afecta la relación entre el control comportamental percibido y la intencionalidad emprendedora (Bacq et al., 2017). No obstante, se requiere investigación adicional a fin de explorar el rol de la munificencia emprendedora percibida en la intencionalidad emprendedora. El presente estudio busca contribuir mediante la exploración de este constructo en particular para el contexto de estudiantes universitarios.

4. Metodología

El análisis empírico del estudio se realizó a partir de un enfoque cuantitativo basado en datos provenientes de un cuestionario en línea proporcionado a los estudiantes de pregrado de las cuatro seccionales de la Universidad Pontificia Bolivariana: Medellín, Bucaramanga, Palmira y Montería.

Las mediciones de los constructos de la TCP (Intencionalidad emprendedora, control comportamental percibido, actitudes hacia el emprendimiento, y normas subjetivas) así como los constructos de interés adicionales (ventajas y limitantes, habilidades creativas y proactividad) se adaptaron a partir de estudios previos en la literatura en emprendimiento (ver apéndice). El cuestionario utilizó escalas de Likert de cinco puntos con valor de 1 para ‘totalmente en desacuerdo’ y 5 para ‘totalmente de acuerdo.’

Posteriormente, en la toma final de datos, el cuestionario se proporcionó a todos los estudiantes de pregrado de las cuatro seccionales a un total de 20893 informantes potenciales distribuidos de la siguiente manera: 12727 estudiantes en Medellín, 4961 estudiantes en Bucaramanga, 2284 estudiantes en Montería y 921 estudiantes en Palmira. Se obtuvo un total de 4214 cuestionarios diligenciados, lo cual representó una tasa de respuesta del 20,17%. En términos de las seccionales, la muestra final de cuestionarios respondidos se distribuye de la siguiente manera: 22,26% Medellín, 59,68% Bucaramanga, 7,29% Montería, y 10,77% Palmira. En términos de área de conocimiento, la distribución de los 4214 estudiantes es de la siguiente forma: Ingeniería 42,50%, ciencias sociales y humanidades 24,68%, economía,

administración y negocios 13,50%, derecho y ciencias políticas 12,39%, artes 5,89%, y ciencias de la salud 1,04%. Con respecto al género, el 54,03% de informantes son de género femenino, en tanto que el 45,66% de informantes son de género masculino y el 0,31% de informantes se identificaron con otro género.

La validez de las mediciones en el cuestionario se llevó a cabo por medio de análisis exploratorio de componentes principales (AECP) con rotación varimax, y haciendo el cálculo de los alpha de Cronbach. El AECP se llevó a cabo con tres subconjuntos de ítems (indicadoras), respectivamente: (i) ítems correspondientes a los constructos independientes de la TCP (actitudes hacia la creación de empresa, control comportamental percibido y normas subjetivas), (ii) ítems correspondientes a la variable dependiente de la TCP (intencionalidad emprendedora), e (iii) ítems correspondientes a los constructos de influencia indirecta.

Para el cumplimiento de los objetivos del proyecto, a nivel estadístico se realizaron análisis inferenciales correspondiente a regresión múltiple a fin de determinar la influencia de diferentes factores sobre la intencionalidad emprendedora y en sus determinantes.

5. Resultados

Las asociaciones existentes entre los constructos básicos de la TCP se midieron a partir de 56 variables, el análisis factorial se realizó por el método de componentes rotados y la introducción de variables se hizo de manera escalonada, observando los indicadores de KMO (≥ 0.5), la varianza explicada (≥ 0.60), y el alpha de cronbach (≥ 0.60). Las variables se agruparon en 8 variables latentes denominadas factores tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Resultados factoriales del estudio

| Tipo de variable | Factor | Variables | Alpha de Cronbach | KMO | Varianza Explicada |
|------------------|--|------------------------------|-------------------|-------|--------------------|
| | Actitudes hacia la creación de empresa | AEM1, AEM2, AEM3, AEM4, AEM5 | 0,891 | 0,914 | 71% |

| | | | | | |
|-----------------------|--------------------------------------|---|-------|-------|-----|
| Independientes | Control comportamental percibido | CCP1, CCP2, CCP3, CCP4, CCP5, CCP6 | 0,909 | | |
| | Normas subjetivas | NSU1, NSU2, NSU3 | 0,913 | 0,716 | 85% |
| Dependiente | Intencionalidad Emprendedora | IEM1, IEM2, IEM3, IEM4, IEM5, IEM6 | 0,949 | 0,91 | 80% |
| | Ventajas de la creación de empresa | VEN1, VEN2, VEN3, VEN4, VEN5 | 0,931 | 0,91 | 78% |
| | Limitantes de la creación de empresa | LIM1, LIM2, LIM3, LIM4, LIM5, LIM6, LIM7, LIM8, | 0,895 | 0,91 | 60% |
| Mediadoras | Habilidades creativas e innovadoras | HAB1, HAB2, HAB3, HAB4, HAB5, HAB6, HAB7, HAB8, HAB9, HAB10, HAB11, HAB12, HAB13, HAB14 | 0,958 | 0,967 | 66% |
| | Proactividad | PRO1, PRO2, PRO3, PRO4, PRO5, PRO6, PRO7, PRO8, PRO9 | 0,915 | 0,935 | 60% |

Fuente: Elaboración propia

En la exploración de las relaciones preliminares entre las variables se calculó el coeficiente de Pearson con sus niveles de significación, la media y la desviación estándar, obteniendo los resultados que se muestran en la tabla 2 y en el que observa una relación significativa entre las variables independientes y mediadoras, y de igual forma con la variable dependiente.

Tabla 2. Correlaciones bivariadas

| Variables | Media | Desviación estándar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| 1. Actitudes hacia la creación de empresa | 4,20 | 0,8219 | 1 | | | | | | | |
| 2. Control comportamental percibido | 3,32 | 0,8846 | ,581** | 1 | | | | | | |
| 3. Normas subjetivas | 4,34 | 0,8229 | ,646** | ,420** | 1 | | | | | |
| 4. Ventajas de la actividad empresarial | 4,31 | 0,8090 | ,748** | ,451** | ,670** | 1 | | | | |
| 5. Limitantes para la actividad empresarial | 3,44 | 0,8269 | ,264** | ,068** | ,275** | ,291** | 1 | | | |
| 6. Habilidades creatividad | 3,82 | 0,7671 | ,618** | ,612** | ,553** | ,583** | ,248** | 1 | | |
| 7. Proactividad | 3,85 | 0,7295 | ,636** | ,571** | ,581** | ,624** | ,295** | ,810** | 1 | |
| 8. Intencionalidad emprendedora | 3,94 | 0,9685 | ,779** | ,640** | ,591** | ,657** | ,185** | ,641** | ,650** | 1 |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Modelo de Intencionalidad Emprendedora

Para determinar la relación entre las variables objeto del estudio, se aplicó el análisis estadístico de regresión lineal, tomando como variable dependiente, Intencionalidad Emprendedora; y variables independientes, Actitudes hacia la creación de empresa, Control comportamental Percibido, Normas subjetivas, como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Resultados regresión lineal con variable dependiente intencionalidad emprendedora

| Variable | Modelo 1 | Modelo 2 | Modelo 3 |
|--|------------|------------|------------|
| Actitudes hacia la creación de empresa | 0,779*** | 0,616*** | 0,538*** |
| Control comportamental percibido | | 0,282*** | 0,273*** |
| Normas subjetivas | | | 0,129*** |
| R ² | 0,608 | 0,660 | 0,670 |
| ΔR^2 | 0,607 | 0,660 | 0,670 |
| Estadístico F para ΔR^2 | 6520,96*** | 4092,71*** | 2847,78*** |

†p<0,1; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Variables predictores: Actitudes, control comportamental, normas subjetivas

Fuente: Elaboración propia

En el modelo 1 la variable Actitudes hacia la creación de empresa y su relación con Intencionalidad Emprendedora presenta una relación con ΔR^2 de 61%; en el modelo 2 al incluir la variable control comportamental percibido, el ΔR^2 aumenta a 66%; y en el modelo 3 se valida la relación de las 3 variables independientes con la variable dependiente, con ΔR^2 de 67%. Se evidencia que la variable Actitudes hacia la creación de empresa ejerce una fuerte influencia sobre la Intencionalidad Emprendedora de la población objeto del estudio.

Modelo de actitud hacia la creación de empresa

Respecto a las ventajas y limitantes para crear empresa, en la tabla 4 se presentan los modelos que determinan la relación con la actitud para la creación de empresa.

Tabla 4. Resultados del modelo con variable dependiente actitud hacia la creación de empresa

| Variable | Modelo 1 | Modelo 2 |
|--------------------------------------|-------------|-------------|
| Ventajas de la creación de empresa | 0,748*** | 0,733*** |
| Limitantes de la creación de empresa | | 0,051*** |
| R ² | 0,560 | 0,562 |
| ΔR^2 | 0,560 | 0,562 |
| Estadístico F para ΔR^2 | 5355,865*** | 2702,859*** |

†p<0,1; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Variables predictoras: Ventajas para la creación de empresa, Limitantes para la creación de empresa

Fuente: *Elaboración propia*

El resultado valida el análisis de caminos en el que las ventajas se relacionan de manera indirecta en la Intencionalidad Emprendedora, a través de su influencia en la actitud del emprendedor ΔR^2 de 56%, y en cambio las limitantes tienen muy baja relación, reconociendo una actitud positiva hacia la intención emprendedora, por encima de las dificultades que se puedan presentar.

Modelo de Control comportamental percibido

Para determinar la relación de las variables que pueden influir en el Control Comportamental percibido, se incluyeron las habilidades creativas y la proactividad. Los resultados del modelo se muestran en la tabla 5.

Tabla 5. Resultados del modelo con variable dependiente Control Comportamental Percibido

| Variable | Modelo 1 | Modelo 2 |
|---------------------------------|-------------|-------------|
| Habilidades creativas | 0,612*** | 0,434*** |
| Proactividad | | 0,219*** |
| R ² | 0,374 | 0,391 |
| ΔR^2 | 0,374 | 0,391 |
| Estadístico F para ΔR^2 | 2519,632*** | 1350,853*** |

†p<0,1; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Variables predictoras: Habilidades creativas, Proactividad

Fuente: *Elaboración propia*

El resultado muestra una relación positiva en el modelo 1 de la variable habilidades creativas ΔR^2 de 37%, y en el modelo 2 incluyendo la variable proactividad con ΔR^2 de 39%. La variable que ejerce una mayor relación es habilidades creativas.

Modelo final de regresión

En la figura 1 se presenta el modelo final a partir de los anteriores análisis de regresión; se aprecia la relación directa de las variables independientes Actitudes, control comportamental y normas subjetivas en la variable dependiente intencionalidad emprendedora; y la relación indirecta con la intención emprendedora, de ventajas y limitantes en la actitud hacia la creación de empresa; y de habilidades creativas y proactividad en el Control comportamental.

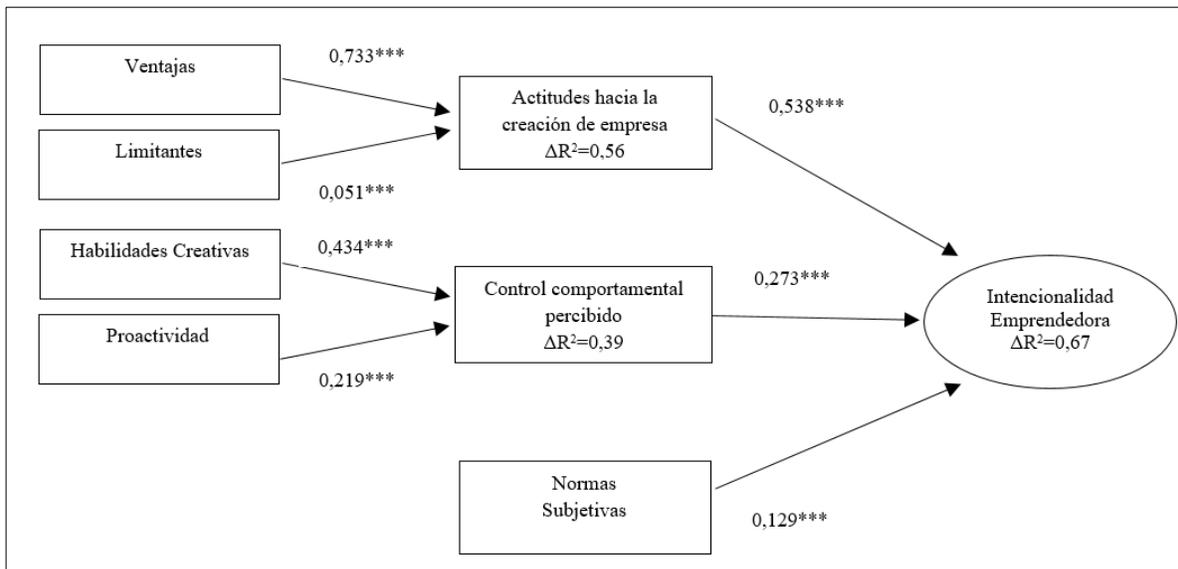


Figura 1. Modelo final
 Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

Se evidencia en la población objeto de este estudio, la relación positiva entre las variables propuestas en la Teoría del Comportamiento Planeado propuesta por Ajzen (1991), y que comprueba que las actitudes hacia el emprendimiento, el control comportamental percibido y las normas subjetivas son factores determinantes de la intencionalidad emprendedora; a su vez, que las actitudes hacia el emprendimiento, son las que ejercen mayor influencia en la intención emprendedora.

El estudio también pone de manifiesto que existen variables que de forma indirecta median en la intencionalidad emprendedora; y que en el estudio se tuvieron en cuenta, como las ventajas y limitantes para crear empresa, y las habilidades creativas y proactividad de los emprendedores. Siendo las ventajas un factor que influye directamente en la actitud hacia el emprendimiento, dado que ser emprendedor permite autonomía e independencia laboral, satisfacción personal, incremento del patrimonio personal y seguridad familiar; y las habilidades y la proactividad influyen en el control comportamental percibido, ya que permiten demostrar la capacidad creativa e innovadora, e implementar nuevas ideas, procesos y técnicas en productos o servicios de interés para nuevos públicos objetivo, actuar, esforzarse, experimentar y asumir riesgos para emprender.

7. Referencias Bibliográficas

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs Prentice Hall. New York.
- Ajzen, Icek. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bacq, S., Ofstein, L. F., Kickul, J. R., & Gundry, L. K. (2017). Perceived entrepreneurial munificence and entrepreneurial intentions: A social cognitive perspective. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(5), 639–659. <https://doi.org/10.1177/0266242616658943>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006 (2006).
- Cowden, B. J., & Tang, J. (2017). Gender differences and entrepreneurial munificence: The pursuit of innovative new ventures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(01), 1750002. <https://doi.org/10.1142/S1084946717500029>

- DNP. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo Estado Comunitario: desarrollo para todos (2006-2010) Tomo II*.
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1209–1232. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Krueger, J. N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Langkamp Bolton, D., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219–233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257–272. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443–453. <https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935–957. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3>
- Naia, A., Baptista, R., Biscaia, R., Januário, C., & Trigo, V. (2017). Entrepreneurial intentions of Sport Sciences students And Theory of Planned Behavior. *Motriz: Revista de Educação Física*, 23(1), 14–21. <https://doi.org/10.1590/s1980-6574201700010003>
- Ribeiro, M. I. B., Fernandes, A. J. G., & Diniz, F. J. L. D. S. (2014). Entrepreneurial potential of portuguese agriculture Higher Education students: a case from the Alto trás-os-montes region, Portugal. *Economy of Region*, 2, 212–220.
- Rueda Sampedro, I., Fernández-Laviada, A., & Herrero Crespo, Á. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, (26), 141–158.

- Rueda Sampedro, I., Fernández-Laviada, A., Herrero Crespo, Á., Sampedro, I. R., Fernández-Laviada, A., & Crespo, Á. H. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, (26), 141–158.
- Sánchez, J.C.; Lanero, A.; Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37–60.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Soria-Barreto, K., Honores-Marin, G., Gutiérrez-Zepeda, P., & Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior Exposure and Educational Environment towards Entrepreneurial Intention. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(2), 45–58. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000200006>
- Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(3), 128–151. <https://doi.org/10.1108/13552550810874664>
- Valencia Arias, A., Montoya Restrepo, I., & Montoya Restrepo, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881. <https://doi.org/10.3926/ic.730>
- van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559. <https://doi.org/10.1108/13620430810901688>
- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127–149. <https://doi.org/10.5295/cdg.100271rv>
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction lead to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682–696. <https://doi.org/10.2307/3069410>

Apéndice. Operacionalización de constructos

| Constructo | Código ítem | Descripción del ítem | Fuente |
|----------------------------------|-------------|--|---------------------|
| Intencionalidad emprendedora | IEM1 | Tengo la determinación de crear una empresa en el futuro | Liñán & Chen (2009) |
| | IEM2 | Mi objetivo profesional es crear mi propia empresa | |
| | IEM3 | Tengo la firme intención de comenzar una empresa algún día | |
| | IEM4 | Haré todo el esfuerzo para iniciar y manejar mi propia empresa | |
| | IEM5 | He pensado seriamente en comenzar una empresa | |
| | IEM6 | Estoy listo(a) para hacer lo que sea para crear mi propia empresa | |
| Control comportamental percibido | CCP1 | Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa | Liñán & Chen (2009) |
| | CCP2 | Se cómo desarrollar un proyecto de empresa | |
| | CCP3 | Puedo controlar el proceso de creación de una nueva empresa | |
| | CCP4 | Estoy preparado para crear una empresa viable | |
| | CCP5 | Tendría una alta probabilidad de éxito si tratara de crear una empresa | |

| | | | |
|--------------------------------------|-------|---|--|
| Actitudes hacia el emprendimiento | CCP6 | Sería fácil para mi crear una empresa y mantenerla funcionando | Liñán & Chen (2009) |
| | AEM1 | Ser un empresario traería grandes satisfacciones para mí | |
| | AEM2 | La carrera como empresario me parece atractiva | |
| | AEM3 | Me gustaría comenzar una empresa si tuviera la oportunidad y los recursos | |
| | AEM4 | Para mí, ser un emprendedor tiene más ventajas que limitantes | |
| Normas subjetivas | AEM5 | Entre las varias opciones de ocupación que se me presentaran, preferiría ser un empresario | Liñán (2008); Liñán & Chen (2009) |
| | NSU1 | Mis amigos aprobarían mi decisión de crear una empresa | |
| | NSU2 | Mis compañeros aprobarían mi decisión de crear una empresa | |
| Habilidades creativas e innovadoras | NSU3 | Mi familia cercana aprobaría mi decisión de crear una empresa | Zhou & George (2001) |
| | HAB1 | Soy una buena fuente de ideas creativas | |
| | HAB2 | A menudo tengo ideas nuevas e innovadoras | |
| | HAB3 | Se me ocurren soluciones creativas a los problemas | |
| | HAB4 | Se me ocurren ideas nuevas y prácticas para mejorar el desempeño de las cosas | |
| | HAB5 | Muestro creatividad en mi entorno cuando me dan la oportunidad de hacerlo | |
| | HAB6 | Sugiero nuevas formas o mecanismos para realizar tareas | |
| | HAB7 | Sugiero nuevas formas para mejorar la calidad | |
| | HAB8 | A menudo tengo nuevos enfoques frente a los problemas | |
| | HAB9 | Investigo sobre nuevas tecnologías, procesos, técnicas y/o ideas de productos | |
| | HAB10 | Desarrollo planes y cronogramas adecuados para la implementación de nuevas ideas | |
| | HAB11 | Sugiero nuevas formas para alcanzar objetivos y metas | |
| | HAB12 | Promuevo y defiendo ideas frente a los demás | |
| | HAB13 | Me gusta tomar acciones a veces incursionando en lo desconocido | |
| Proactividad | HAB14 | No temo a tomar riesgos | Langkamp Bolton & Lane (2012) |
| | PRO1 | Prefiero seguir mi propio camino al aprender cosas nuevas en lugar de seguir el de los demás | |
| | PRO2 | Favorezco la experimentación y las perspectivas originales para la resolución de problemas más que los métodos que otros utilizan para resolver sus problemas | |
| | PRO3 | Usualmente me anticipo a los problemas, necesidades o cambios futuros | |
| | PRO4 | Me gusta con frecuencia probar actividades nuevas y fuera de lo común pero no necesariamente riesgosas | |
| | PRO5 | Prefiero "dar el paso" y hacer que las cosas funcionen en los proyectos en lugar de sentarme y esperar que otro lo haga | |
| | PRO6 | Tiendo a planear mis proyectos con anticipación | |
| | PRO7 | En general, hago énfasis en abordar un proyecto, problema y/o situación desde nuevas perspectivas en lugar de aquellas tradicionales que ya se han probado | |
| | PRO8 | Tiendo a actuar "con valentía" en situaciones que involucran el riesgo | |
| Limitantes de la creación de empresa | PRO9 | Estoy dispuesto a invertir bastante tiempo y/o dinero en algo que pudiera generar retornos elevados | Rueda Sampedro, Fernández-Laviada & Herrero Crespo (2013); Ribeiro, Fernandes & Diniz (2014) |
| | LIM1 | Complejidad de los trámites administrativos | |
| | LIM2 | Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa | |
| | LIM3 | Poca disponibilidad de información sobre cómo crear una empresa | |
| | LIM4 | Falta de experticia en administrar una empresa | |
| | LIM5 | Falta de soporte institucional | |
| | LIM6 | Implicaciones en el pago de impuestos | |
| | LIM7 | Panorama económico actual desfavorable para la creación de empresas | |
| Ventajas de la creación de empresa | LIM8 | Falta de recursos económicos (capital inicial) | |
| | VEN1 | La posibilidad de crear empresa me permitiría invertir y conseguir un patrimonio personal | |

| | | |
|------|---|---|
| VEN2 | La posibilidad de crear empresa me generaría satisfacción personal (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo, etc.). | Rueda Sampedro, Fernández-Laviada and Herrero Crespo (2013) |
| VEN3 | La posibilidad de crear empresa me generaría recompensas económicas (incrementar ingresos, etc.). | |
| VEN4 | La posibilidad de crear empresa me generaría seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y el de mi familia, tradición familiar, etc.). | |
| VEN5 | La posibilidad de crear empresa me permitiría tener más independencia y autonomía (libertad personal, ser propio jefe, etc.). | |

Fuente: Elaboración propia.

Validación de un modelo preliminar, para la internacionalización de las empresas, basado en la teoría de la Neotecnología y en la Innovación

Valero-Córdoba, Gladys Mireya¹; Oltra-Badenes, Raúl Francisco²; Rodenes-Adam, Manuel³; Rueda-Barrios, Gladys Elena⁴.

¹ Profesora Asociada, Grupo de Investigación en Contextos para la Administración de Negocios Internacionales, Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, e-mail: gladys.valero@upb.edu.co

² Profesor/ ayudante Doctor PDI, Grupo de Investigación ITIO, Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia, e-mail: rauloltra@doe.upv.es

³ Profesor, Grupo de Investigación ITIO, Universidad Politécnica de Valencia, mrodenes2@gmail.com

⁴ Profesora Asociada, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: gladys.rueda@upb.edu.co

Resumen— Con base en la Competitividad frente al Capital Tecnológico, el estudio propuesto valida un modelo preliminar que busca identificar la dependencia de la innovación respecto a la teoría de la Neotecnológica que tienen las empresas para la internacionalización. Partiendo del instrumento aplicado a 63 empresas exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana (Colombia), se evalúan y reportan las medidas de confiabilidad y consistencia de las dimensiones empresariales en el contexto de la inserción internacional. Adicionalmente, se evalúan características importantes encontradas así como el manejo corporativo de la neotecnología para alcanzar niveles de innovación organizacional que se requiere para la internacionalización de las empresas. Se encuentra que innovación organizacional depende del valor creado en las Tecnologías de la información y la comunicación, al igual que los insumos y cambios tecnológicos que realiza la organización. La discusión de los resultados sugiere una evaluación de las relaciones causales entre los constructos por medio de un Modelo de Regresión múltiple y de Caminos con el fin de obtener un análisis más robusto y concluyente.

Palabras clave— Innovación; empresas exportadoras; internacionalización, teoría Neo Tecnológica

Abstract— With base in the Competitiveness as opposed to the Technological Capital, the proposed study been worth a preliminary model that it looks for to identify the dependency of the innovation with respect to the theory of Neotecnológica which they have the companies for the internationalization. Dividing of the applied instrument for 63 exporting companies of Bucaramanga and their Metropolitan Area (Colombia), the measures of trustworthiness and consistency of the enterprise dimensions in the context of the international insertion are evaluated and reported. Additionally, characteristics important found are evaluated as well as the corporative handling of neotecnología to reach levels of organizational innovation that is required for the internationalization of the companies. One is that organizational innovation depends on the value created in the Technologies of the information and the communication, like the technological supplies and changes that the organization makes. The discussion of the results suggests an evaluation of the causal relations between the construct by means of a Model of multiple Regression and Ways with the purpose of obtaining a more robust and conclusive analysis

Keywords— **Innovation; exporting companies; internationalization, Neotechnological theory**

1. Introducción

Para la economía Colombiana el proceso de internacionalización se ha enmarcado en uno de los objetivos primordiales de la política nacional desde el año de 1.991. A través de las exportaciones los diferentes planes de gobierno han considerado que son fundamentales para que el país logre excelentes niveles de desarrollo y crecimiento. Actualmente se señala que la economía está creciendo en aproximadamente 3.2% y este aspecto es fundamental pues a través del comportamiento superavitario de la Balanza Comercial, se espera que la economía Colombiana se inserte en la esfera global de manera más agresiva y menos tímida. El proceso de internacionalización es impulsado por la disposición de los gobiernos hacia los mercados mundiales, haciéndose evidente en los planes de desarrollo que Colombia ha emanado, favorecido una creciente proyección exterior del tejido empresarial.

A pesar que las empresas colombianas insertadas en los mercados mundiales, ha aumentado progresivamente y el componente internacional se ha constituido en la prospectiva y estrategia de las empresas, la presencia colombiana en el exterior aún está por debajo de su capacidad potencial; por lo tanto, prioritario mantener la dinámica corporativa

de las empresas y ampliar la base exportadora de las mismas para consolidar la perspectiva internacional.

Revisando el nivel de exportaciones de Santander, frente al comportamiento de la balanza comercial del año inmediatamente anterior se aprecia que generó un crecimiento de 43%. Estas exportaciones se obtienen principalmente por el sector de Hidrocarburos gracias a la refinería de Ecopetrol ubicada en el municipio de Barrancabermeja, seguido por el sector agropecuario (sector cacao, piña, avícola, entre otros) así mismo, el sector de Manufacturas caracterizado especialmente por el sector de cuero, calzado y confecciones. Es de resaltar que existen otros sectores con participación baja pero con un mayor potencial, entre los que se encuentran, el sector turismo y salud; lo que refleja la importancia de estudiar las pequeñas empresas como potencial de internacionalización, en un mundo más competitivo y global.

Para el departamento de Santander y específicamente para Bucaramanga y su Área Metropolitana entre las que se consideran Girón, Floridablanca y Piedecuesta es de gran importancia trabajar en la inserción internacional de las empresas de la región, para identificar los parámetros fundamentales generados por el nivel de competitividad y el capital tecnológico en el proceso de internacionalización inmerso en la región.

El presente trabajo parte una revisión de la literatura con el fin de identificar los planteamientos para la teoría neo tecnológica y la innovación que realizan las empresas y que es requerida para la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su área metropolitana en Colombia. El estudio busca validar a través de un modelo preliminar los principales constructos en la competitividad de las empresas respecto a la innovación y la influencia de la neotecnología en la internacionalización de las empresas. De esta manera se abordan las siguientes preguntas de investigación (1) ¿Qué tan probable es que la innovación organizacional, dependa particularmente de la neotecnología con que cuentan las empresas para su internacionalización? y (2) ¿Cuál es la influencia del valor creado TIC y

los insumos y cambios tecnológicos organizacionales que influyen en la competitividad particularmente para la innovación organizacional de las empresas?

El artículo parte de la revisión de la teoría y los antecedentes investigativos relacionados con la internacionalización de las empresas en cuanto a la innovación y la neotecnología, posteriormente, se presentan los aspectos metodológicos del estudio. Finalmente, se culmina con la presentación de los resultados, la discusión de los mismos y la presentación de conclusiones y recomendaciones a partir del análisis.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Hallar las relaciones existentes entre la Innovación que realizan las empresas con la neotecnología para la internacionalización de las empresas; así como la influencia del valor creado TIC y los insumos y cambios tecnológicos organizacionales que influyen en la competitividad particularmente para la innovación organizacional de las empresas.

2.2. Objetivos específicos

- ✓ Validar un modelo preliminar para la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su área metropolitana en Colombia.
- ✓ Explorar las asociaciones existentes entre los constructos básicos de la Internacionalización (innovación y neotecnología).
- ✓ Determinar las influencias indirectas en la innovación y neotecnología en la internacionalización de las organizaciones.

3. Teoría y estado del Arte

En esencia quienes realizan la operación de internacionalización son las empresas, los recursos que ellas posean y particularmente el desarrollo tecnológico alcanzado por cada una de ellas determina la naturaleza y los bienes a llevar al mercado internacional.

La teoría Neotecnológica considera que el elemento básico factor generador de riqueza es la tecnología y cualquier ajuste en el mismo, puede modificar las características del producto, es decir cualquier cambio en el proceso puede ser el resultado de un proceso de innovación que obedece no solo a un proceso de Investigación y Desarrollo sino que puede ser el resultado, de una nueva forma de procesar insumos o materias primas en dichos procesos (Cuestas Rodríguez, Luis Francisco, 1.999) La anterior afirmación permite entonces hablar del Capital tecnológico como una fuente importante para la innovación no solo por el valor creado sino por los insumos y cambios tecnológicos inmersos en las empresas.

Además de la revisión anterior y ampliándose al plano internacional, se encuentran otros planteamientos entre los que se encuentran los siguientes:

Teoría de la Proporción de Factores o modelo de Factores específicos: autores; Eli Heckscher y Bertil Ohlin, dos economistas suecos que idearon esta teoría, fundamentándose en la utilización de la mano de obra y el capital en la producción de bienes y/o servicios para exportación. El planteamiento sostiene que dependiendo de las características de los países sus bienes o servicios serán intensivos en mano de obra (bajo nivel tecnológico- países subdesarrollados) o intensivos en capital (alto nivel tecnológico- países desarrollados).

“El análisis se vuelve más complejo cuando ocurre que un mismo bien podría producirse con diferentes métodos, ya sea con cuantiosos insumos de mano de obra o cuantiosos insumos de capital, por ejemplo Canadá produce trigo bajo la modalidad de capital intensivo (alto nivel de maquinaria por trabajador) dado que dispone de abundante capital de bajo costo en relación con la mano de obra” (Daniels & Radebaugh, 2000) . La anterior apreciación es la explicación del porqué muchos países han reemplazado la mano de obra por máquinas que en últimas han determinado o han reflejado el nivel de especialización de dichos países, con fundamento en el capital tecnológico que se tenga dentro de la economía.

La Brecha Tecnológica y ciclo de producto fue creada por Raymon Vernon, que explica el comportamiento del mercado internacional para productos manufacturados con base en el periodo de vida de un producto y con fundamento en el nivel tecnológico utilizado para dicha producción. “Vernon afirmó que la riqueza y el tamaño del mercado estadounidense daban a las firmas de este país un incentivo más fuerte para desarrollar nuevos productos para el consumidor. Además el alto costo de la mano de obra estadounidense significaba para las empresas de este país un estímulo para desarrollar innovaciones que economizan los procesos” (Hill, 2001).

El ciclo de Vernon está compuesto por cuatro etapas: Innovación, Fijación, Maduración y Saturación, todas ellas influenciadas directamente por el capital tecnológico, que es la variable que define la posición del producto en cada una de ellas. La anterior apreciación sirve de fundamento a la Conocida Brecha Tecnológica que existe entre los diferentes países, unos con un alto nivel tecnológico y otros con bajo nivel, marcan la diferencia de producciones a nivel mundial y marcan también la diferencia en el nivel de desarrollo que cada una de ellas ha alcanzado.

Otro concepto conocido como Inserción Internacional: se define como “La forma como un país ingresa a la economía mundial se denomina inserción, la cual se mide específicamente por el tipo de exportaciones e importaciones efectuadas y por las clases de inversiones que se realicen” (Cuestas, 1999). Con la anterior definición se define los aspectos fundamentales para ingresar al mercado internacional y que se realiza en la modalidad de : exportaciones, importaciones y/o inversiones. Desde esta dinámica y con base en el planteamiento de la Inserción internacional se encuentra que esta depende del nivel tecnológico que tenga el país para efectuar dicha inserción.

- Inserción Tradicional: Exportaciones de productos primarios e importaciones de industria pesada intensiva en capital y/o tecnología.
- Inserción de excedentes crecientes y déficit decrecientes: Exportaciones e importaciones de manufacturas o tecnología estandarizada.

- Inserción de déficit de bienes primarios y excedentes en productos de la industria pesada y de tecnologías de punta: Exportaciones de industria intensiva en capital y/o tecnología e importaciones de productos primarios.

Cadena de valor, Actividades de apoyo, desarrollo de tecnologías: La cadena de valor considerada por Michael Porter en su obra la Ventaja Competitiva de las Naciones incluye el componente tecnológico como una actividad de soporte denominado Desarrollo de Tecnología (ej: Diseño de productos, investigación de Mercados).

La Cadena de valor como principio de la Ventaja Competitiva se define como “Un conjunto de actividades cuyo fin es diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar su producto” (Porter, 2002). Como lo menciona Porter, se trata de actividades físicas y tecnológicamente específicas que se llevan a cabo, con el fin de lograr la Ventaja Competitiva, en donde el desarrollo tecnológico, aporta en el mejoramiento del producto y del proceso, llevando la empresa a alcanzar o no, la denominada Ventaja Competitiva.

Como conclusión previa, se puede considerar que el Capital tecnológico planteado en la Neotecnología 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 es decir innovando en las organizaciones y esto se logra de manera indiscutible a través de la tecnología, no solo en el valor creado sino en el insumo utilizado el cual optimiza el resultado final y el talento que la empresa tenga, favoreciendo el nivel competitivo en la inserción.

4. Metodología

El análisis empírico del estudio se realizó a partir de un enfoque cuantitativo basado en datos provenientes de un cuestionario en línea aplicado a 63 empresas exportadoras reportadas por la herramienta Compite 360 de Bucaramanga y su área metropolitana.

Las mediciones de los constructos de la Competitividad en la innovación Organizacional, así

como la Neotecnología respecto al valor creado a partir de TIC y los insumos cambios tecnológicos organizacionales utilizados para la internacionalización, considerando las relaciones indirectas generadas: Sistemas para la gestión (office, ERP, CAD, CRM, SCM), Operaciones internacionales y redes, Sistemas informáticos para la exportación y Operadores y ordenadores, se adaptaron a partir de estudios previos en la literatura de la internacionalización. El cuestionario utilizó preguntas ordinales, nominales y de escala tipo Likert.

Posteriormente, en la aplicación del cuestionario a 161 empresas que realizaron exportaciones según reporte de la Cámara de Comercio (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2016) a 74 países destino y 333 posiciones arancelarias, se obtuvo respuesta de 63 empresas exportadoras de Bucaramanga y su área metropolitana, las cuales diligenciaron el cuestionario en su totalidad. Revisando la pertinencia de las empresas que dieron respuesta, se calcula el valor de la misma obteniéndose un margen de error del 9.66%, el cual es válido para el estudio. Es de aclarar, que la aplicación del cuestionario implicó, la realización de una prueba piloto con el 20% de las empresas inmersas en la base de datos, para mejorar la estructura del instrumento, e identificar los aspectos por ajustar, con el fin de optimizar la interpretación y aplicación del mismo.

El cuestionario se compone de 4 aspectos a saber: Datos Generales, Competitividad, Capital Tecnológico como variables independientes y Exportaciones como variable dependiente. En cuanto a los datos generales son abiertas de tal manera que permitan identificar las características particulares de cada una de las empresas para las variables planteadas con preguntas (abiertas) que permitieran medir el nivel de desarrollo de cada uno de los aspectos y algunas preguntas tipo Likert (5 categorías de respuestas).

La validez de las mediciones en el cuestionario se llevó a cabo por medio de análisis exploratorio de componentes principales (AECPC) con rotación varimax, y haciendo el cálculo de los alpha de Cronbach. Con los siguientes ítems: (i) los constructos independientes de la

neotecnología respecto al valor creado a partir de las TIC y los insumos cambios tecnológicos para la organización, (ii) ítems correspondientes a la variable dependiente Exportaciones (innovación organizacional) e (iii) ítems correspondientes a los constructos de influencia indirecta.

Para el cumplimiento de los objetivos del proyecto, a nivel estadístico se realizaron análisis inferenciales correspondiente a regresión múltiple a fin de determinar la influencia de diferentes factores sobre la innovación organizacional.

5. Resultados

Las asociaciones existentes entre los constructos básicos de la Innovación se midieron a partir de 59 variables, el análisis factorial se realizó por el método de componentes rotados y la introducción de variables se hizo de manera escalonada, observando los indicadores de KMO (≥ 0.5), el alpha de cronbach (≥ 0.60) y la varianza explicada (≥ 0.60). Las variables se agruparon en 3 variables latentes denominadas factores tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Resultados factoriales del estudio

| Tipo de variable | Factor | Variables | Alpha de Cronbach | KMO | Varianza Explicada |
|------------------|---|--|-------------------|-------|--------------------|
| Independientes | Valor creado a partir de TIC | SISTEMAS PARA LA GESTIÓN (OFFICE ERP CAD CRM SCM) | 0.786 | 0,816 | 63.85% |
| | Insumos y cambios tecnológicos organizacional | OPERACIONES INT Y REDES; SISTEMAS INFORMATICOS PARA LA GESTIÓN ADMITIVA Y CIAL SISTEMAS PARA LA GESTIÓN (OFFICE ERP CAD CRM SCM) | 0.912 | 0.831 | 79.30 |
| Dependiente | Innovación Organizacional | SISTEMAS INFORMÁTICOS PARA LA EXPORTACIÓN SISTEMAS PARA LA GESTIÓN (OFFICE ERP CAD CRM SCM) | 0,932 | 0,837 | 62.23% |

Fuente: *Elaboración propia*

En la exploración de las relaciones preliminares entre las variables se calculó el coeficiente de Pearson con sus niveles de significación, la media y la desviación estándar, obteniendo

los resultados que se muestran en la tabla 2 y en el que observa una relación significativa entre las variables independientes, y de igual forma con la variable independiente.

Tabla 2. Correlaciones bivariadas

| Variables | Media | Desviación estándar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|-------|---------------------|--------|---------|---------|--------|--------|------|---|
| 1. Insumos cambios tecnológicos y organizativos | 3.77 | 1,0065 | 1 | | | | | | |
| 2. Sistemas para la gestión (office, ERP, CAD, CRM, SCM) | 3.09 | 0,9916 | ,526** | 1 | | | | | |
| 3. Operaciones internacionales y redes | 2.57 | 0.0098 | -,257 | -,712** | 1 | | | | |
| 4. Sistemas informáticos para la exportación | 4.00. | 1,0099 | -,302* | -,261* | ,320* | 1 | | | |
| 5. Valor creado a partir de las tic y servicios de ti externos | 3.82 | 1,1794 | ,579** | ,281* | -,254 | -,219 | 1 | | |
| 6. Operadores y ordenadores | 1.76 | 1,0408 | ,115 | ,478** | -,506** | -,125 | ,049 | 1 | |
| 7. Innovación organizacional | 0 | 1 | ,653** | ,399** | -,123 | -,260* | ,615** | ,046 | 1 |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Modelo de Innovación Organizacional

Para determinar la relación de las variables que pueden influir en la Innovación Organizacional, se incluyeron las subvariables que influyeron en Valor creado TIC e Insumos y cambios tecnológicos Organizacional para la internacionalización obteniéndose los siguientes resultados como se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Resultados Regresión lineal con variable dependiente Innovación Organizacional

| Variable | Modelo 1 |
|---|----------|
| Valor creado Tic | 0,062*** |
| Insumos Cambios tecnológicos Organizacional | 0.507** |
| R ² | 0,689 |
| ΔR ² | 0.484 |
| Estadístico F para ΔR ² | 35.740 |

†p<0,1; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Variables predictores: Valor creado TIC e Insumos cambios tecnológicos organizacional

Fuente: Elaboración propia

El resultado muestra una relación positiva en el modelo de la variable ΔR2 de 48%

Modelo final de regresión

En la figura 1 se presenta el modelo final a partir de los anteriores análisis de regresión; se aprecia la relación directa de las variables independiente Dotación Tecnológica en insumos cambios tecnológicos Org y Procesos tecnológicos e innovación respecto al valor creado a partir de las TI y servicios de TI externos, existentes en la variable dependiente Competitividad en Innovación Organizacional y la relación indirecta con las operaciones internacionales, los sistemas para la gestión (Office, ERP, CAD, CRM SCM) y los operadores y ordenadores de las empresas utilizados en la internacionalización.

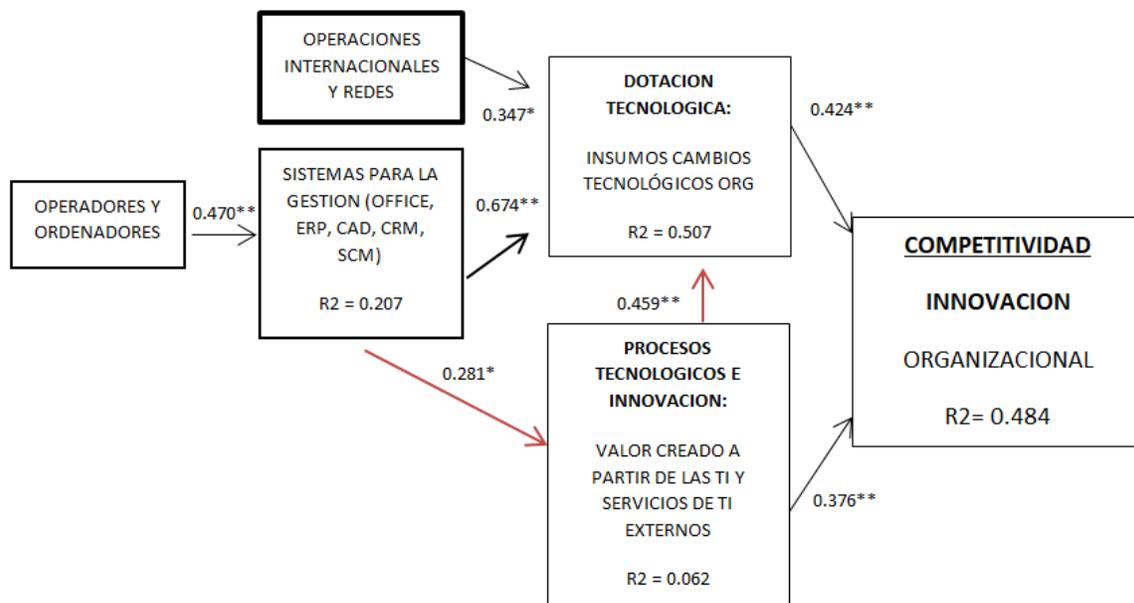


Figura 1. Modelo final
 Fuente: Elaboración propia

Para la variable Dependiente Competitividad respecto a la Innovación Organizacional se refleja un R2 = 48.4%; las variables independiente son: el Capital tecnológico-Dotación tecnológica: Insumos y cambios tecnológicos organización con un R2 = 50.7% y Procesos tecnológicos e Innovación, respecto al Valor creado a partir de las TI y servicios de TI externos con un R2 = 6.2%. Adicional se pueden apreciar las relaciones indirectas con las

variables Operaciones Internacionales y redes, Sistemas para la Gestión (Office, ERP, CAD, CRM, SCM) y Operadores y Ordenadores. Se pueden apreciar relaciones indirectas entre los sistemas para la gestión con valor creado TIC, que a su vez influye también con los Insumos y cambios tecnológicos Organizacionales.

6. Conclusiones

Se evidencia en la población objeto de este estudio, la relación positiva entre las variables propuestas en la Competitividad respecto a la Innovación organizacional siendo el Capital tecnológico respecto a los insumos requeridos y el valor creado a partir de las TI y servicios TI externos los que ejercen una marcada influencia. La dotación tecnológica (insumos y cambios tecnológicos organizacionales) es un factor determinante en la innovación organizacional vía internacionalización, al ser el que ejerce una mayor influencia en dicha innovación.

El estudio también pone de manifiesto que existen variables que de forma indirecta median en la innovación organizacional; y que en el estudio se tuvieron en cuenta, como las operaciones internacionales y redes que utilizan las empresas; los sistemas para la gestión (office, ERP, CAD, CRM, SCM) y los Operadores y Ordenadores existentes en las empresas exportadoras. Siendo los sistemas para la gestión, un factor que influye indirectamente también en los procesos tecnológicos e innovación de las empresas para el valor creado a partir de TI y servicios de TI externos y finalmente también los procesos tecnológicos e innovación respecto valor creado a partir de las TI y servicios de TI externos que influyen indirectamente en la dotación tecnológica respecto a los insumos y cambios tecnológicos organizacional.

7. Referencias Bibliográficas

Arge, G., Dajer Plata, R., & Alvarez, D. (s.f.). Diseño e implementación de un mapa de ordenamiento competitivo regional soportado en tecnología internet para asistir procesos de inversión en el departamento de Córdoba-Colombia. En ASCOLFA (Ed.), Conferencia Nacional ASCOLFA (pág. 183 a225). ASCOLFA.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). INSTITUCIONALIDAD Y PRINCIPIOS RECTORES DE POLÍTICA PARA LA COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD. Bogotá.

Kuntz Ficker, S. (2004). The Export Boom of the Mexican Revolution: Characteristics and Contributing Factors. *Journal of Latin American Studies* Vol 36 No 2, 267-296.

Ball, D. A., & McCulloch Jr, W. H. (1996). *Negocios Internacionales Introducción y Aspectos Esenciales*. En D. A. Ball, & W. H. McCulloch Jr, *Negocios Internacionales* (pág. 903). Madrid: Irwin.

Ball, D. A., & McCulloch, W. H. (1996). *Negocios Internacionales-Introducción y aspectos esenciales*. Madrid: Irwin.

Bueno, E. (2011). *Modelo Intellectus de Medición, Gestión e Información del Capital Intelectual (Nueva versión actualizada)*. Madrid: CIC-IADE.

Centro de Información/ Proexport Colombia. (s.f.). *Modalidades de Exportación*. Cámara de Comercio Armenia y del Quindío.

Comisión regional de Competitividad. (25 de marzo de 2016). *Santander Competitivo*. Obtenido de Santander Competitivo- Comisión Regional de Competitividad: <http://santandercompetitivo.org/secciones-14-s/quienes-somos.htm>

Cuestas Rodriguez, L. F. (1.999). *Comercio Internacional*. En L. F. Cuestas Rodriguez, *Gestión Empresarial. Comercio Internacional* (págs. 27-33). Bucaramanga: Insed-UIS.

Cuestas Rodriguez, L. F. (1999). *Comercio Internacional*. En L. F. Cuestas Rodriguez, *Gestión Empresarial. Comercio Internacional* (págs. 33-36). Bucaramanga: Insed-UIS.

Cuestas Rodriguez, L. F. (1999). *Comercio Internacional*. En L. F. Cuestas Rodriguez, *Gestión Empresarial Comercio Internacional* (págs. 36-43). Bucaramanga: Insed-UIS.

Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2002). *Marketing Internacional*. México: Prentice Hall.

Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2002). *Marketing Internacional*. En M. R. Czinkota, & I. A. Ronkainen, *Marketing Internacional- sexta edición* (págs. 224-241). México: Pearson Educación.

Daniels, J. D., & Radebaugh, L. H. (2000). *Negocios Internacionales*. En J. D. Daniels, & L. H. Radebaugh, *Negocios Internacionales-octava edición* (págs. 23-27). México: Pearson Educación.

Daniels, J. D., & Radebaugh, L. H. (2000). *Negocios Internacionales*. México: Pearson Educación.

Daniels, J. D., & Radebaugh, L. H. (2000). *Negocios internacionales*. En J. D. Daniels, & L. H. Radebaugh, *Negocios Internacionales Octava edición* (págs. 8-9). México: Pearson Educación.

Daniels, J. D., & Radebaugh, L. H. (2000). *Negocios Internacionales*. En J. D. Daniels, & L. H. Radebaugh, *Negocios Internacionales-octava edición* (págs. 23-28). México: Pearson Educación.

Daniels, J. D., & Radebaugh, L. H. (2000). *Negocios Internacionales*. En J. D. Daniels, & L. H. Radebaugh, *Negocios Internacionales Octava edición* (págs. 8-28). México: Pearson Educación.

DIAN. (08 de enero de 2016). <http://websiex.dian.gov.co/>. Obtenido de <http://websiex.dian.gov.co/>: <http://websiex.dian.gov.co/>

DIAN. (08 de 01 de 2016). <http://websiex.dian.gov.co/siex/ayuda/ayuda.html>. Obtenido de <http://websiex.dian.gov.co/siex/ayuda/ayuda.html>: <http://websiex.dian.gov.co/>

Dominick, S. (1998). *Economía Internacional* Shaum. Santa Fe de Bogotá: Mc Graw Hill.

FEM, & Schwab, K. (Enero de 1971). *Foro Económico Mundial FEM*. Recuperado el 2016, de <http://www.weforum.org/world-economic-forum>: <http://www.weforum.org/world-economic-forum>

Garelli, S. (2006). "The competitiveness of nations: the fundamentals", *imd World Competitiveness Yearbook 2006*, 2006 [en línea] <http://www.imd.ch/documents/wcc/content/Fundamentals>.

Gómez Parada, E. J., & González Sarmiento, G. (Diciembre de 2012). *Modelo para la determinación del Posicionamiento Competitivo Internacional: Sector Confecciones de Santander en el Mercado Norteamericano*. *Lebret*, 21-41.

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (1997). *Negocios*. México: Prentice Hall.

Hamad, A. R., Kinson, N. G., & Shy, C. (2015). *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*, 146-159.

Hill, C. (2000). *Negocios Internacionales*. México: Irwin McGraw-Hill.

Hill, C. (2001). *Negocios Internacionales*. En C. Hill, *Negocios Internacionales* (págs. 538-540). México: McGraw Hill.

<http://www.procolombia.co/ruta-exportadora>. (6 de enero de 2016). Recuperado el 2016, de [procolombia.co/ruta exportadora](http://www.procolombia.co/ruta-exportadora): <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora>

Hyun-Jee, K. (2015). An Empirical Study on the Determinants of Overseas Expansion of Korea TV Shopping Industry as Consumption Goods Export Channel. *The Journal of Kirea Research Society for Customs*, 16(1), 209-230.

Jaramillo, Hernan; Lugones, Gustavo; Salazar, Mónica;. (2001). *Manual de Bogota : Normalización de Indicadores de Innovación Tecnológica en América Latina y el Caribe*.

Johnson, R. C. (2014). Five Facts about Value-Added Exports and Implications for Macroeconomics and Trade Research. *The Journal of Economic Perspectives Volumen 28 No 2*, 119-142.

Lee, H.-Y., & Keunsik, P. (2015). An Empirical Study on the Effect of the Selection Factors of 3PL on the Switching costs, Long-Term Relationship Orientation, and Export Performance. *Korea Logistics Review vol 25 No4*, 25-39.

Lugones, Gustavo;. (s.f.). *Módulo de capacitación para la recolección y el análisis de indicadores de innovación*. Redes Banco Interamericano de Desarrollo BID.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (27 de MARZO de 2016). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de PROCOLOMBIA: <http://www.procolombia.co/>

Ministerio de Cultura y Riego. (08 de 01 de 2016). <http://minagri.gob.pe>. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>

Miranda, J., & Toirac, L. (2010). *Indicadores de Productividad para la Industria Dominicana*. *Ciencia y Sociedad*, 235-290.

Nerí Vega, J. G., González Zarza, R., & González Neri, A. I. (Diciembre de 2011). *Innovación Disruptiva caso del sector autopartes en San Juan del Rio*. *Lebret*, 39-53.

Nguyen, H., & Minda, A. (2012). Location factors of export-plataform FDI: Example of Vietnam. *Review Economic Volumen 63*, 69-91.

OCDE-EUROSTAT. (2005). *Manual de Oslo*. Obtenido de *Manual de Oslo*.

Peláez Cano, M. J., & Rodenes, M. (17 de 06 de 2011). El desempeño exportador basado en la creación de Capital Social a través del uso de las Tecnologías de la Información. Un estudio en el sector del plástico. Valencia, España.

Peláez Cano, M., & Rodenes Adam, M. (Abril de 2011). Tesis Doctoral: El desempeño exportador basado en la creación de capital social a través del uso de las tecnologías de la Información. Un estudio en el sector del plástico. Valencia, España.

Porter, M. E. (2002). Ventaja Competitiva- Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: CECSA.

Procolombia. (Noviembre de 1992). <http://www.procolombia.co>. Recuperado el 2016, de <http://www.procolombia.co/>.

Procolombia. (Noviembre de 1992). <http://www.procolombia.co/>. (Brújula Exportadora, Productor) Obtenido de http://www.procolombia.co/sites/default/files/Guia_comercial_a_Suiza.pdf

Procolombia. (Noviembre de 1992). Procolombia. Recuperado el 27 de marzo de 2016, de Procolombia: <http://www.procolombia.co/>

PROCOLOMBIA. (2013). Proceso de Exportación de Artesanías. Bogotá: Procolombia.

Procolombia. (7 de enero de 2016). <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora>. Obtenido de <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora>: <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora>

Ruzzier, M., & Ruzzier, M. (2015). On the relationship between firm size, resources, age at entry and internationalization: the case of Slovenian SMEs. JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS AND MANAGEMENT, 16, 52-73.

Salvatore, D. (1998). Shaum Teoria y Problemas. En D. Salvatore, Economía internacional- cuarta edición (págs. 74-94). Santa fe de Bogotá: McGraw Hill.

Universidad del Rosario. (29 de 09 de 2009). <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/1462>. (Universidad del Rosario, Editor) Recuperado el 07 de 01 de 2016, de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/1462>: <http://biblioteca.versila.com/15818764>

Yi, S. G. (2015). An Analysis of an Influencing Factor in the Export Performance of ICT Company. Journal of Service Research and Studies, 5, 1-13.

3^{er} CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

RETOS Y OPORTUNIDADES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

SEPTIEMBRE
25 al 27 de 2013

TEMÁTICAS:
DE ALTERNATIVAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE
HACIA UNA ECONOMÍA GLOBAL MÁS COMPETITIVA, INNOVACIONAL Y
SOSTENIBLE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES
ECONOMÍA CIRCULAR

ORGANIZA

Facultad de Administración, Universidad de Bogotá Jorge Tamez y Asociados
CIBCO - Cámara Colombiana de Comercio Exterior y
Instituto Colombiano de Comercio Exterior

INDIA - SUIZA - BRASIL - ALEMANIA - PUERTO RICO - COLOMBIA

Yip, G. S. (1992). Globalización. Estrategias para obtener una ventaja competitiva global. Bogotá: Norma.

Análisis exploratorio para determinar variables en la predicción de quiebras de las PYMES en Santander

¹Romero Rodríguez Nelson Arturo

²Acevedo Amorochó Alejandro

³Prada Marín, Duwamg Alexis

⁴Fernández Aranda, Helio Armando

¹Estudiante Maestría en Administración de Empresas (Facultad de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana), na.romero@gmail.com

²FiliacDocente Interno (GIA, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana), Alejandro.acevedoa@upb.edu.co

³Docente Interno (GIM, Departamento de Ciencias Básicas, Universidad Pontificia Bolivariana), Duwamg.prada@upb.edu.co

⁴Docente Interno (GRICANI, Departamento de Ciencias Básicas, Universidad Pontificia Bolivariana), helio.fernandez@upb.edu.co

Resumen— Con este estudio, se pretende demostrar, cuáles son los factores que más influyen el riesgo de quiebra de las PYMES. Para ello se utilizó un análisis exploratorio, tomando como muestra, las 89 empresas que actualmente, de acuerdo a la Supersociedades, se encuentran en proceso de insolvencia. Igualmente, se observó la debilidad en dicha clasificación, que de acuerdo a su tamaño, fueron reportadas así: siete (7) medianas, ocho (8) microempresas y/o pequeña empresa y 59 sin clasificación de tamaño

Abstract— In this document, it is intended to demonstrate, these are the factor most influencer in the risk of bankruptcy of PYMES in Santander. To do, so an exploratory analysis is shown, such as the 89 companies that currently, according the Supersocieties, are in insolvency process. Likewise, we have reported as show it: seven (7) medians, eighth (8) microenterprises and/or smal bussines and fifty nin (59) without size classification

Keywords/Palabras clave— Empresas, riesgo, quiebra, variables

1. Introducción

En el ejercicio profesional de las finanzas empresariales se ha observado que los administradores, gerentes o dueños de las empresas pequeñas y medianas empresas presentan debilidades y dificultades para entender, conocer, analizar y tomar decisiones basándose en la información financiera presentada y revelada en los estados financieros específicamente en el estado de flujo de efectivo. Una de las bondades de la información financiera es permitir evaluar si una organización está operando bajo la hipótesis de negocio en marcha, es decir, puede continuar realizando sus operaciones mercantiles en el mediano y largo plazo. De acuerdo con la normatividad colombiana en concordancia con la normatividad internacional para la preparación y presentación de los Estados Financieros, es de obligatorio cumplimiento por parte de los administradores o gerentes, realizar la evaluación de la hipótesis de negocio en marcha y dejar la debida constancia en su informe de gestión anual.

Cuando el resultado de la evaluación de la hipótesis de negocio en marcha muestra dificultades financieras, resultados adversos o tendencias negativas, la empresa podría estar inmersa en una causal de insolvencia empresarial. La detección oportuna del riesgo de insolvencia empresarial y su estudio predictivo han ocupado gran parte de los estudios científicos, teórico-práctico de la comunidad académica, en los cuales han puesto su mirada los gremios empresariales y los gobiernos para minimizar este riesgo. En concordancia con los modelos existentes para la predicción de insolvencia empresarial, se definirá un modelo estadístico que será construido y evaluado mediante la aplicación de variables financieras o inductores de valor (comúnmente conocidos como drivers), que serán tomados de los resultados del estado de flujo de efectivo en sus tres actividades principales (operación, inversión y financiación), con lo cual podrán ser correlacionados con otros indicadores para precisar si dichos índices estudiados ayudan a pronosticar fragilidad en las empresas objeto de estudio.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Determinar si el uso de indicadores provenientes del EFE como inductores en la gestión gerencial ayuda a predecir la insolvencia empresarial en las Pymes objeto de estudio.

2.2. Objetivos específicos

- Estudiar la teoría nacional e internacional relacionada con los Estados Financieros, específicamente con el EFE y los modelos de predicción de insolvencia empresarial.
- Definir las empresas Pymes que hayan tenido dificultades financieras relacionadas con la insolvencia empresarial definidas en la Ley 1116 de 2006, a partir de sus Estados Financieros específicamente el EFE, realizando las respectivas reclasificaciones para dar cumplimiento al Nuevo Marco Normativo Internacional que permita un adecuado análisis financiero.

3. Estado del Arte

Para Castaño (2013, p.33), los investigadores se han centrado en torno al concepto de fracaso, por lo cual el planteamiento y estructuración de los modelos y las variables explicativas son elementos clave en la teoría sobre el fracaso empresarial (p.33). Las implicaciones sociales y económicas asociadas a las situaciones de fracaso empresarial han originado que desde hace ya bastantes años haya aparecido una notable proliferación de investigaciones orientadas a la construcción de modelos estadísticos que permitiesen anticipar las situaciones de insolvencia, de forma que fuese posible adoptar las medidas correctoras adecuadas para evitar las dificultades financieras y, con ello, la desaparición de la empresa. (Ronco, Marín, Vidal, & Mas, 2011, p.181).

En la revisión de Correa, Acosta y González (2003, p.181), se hace evidente que en la gran mayoría de las contribuciones empíricas referentes al tema objeto de estudio los investigadores han orientado el ejercicio a probar el contenido informativo de los estados financieros como factores tangibles de predicción de la solvencia futura, determinando las variables que podrían afectar a los distintos desenlaces de la misma. Correa et al (2003), indican que la metodología tradicional de estas labores se han limitado al desarrollo de un proceso de selección de un grupo de empresas con características de insolvencia y correlacionar con otro grupo de empresas que sean solventes, y que adicional posean características similares en cuanto a tamaño y actividad económica, comparando las particularidades económico financieras que varían en ambos grupos de observación, y con este ejercicio tratar de identificar las variables que más favorecen la predicción de las situaciones de insolvencia empresarial.

Beaver (1966), indica que en 1908 Williams Rosendale citó por primera vez (y de forma insustancial) el coeficiente de circulante, aunque siendo esta labor las primigenias aportaciones, no fue sino hasta la década de los años sesenta, en donde se evidencia una sustancial aplicación de los ratios como medida de valor al interior del análisis financiero, mediante la aplicación de estudios empíricos que dieron la verdadera génesis en el tema de la predicción de quiebras empresariales. (p.71)

Siguiendo a Lizarraga (1996), el cual indica que en la génesis de los primeros estudios, los investigadores como principal objetivo buscaban el mérito y en qué medida estas herramientas coadyuvaban al análisis financiero desde una óptica básicamente descriptiva; pero debido al gran interés y mejoramiento de las técnicas y a partir de la segunda mitad del siglo XX, más precisamente en la década de los sesenta el enfoque dado por los teóricos se encauzan en determinar la solvencia en el largo plazo y predicción de quiebra con base en evidencias empíricas, siendo este el salto y/o momento coyuntural de transformación de una etapa descriptiva a una etapa predictiva (p. 77).

Ibarra (2001) precisa que en la etapa descriptiva los teóricos y sus trabajos empíricos se caracterizaron por el énfasis que hicieron para demostrar cómo los ratios analizados en las empresas fracasadas mostraban una tendencia desfavorable en la medida que se acercaba el fracaso definitivo de las organizaciones estudiadas; cabe anotar que este tipo de pensamiento es vigente y se refleja en los trabajos desarrollados en el tema de quiebras, y que desafortunadamente continúan la labor investigativa sin considerar que existen ciertos indicios que son trascendentales su análisis antes de dar por hecho que la tendencia de los ratios indica si una empresa se dirige o no al fracaso (p. 28).

Los ratios que hoy por hoy son revisados con mayor frecuencia para establecer el potencial de fragilidad empresarial se encuentran organizados en bloques de cocientes como lo son la liquidez, el endeudamiento, los índices de actividad, de rentabilidad y los generados por el estado de flujos de efectivo (EFE), este último de gran interés para los objetivos del presente trabajo.

Tomando en cuenta lo anteriormente indicado, Díaz (2016), define que: “Es difícil concebir una organización en la cual el efectivo no represente un papel importante y vital para poder efectuar sus operaciones y que éstas se realicen de manera fluida y constante, contribuyendo a la maximización de las utilidades y, por ende, de la riqueza de los propietarios” ... “El Estado Financiero que proporciona esta información es el Estado de Flujos de Efectivo, el cual, de ser elaborado adecuadamente y según lo que establece la normatividad correspondiente, servirá de herramienta eficaz en la administración del efectivo”. (p. 3). En últimas, es importante considerar los ratios que tengan que ver necesariamente con el disponible de una organización.

De acuerdo con Vargas (2007), el Flujo de efectivo tiene sus orígenes: en lo que se llamó en un inicio el Estado de dónde se obtuvo y a dónde fue a parar, que consistía en un análisis sencillo de aumentos y disminuciones de las diferentes partidas del Balance de Situación o General. Posteriormente, el nombre cambió a Estado de los Recursos (p.2).

En la misma línea de investigación sobre la importancia del EFE, Mayor & Saldarriaga (2015) indican que: El EFE proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el período sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación”. (p.4).

Como un antecedente puntual sobre el estudio de la insolvencia empresarial mediante la metodología de ratios financieros a nivel nacional podemos citar las conclusiones a las cuales llegó Romero (2013), en la cual precisa que los resultados principales determinados en sus hallazgos muestran que las variables financieras que determinan el fracaso empresarial para la pequeña y mediana empresa en Colombia son los factores de Razón de endeudamiento en el largo plazo ($\text{Pasivo no corriente} / \text{Activo total}$), Estructura Económica de corto plazo ($(\text{Activo corriente} - \text{Inventario}) / \text{Activo total}$) (p.39). Estos factores financieros exponen de forma categórica que las Pymes en estados de insolvencia se caracterizan por tener un mayor grado de apalancamiento de largo plazo, de la mano con un pasivo total alto, y una moderada concentración de activos líquidos con relación a su activo total, partidas que no alcanzan a cubrir el servicio de la deuda. Por tanto, sus principales problemas son de liquidez y endeudamiento, lo cual es concordante con las causas de insolvencia expuestas por la Superintendencia de Sociedades de Colombia (2012), que señalan que el alto endeudamiento y la reducción de ventas (causantes de la falta de liquidez) son las principales características del fracaso empresarial.

4. Metodología

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque de tipo cuantitativo y se realiza para contrastar los resultados que se obtendrán de aplicar un modelo estadístico a partir de la inclusión de los drivers o inductores de valor tomados del Estado de Flujo de Efectivo y la situación económica y financiera de las empresas pymes del sector manufacturero de

Santander que se acogieron al régimen de insolvencia descrito en las normas mencionadas anteriormente.

5. Resultados

De acuerdo con la categorización planteada en el presente trabajo existen dos tipos de empresa: las que se declaran insolventes cesando sus operaciones y las que no se declaran insolventes continuando con sus operaciones. Dadas estas dos cualidades se pretende crear un modelo que de acuerdo con el comportamiento financiero de las empresas en sus últimos 3 o 4 años de operaciones, calcule la probabilidad de caer o no en insolvencia. El comportamiento financiero como se mostró anteriormente se describe mediante el cálculo de distintos indicadores agrupados en 33 variables, estas variables en teoría definen la cualidad de insolvencia por lo que esta cualidad estaría en función de ellas.

El modelo estadístico que mejor se ajusta a esta particularidad es el logístico binario, ya que busca conocer la relación entre una variable dependiente cualitativa dicotómica y una o más variables explicativas que pueden ser cuantitativas o cualitativas. Esta variable dicotómica toma el valor de 1 para la presencia de la cualidad (empresa en insolvencia) y de 0 para la ausencia de la cualidad, llegando a clasificar para este caso a las empresas como insolventes y no insolventes, por lo tanto, el objetivo es buscar la probabilidad de que ocurra un evento dado los valores de las variables explicativas. La ecuación general es:

$$P(Y) = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n)}}$$

Donde P(Y) es la probabilidad de que ocurra Y; “e” es una función exponencial, las “X” son las variables explicativas y las “b” son los coeficientes que acompañan a las variables. Los valores de la ecuación varían entre 0 y 1, donde un valor cercano a 0 significa que es improbable que ocurra el evento Y, por el contrario, un valor cercano a 1 significa que el

evento Y muy probablemente sucederá. Al igual que un modelo de regresión múltiple el modelo logístico binario implica una serie de pasos que buscan encontrar el mejor modelo que se ajuste a los datos, estos pasos en esencia son: estimación del modelo, interpretación de sus coeficientes, valoración de su bondad de ajuste y su validación. Otro aspecto importante es que el modelo logístico binario al igual que el modelo de regresión múltiple no debe tener variables explicativas altamente correlacionadas (problema de multicolinealidad) ya que aumentaría la varianza de los coeficientes de la regresión haciendo que las predicciones no sean las más adecuadas, por otro lado todo modelo debe ser parsimonioso esto quiere decir que el objetivo es buscar un modelo lo más simple posible pero que sea lo suficientemente robusto como para realizar una predicciones precisas.

Como el presente trabajo ha definido un total de 33 variables (indicadores financieros) como las que demuestran la calidad de la insolvencia, es preciso analizarlas antes de incorporarlas al modelo logístico, es decir, se debe analizar su grado de correlación pero más allá de este aspecto se debe buscar la parsimonia del modelo por lo que esa cantidad de variables complica su ajuste, en esa medida se hace necesario reducir la dimensionalidad de las variables aprovechando la posible correlación entre ellas, para ello se emplea la técnica de “Análisis de Componentes Principales” cuyo objetivo es reducir la dimensión de las variables originales aprovechando su correlación tratando de recopilar toda la información disponible ya que cada componente es una combinación lineal de todas las variables originales.

6. Conclusiones

Los resultados evidencian que el modelo no fue capaz de discriminar de forma aproximada cuándo una empresa tiene alta probabilidad de ser insolvente y cuándo no de acuerdo con su estructura financiera. Se debe recordar que en el ACP se formularon algunas conclusiones advirtiendo que existen inconsistencias en la declaración de insolvencia por parte de algunas empresas que tienen un comportamiento financiero similar a las de las empresas que continúan en operación. Esto sumado a un grado de significancia de los

coeficientes de la regresión logística apenas en límite, la presencia de valores influyentes y una vaga interpretación de los coeficientes hacían presagiar que el modelo no iba a contribuir con su propósito.

7. Referencias Bibliográficas

- Acosta, M., Correa, A., & González, A. (2003). La insolvencia empresarial un análisis empírico para la pequeña y mediana empresa. *Revista de contabilidad*, 6(12), 47-79. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1197776>
- ALTMAN, E. (1968). *Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction Of Corporate Bankruptcy* (Vol. 23). EE - UU: Journal Of Finance.
- Arimany, N., Moya, S., & Viladecans, C. (2015). Utilidad del Estado de Flujos de Efectivo para el análisis empresarial. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 20, 195 - 217.
- Beaver, W. (1966). Financial ratios as predictors of failure. *ournal of Accounting Research, Supplement*, 71-110.
- Camacho Rubiano, G. A., Salazar Henao, A. J., & León Arias, C. B. (2013). *Modelo de estimación de quiebra en las empresas Colombianas del sector textil y de confección*. Colegio de Estudios Superiores de Administración, Maestría en Finanzas Corporativas. Bogotá: CESA.
- Camacho, G., Salazar, A., & León, C. (2013). *Modelo de estimación de quiebra en las empresas colombianas del sector textil y de confección*. Bogotá: Cesa.
- Castaño, F. (2013). *Variables y modelos para la evaluación del fracaso empresarial. Propuesta de una metodología de fronteras basada en percentiles*. León-Castilla: Universidad de León.
- Congreso de la República de Colombia. (27 de Diciembre de 2006). Ley 1116 de 2006 . *Régimen de Insolvencia*. Bogotá, Bogotá D.C, Colombia: Gaceta del Congreso - Diario Oficial.
- Díaz Becerra, O. (1 de 07 de 2016). Estado de Flujo de Efectivo y una Administración Eficiente del Efectivo. *Contabilidad y Negocios*, 01(01), 8-15.

- Gabás, F., & Apellánis, P. (1994). Capacidad predictiva de los componentes del beneficio: Flujos de tesorería y ajustes corto - largo plazo. *Revista española de financiación y contabilidad*, 78, 107-142.
- Ibarra, A. (2001). *Análisis de las dificultades financieras de las empresas en una economía emergente: Las bases de datos y las variables independientes en el sector hotelero de la bolsa mexicana de valores*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ibarra, A. (2009). *Desarrollo del análisis factorial multivariable aplicado al análisis financiero actual*. Cartagena: Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco.
- IFRS Foundation. (2015). *Norma NIIF para las Pymes*. Londres: IFRS Foundation.
- IFRS Foundation. (2016). *Normas Internacionales de Información Financiera*. Londres: IFRS Foundation.

Romper la utopía de los nuevos modelos económicos ¿necesidad o alternativa?

Ibáñez Daguer Jose Camilo¹, Montes Gordon Neyda¹, Muñoz Hernandez Helmer¹

¹Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum (Equipo Interdisciplinario de Investigación CUS, Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, Programa de Negocios Internacionales), josecamiloid27@gmail.com, neydamontes@unisinu.edu.co, helmermunoz@unisinu.edu.co

Resumen— El objetivo de este artículo es establecer una relación entre la economía naranja y la economía verde como una opción para promover la actividad económica de sur América. Se toma como referencia países desarrollados como Estados Unidos y Canadá los cuales poseen un alto Índice de Desarrollo Humano (IDH) y en los cuales se ha evidenciado una alta promoción de la economía verde y/o naranja. Por otro lado, países como Venezuela y Argentina los cuales tienen un Índice de Desarrollo Humano muy bajo debido a que, entre otras cosas presentan muy poca promoción de la economía verde y/o la economía naranja, lo cual se refleja en estrategias gubernamentales y de desarrollo ineficientes para atender a la competitividad galopante de hoy día.

Se facilitan dos cuadros por medio de los cuales se pone en evidencia las fortalezas y debilidades de la economía verde y de la economía naranja; además un cuadro comparativo por medio del cual se le proporciona al lector una visión crítica con respecto a si debería aplicar una economía verde o una economía naranja.

Una mirada al pasado es todo lo que se necesita para poder contextualizarse en torno a cómo venimos trabajando estas últimas décadas y cómo podemos mejorar nuestras estrategias de desarrollo sostenible; aunque dando una mirada a las fortalezas que poseen y también a sus debilidades.

El objetivo específico de este artículo establecer las estrategias correctas para tener un desarrollo sostenible en América latina basado en la economía naranja y en la economía verde.

Surge la idea de crear un nuevo modelo económico el cual se podría aplicar en diversos países para así establecer las correctas estrategias que este necesita para renovar su modelo económico vigente.

Palabras claves: desarrollo, estrategias, fortalezas, innovación, sostenibilidad.

Abstract— The objective of this article is to establish a relationship between the orange economy and the green economy as an option to promote economic activity in South America. Reference is made to developed countries such as the United States and Canada, which have a high Human Development Index (HDI) and in which there has been a high promotion of the green and / or orange economy. On the other hand, countries such as Venezuela and Argentina that have a very low human development index because, among other things, they present

very little promotion of the green economy and / or the orange economy, which is reflected in the strategies of the government and the government. inefficient development. To face the galloping competitiveness of today.

Two tables are provided by means of which the strengths and weaknesses of the green economy and the orange economy are highlighted; In addition, a comparative table through which the reader has a critical view of whether to apply a green economy or an orange economy.

A look at the past is all that is needed to be able to contextualize around how we have been working in recent decades and how we can improve our sustainable development strategies. Despite taking a look at the strengths they have and also their weaknesses.

The specific objective of this article is to establish the correct strategies for sustainable development in Latin America based on the orange economy and the green economy.

The idea arises of creating a new economic model that could be applied in several countries to establish the correct strategies that you need to renew your current economic model.

Keywords: development, innovation, strategies, strengths, sustainability.

1. Introducción

La economía en que se sustenta nuestra sociedad tiene que ver con si un país es rico y otro pobre, si unos están en crisis y otros en pleno crecimiento, si hay inflación, devaluación, empleo, incertidumbre, etc. Las políticas económicas que cada nación adopta influyen en cómo se mueve el mundo entero, así como en el grado de bienestar de todos los que habitamos este planeta (Carreto, 2000).

Un modelo económico es una descripción simplificada de la realidad, concebido para ofrecer hipótesis sobre conductas económicas que pueden comprobarse. Una de sus características importantes es su diseño necesariamente subjetivo, ya que no existen mediciones objetivas de los resultados económicos. Distintos economistas emitirán juicios diferentes sobre lo que es necesario para explicar sus interpretaciones de la realidad (Ouliaris, 2011).

Tradicionalmente se ha concebido a los modelos como representaciones del mundo, y el problema subyacente a este modo de interpretación consistía en determinar si resultaban o no adecuadas (esto es, falsas, verdaderas o aproximadamente verdaderas respecto de la realidad representada). Sin embargo, no existe consenso respecto de cómo se ejerce esta función representadora. Por un lado, el enfoque semántico concibe a la representación como

una relación diádica entre entidades lingüísticas y el mundo. En contraste, el enfoque pragmático destaca el rol del científico y sus respectivos propósitos en la actividad representativa (Ivarola, 2015).

Estos nuevos modelos, que pueden basarse en las nuevas tecnologías, en particular, la digital, están transformando las relaciones entre los productores, los distribuidores y los consumidores, que a veces se convierten en «prosumidores». Además, ponen en cuestión algunos conceptos tradicionales, como el del trabajo asalariado, proponiendo formas de trabajo más flexibles y compartidas. Si bien se califican como «nuevos», en realidad, estos modelos pueden retomar prácticas antiguas (Chassagnette y Trias, 2017).

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Establecer estrategias concretas para impulsar las actividades económicas y el desarrollo del cono sur por medio de los nuevos modelos económicos.

2.2. Objetivos específicos

Identificar el entorno actual de competitividad en el que se encuentra América Latina.
Analizar los modelos de economía naranja y economía verde en el cono sur.

Establecer las estrategias más apropiadas según las condiciones actuales de Latinoamérica para hacer posible la aplicación de economía verde y/o naranja.

3. Estado del Arte

Con el surgimiento de los modelos de crecimiento endógeno, es decir, de los modelos que determinan el crecimiento del producto per cápita endógenamente, se ha otorgado un renovado interés a la influencia de las políticas públicas sobre el crecimiento al considerar su efecto sobre la inversión y la tecnología. Así, las políticas económicas deben dirigirse a

propiciar la acumulación del capital humano (a través de la educación, servicios de salud y nutrición), como a impulsar la inversión en capital físico y en investigación y desarrollo (I&D). Además, para reducir la incertidumbre y favorecer la inversión e innovación tecnológica, se destaca la necesidad de mantener la estabilidad tanto macroeconómica (vinculada a políticas de control de la inflación y de la volatilidad cambiaria) como también la estabilidad política basada en un marco de instituciones sólidas (Corbo 1996:163-164).

Respecto a la influencia de las políticas comerciales en el crecimiento económico, la evidencia empírica no resulta concluyente y el tema de la apertura comercial es aún objeto de debate entre los economistas. Por un lado, se argumenta que la liberalización comercial contribuye al incremento de la productividad nacional pues al incrementar la competencia se realiza una mejor asignación de recursos y se facilita la importación de equipo y maquinaria necesaria en los países con escaso desarrollo tecnológico. Estos son los argumentos en los que se apoyan las medidas de liberalización propuestas por los organismos multilaterales para los países en desarrollo desde 1990. Por otro lado, Krugman (1987) afirma que la apertura puede disminuir el crecimiento si la competencia afecta a sectores intensivos en investigación que no se encuentren desarrollados. Jiménez, F. (2011).

3.1 Marco conceptual

3.1.1 ¿Qué es un modelo económico?

Un modelo económico es una construcción teórica que representa procesos económicos por un conjunto de variables y un conjunto de relaciones lógicas y/o cuantitativas entre ellas. El modelo económico es un marco simplificado diseñado habitualmente mediante relaciones matemáticas para ilustrar procesos complejos, y postulando parámetros estructurales. Los parámetros estructurales son parámetros subyacentes en un modelo o clase de modelos. Un modelo puede tener varios parámetros y esos parámetros pueden cambiar para crear varias propiedades. Los usos a los que se destinan estos modelos económicos incluyen teorías de investigación, modelización y simulaciones económicas (Buján., 2018).

3.1.2 Tipos de modelos económicos

Se dividen en dos tipos microeconómicos y macroeconómicos:

Según Olivera (2016) la microeconomía es el estudio de las decisiones de individuos y empresas y la interacción de esas decisiones en los mercados.

La Macroeconomía es una rama de la teoría económica que estudia el comportamiento de la economía como un todo. Por esta razón, su nacimiento coincide con el de la propia ciencia económica. Pero, además, la macroeconomía incorpora como parte de su objeto de estudio el análisis de los efectos de las políticas gubernamentales en las variables: producción, nivel de empleo, inflación, déficit comercial, etc. (Jiménez., 1999).

3.2 Marco referencial

Los crecientes retos económicos, sociales y medioambientales que se plantean en Europa ponen en entredicho el modelo económico basado en el patrón «extraer, producir, poseer y desechar». 1.2 Estamos presenciando el desarrollo de una economía híbrida en cuyo marco la arquitectura tradicional del mercado se enfrenta a la competencia de numerosos nuevos modelos que transforman las relaciones entre productores, distribuidores y consumidores (Chassangette y trias, 2017).

Un sistema económico tiene por base la estructura económica surgida de la existencia de necesidades humanas (biológicas, físicas, psíquicas, culturales) que plantean los problemas económicos básicos (qué, cuánto, cómo y para quién producir), las estructuras económicas están delimitadas por la propiedad de los medios de producción los cuales se resuelven a través de las actividades económicas fundamentales (producción, cambio, distribución, consumo), realizadas gracias a la existencia de factores productivos (More, 2014).

4. Metodología

4.1 Localización y duración

La investigación se llevará a cabo en los predios del continente suramericano la investigación tendrá un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo bajo un diseño documental, debido a que se recurre a los diferentes documentos en el contexto económico mundial, evaluando 5 años durante los cuales se procederá a la aplicación de un nuevo modelo económico en un país con un IDH deficiente, posteriormente se analizarán los resultados obtenidos con respecto al modelo previamente escogido. Para esta investigación se escogerán 6 países para la aplicación de un nuevo modelo económico, 2 países los cuales posean un IDH bajo, 2 países con un IDH promedio y 2 países con un IDH alto.

5. Desarrollo

5.1 La economía naranja

La Economía Naranja es un concepto al que el presidente de Colombia, Iván Duque, se ha referido como uno de los ejes fundamentales de su gobierno y consiste básicamente en monetizar las ideas protegiendo la propiedad intelectual. Esta es una idea que defiende las industrias creativas y la cultura como un motor de desarrollo (CNN., 2018).

La economía creativa es aquella que genera riqueza a partir de la propiedad intelectual como materia prima. Esta agrupa las industrias creativas y culturales relacionadas con las artes escénicas, las artes en general, el turismo, las artes visuales, el diseño, la publicidad, el desarrollo de software y los servicios de tecnología de la información, entre otros. (Hawkins., 2001).

Tabla 1. Economía Naranja

| Ventajas | Desventajas |
|-----------------|--------------------|
|-----------------|--------------------|

| | |
|--|--|
| Este modelo económico permite la modalidad del teletrabajo. | En la actualidad existe un desinterés por parte de la sociedad. |
| Permite el crecimiento económico impuso de empresas de servicios. | No se es claro al momento de decidir si cambiaría la oferta actual de ProExport para los “sectores” incluidos en la economía naranja. |
| Permite una buena interacción entre sectores económicos diversos que tengan la oportunidad de poder complementarse mutuamente. | La definición actual de Economía Naranja es demasiado amplia como para generar herramienta de política que efectivamente sirva. |
| Permite la construcción de espacios nuevos y alternativas y/o ideas nuevas de negocios. | Este tipo de intervenciones jurídicas, aunque bien intencionadas se prestan para hacer un poco más complicada la coordinación de la entidades y herramientas existentes. |

Fuente: Los autores

Países que han implementado la Economía Naranja

No existe país alguno en el mundo que haya implementado una Ley Naranja como tal. En nuestro Continente, hay experiencias exitosas en Brasil y Argentina, sobre todo; principalmente han sabido atender las circunstancias en que se desenvuelven sus industrias culturales y el papel que juegan en el desarrollo social, económico e identitario (sierra., 2017).

Quizás la estadística muestra que apenas 2.4% de toda la inversión mundial en investigación y desarrollo tiene lugar en Latinoamérica y el Caribe. Mientras 37.5% de la inversión mundial en investigación y desarrollo —tanto local como extranjera— se realiza en Estados Unidos y Canadá, y 25.4% en Asia, Latinoamérica representa un porcentaje

insignificante en el total de inversiones mundiales en innovación. Y la mayor parte del minúsculo 2.4% que se invierte en innovación en América Latina se concentra en apenas tres países: Brasil (donde se invierte 66% del total regional), México (12% del total regional) y Argentina (7% del total regional). Ante un panorama tan desolador, es más necesario que nunca que nuestros países adopten algunas estructuras esenciales para ingresar en el primer mundo de la innovación (Oppenheimer., 2014).

La economía naranja en Colombia

Según la plataforma dinero.com (2019), En Colombia se han venido dando pasos en la promoción de la industria de la cultura. El Ministerio de Cultura tiene el fondo Emprende Cultura y la ley del Cine disparó en los dos últimos años la producción de cine nacional e internacional en el país. Pero la economía Naranja va mucho más allá. Se requiere de una política que incentive la innovación, el emprendimiento, la producción de patentes, de propiedad intelectual. La creatividad no se decreta. Se requiere de una estrategia multisectorial, con participación de diversas entidades de gobierno, nacional y local, del sector privado, la banca y el sector asociativo que sea capaz de promover, acompañar y rentabilizar el talento colombiano.

En el Plan de Desarrollo presentado, el gobierno delineó su estrategia para hacer realidad las promesas de la economía Naranja. Se dedican dos capítulos enteros a la economía Naranja y a la innovación y la tecnología. La tarea empieza por medirla mejor y entender mejor sus espacios. El Plan incluye 11 sectores prioritarios, desde el turismo hasta la publicidad, pasando por los medios y la generación de contenidos digitales. Pero el debate sobre su alcance sigue, aquí y en el mundo.

5.2 Economía verde

¿Qué es la economía verde?

El concepto de Economía Verde no es un concepto nuevo, fue introducido en 1984 por Pearce, Markandya y Barbier en su libro *Blueprint for a Green Economy*, donde se define

como “un sistema de actividades económicas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios que resulta en mejoras del bienestar humano en el largo plazo, sin comprometer a las generaciones futuras a riesgos ambientales y escasez ecológicas significativas” (Zúñiga et al.,2015; Gasparatos et al., 2017), sin embargo, hasta Río+20 fue introducido oficialmente (UNEP, 2012).

Tabla 2. Economía Verde

| Ventajas | Desventajas |
|---|--|
| Este tipo de modelo Económico propone la protección, el cumplimiento de la ley | El paso hacia una agricultura más respetuosa con el medioambiente podría destruir cantidades exorbitantes de trabajos, según indicó la Organización Internacional del Trabajo (OIT). |
| Se aprovechan los recursos de manera eficiente, promoviendo bajas emisiones de carbono y contaminación, lo que a la misma vez que protege el medioambiente. | Agricultura más respetuosa conlleva a una alta caída del empleo en el mundo, debido, entre otras cosas, al abandono de la labranza en los países en vías de desarrollo. |
| Las empresas que aplican la economía verde son aquellas que saben utilizar sus recursos de una forma más eficiente y que finalmente tienen éxito. | Se haría necesario educar a los consumidores acerca de los funcionamientos y beneficios que traería la implementación de dicho modelo. |

Fuente: Los autores

Países que han implementado la economía verde

Según Fernández en 2013 el Índice Global de la Economía Verde señala a los países del mundo que más esfuerzos realizan en incorporar prácticas ambientales sostenibles en sus

economías. Realizado por la consultora estadounidense Dual Citizen, evalúa a las 27 naciones que según sus criterios suponen más del 90% de la economía verde mundial.

Dinamarca y Alemania encabezan el top 10 de las mejores economías verdes del mundo.

El informe estudia diversas variables económicas y ambientales, que se contrastan con la percepción de expertos de todo el mundo sobre dichos estados. Con estos criterios, obtienen la lista de los diez países del mundo con la mejor la economía verde: 1. Dinamarca 2. Alemania. 3. Italia. 4. Suecia. 5. Reino Unido. 6. Nueva Zelanda. 7. España. 8. Noruega. 9. Brasil y 10. Australia.

El Índice también incluye a las ciudades que más se han implicado en acciones de economía verde. Según los autores, las instituciones locales tienen gran capacidad de establecer soluciones sostenibles y pueden conseguir incluso más resultados que sus homónimos nacionales. Berlín sobresale apoyada en la reputación de su país, mientras que Ámsterdam destaca como ciudad en sí. Otras ciudades distinguidas son Copenhague, Estocolmo, Nueva York, Oslo o Londres.

La economía verde en Colombia

Conceptos como la Economía Verde, el Crecimiento Verde y el Desarrollo Bajo en Carbono se han propuesto como bases para el Desarrollo Sostenible. La oportunidad de Colombia para seguirlos es enorme. No tanto parecen ser las probabilidades. Viendo la definición cualquiera diría que es ideal. Y el presidente Santos no se quedó atrás y en su debido momento, hace ya unos años, tocó el tema del impuesto para el carbono. Sin embargo, Colombia tiene una economía cuyo crecimiento está basado en la extracción de petróleo y de carbón.

Por lo tanto, aún no se concreta nada de este impuesto y es muy posible que muchos luchan en contra de la medida. Y el problema más grande para nosotros es este, una enorme dependencia a los combustibles fósiles que nos pone en una situación desfavorable.

Hoy en día el rendimiento del PIB nacional está estrechamente ligado a este mercado y nos obliga a tratar de explotarlo al máximo posible. Por lo tanto, esta forma de medición de desarrollo como país es la primera y seguramente más grande barrera en contra de una Economía Verde.

Para Colombia debería ser una prioridad. Lo importante es que el gobierno entienda que esta es la respuesta a una prosperidad en el largo plazo. Mientras que la economía a la que le estamos apostando solo nos dará una prosperidad de corto plazo. Y es que nuestro país es vulnerable a una cantidad de amenazas que van desde la explotación de recursos sin control para vender a otros países, hasta la falta de acceso a la comida, el agua, la energía y la infraestructura para los ciudadanos (Osorio., 2019).

Tabla 3. Cuadro comparativo

| Economía naranja | Economía verde |
|---|---|
| Las industrias cinematográficas como Hollywood (Estados Unidos), Bollywood (India) y Nollywood (Nigeria); Broadway; Cirque du Soleil; Netflix; el Carnaval de Río de Janeiro; y YouTube son algunos de los ejemplos más representativos de este tipo de economía. | Farming First, un gremio global que promueve programas de desarrollo agrícola explica en un video que "los agricultores son claves para la economía verde. Estos cultivan cosechas para alimentar, vestir y producir otros recursos renovables. |
| Representa el 6,1% de la economía mundial. Si correspondiera a un país, sería el cuarto más grande, a continuación de EE.UU., China y Japón, reportando US\$4,3 billones. Es un 120% más grande que Alemania, el que actualmente ocupa ese lugar (Villalobos., 2017). | A lo largo de su implementación se ha evidenciado que es por lo menos dos veces más efectivo en reducir la pobreza que en otros sectores y tiene uno de los más altos potenciales para reducir las emisiones de carbono. |
| Fue definida por el británico John Howkins. | El concepto de Economía Verde fue introducido en 1984 por Pearce, Markandya y Barbier en su libro Blueprint for a Green Economy |

Fuente: Los autores

5.3 Antiguos modelos económicos

Modelo capitalista:

Este modelo es un sistema económico basado en la propiedad privada de los medios de producción, pues las empresas son generadoras de bienes y servicios, y la economía depende de los negocios y empleos que estas generan en la sociedad. (Ardenas., 2019).

Tabla 4. Modelo capitalista

| Ventajas | Desventajas |
|---|---|
| El capital privado tiene una gran capacidad para generar riqueza a través de la producción. | Este sistema no provee las necesidades básicas de una población, entendidas como tales a la salud, educación, alimentación y vivienda, pues el intento intelectual. |
| Mediante este sistema se puede acceder a la propiedad privada. | Este sistema permite la explotación laboral |
| Sostiene y promueve las libertades individuales. | Genera una competencia feroz por obtener el dinero. |
| La creatividad individual es premiada y alentada. | El capitalismo ha sido un gran instigador de las guerras y ha mostrado un alto grado de insensibilidad frente a la miseria de los pueblos. |

| | |
|---|---|
| Permite el ahorro acumulado lo que ayuda a promover la inversión productiva, activa o pasiva. | La distribución de la riqueza no es equitativa. |
|---|---|

Fuente: Los autores

El socialismo

Entendemos por socialismo tanto el movimiento sociopolítico que propone la creación del sistema socialista como el régimen social, político y económico que se identifica con él (Schaff., 1998).

Según Miliband (1997) el socialismo comprende dos objetivos fundamentales y entrelazados: una democratización que va mucho más allá de lo que puede ofrecer la democracia capitalista; y el igualitarismo.

Tabla 5. El socialismo

| Ventajas | Desventajas |
|--------------------------------|---|
| Se acaba la propiedad privada. | Para las mentalidades empresariales y creativas surge la necesidad de emigrar porque no hay lugar para ellos. |

| | |
|---|---|
| Poco a poco se evidencia la desaparición de las clases sociales. | Por lo general puede estar mal pagado el empleo común. |
| La salud se torna un asunto social y no de privados. | Los lujos dejan de existir po un determinado lapso de tiempo. |
| La producción atiende a resolver las necesidades básicas de la población. | En el ámbito empresarial y comercial se acaba la libre competencia. |
| La economía se planifica con base en las necesidades sociales. | El estado puede convertirse en el limitador del desarrollo. |

Fuente: Los autores

Modelo de Economía mixta

Es el sistema donde impera parcialmente la economía libre, sector de la iniciativa privada, y a la vez, el sector del estado, que maneja determinados medios de producción. Se aplica a aquellas economías en las que existe fuerte participación estatal en las actividades económicas, además de la participación de los capitalistas o sector privado (Ávila Y Lugo., 2004).

Tabla 6. Modelo de Economía mixta

| Ventajas | Desventajas |
|---------------------------------------|--|
| Se tiene mejor acceso a los recursos. | Existe la mínima probabilidad de que pueda existir una expropiación, ya que el sector privado trabaja estrechamente con el gobierno. |

| | |
|---|---|
| Se encuentra en constante proceso de innovación para así lograr satisfacer las necesidades del comprador. | Se mantiene cierto temor por parte del sector privado a que el gobierno manifieste entrometimiento en sus operaciones y negocios. |
| En el ámbito comercial los compradores y consumidores tienen más variedad de elección. | Por lo general no existe el máximo aprovechamiento de los recursos, ya que el gobierno trabaja para la ventaja del pueblo o región y no para mejorar la economía. |
| Este tipo de economía permiten que las ganancias sean iguales y controladas. | Los impuestos tienden a aumentar, pues el gobierno debe asegurar sus ingresos. |

Fuente: Los autores

5.4 Propuesta

Se plantea la creación de un nuevo modelo económico el cual tomé como referencia las economías verdes y naranja para así crear un nuevo modelo económico, que genere riqueza partir de la propiedad intelectual de las personas como materia prima pero ligado a la producción distribución y consumo de bienes y servicios que resulten en mejoras de bienestar humano en largo plazo sin comprometer a las generaciones futuras a riesgos ambientales escaseces ecológicas significativas.

Mediante esto se pretende que la propiedad intelectual de las personas para crear ideas las cuales no comprometan el bienestar Ambiental de las generaciones futuras es decir la generación de nuevas ideas de negocios las cuales buscan el bienestar ambiental y social de la comunidad.

6. Resultados

Según el análisis de datos acerca de los países suramericanos se encontró que:

Según SINCA (Sistema de Información Cultural Argentino), las industrias creativas representan más del 3% del PBI de la Argentina. El diseño, la edición de libros y la producción audiovisual fueron los sectores con mejor desempeño en 2016, según la UNTAD. Les siguen la moda, la arquitectura, el diseño industrial, de interiores y urbano.

Una mención especial merece la Ciudad de Buenos Aires donde las industrias creativas generan el 8,6% del PBI de CABA (Ciudad Autónoma De Buenos Aires), lo que significa que brindan empleo a más del 9% de la fuerza de trabajo. Según el Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires, el sector audiovisual compone casi el 20% de los empleos de las ICC de la ciudad. A nivel país, las industrias que lideran son la audiovisual, la publicidad, los libros, publicaciones y artes escénicas (balbi., 2017).

Grupos más conservadores acostumbran a argumentar que el aumento de los daños ambientales es un precio necesario para que Brasil garantice el aumento de la actividad económica. La hipótesis implícita en ese raciocinio es que la actividad económica y la preservación ambiental estarían necesariamente en oposición. Por tanto, los que toman la decisión tendrían que optar entre aumentar el empleo y la renta o interrumpir el crecimiento económico para preservar los recursos naturales.

El concepto de economía verde desafía esa perspectiva, bajo el argumento de que las actividades asociadas a la preservación ambiental pueden traer efectos positivos al nivel del empleo y de la renta a corto y largo plazo. La explicación es simple: las actividades “verdes” tienden a ser más intensivas en mano de obra y en productos manufacturados con mayor contenido de innovación. Hay una relación estadísticamente significativa y positiva entre las empresas industriales que adoptan innovaciones y las que son proactivas en la adopción de medidas voluntarias de gestión ambiental. En contraste, las actividades primarias y vinculadas a productos potencialmente más poliantes tienden a ser intensivas en capital, con baja demanda de mano de obra, y tienen su competitividad basada principalmente en el bajo costo de materias primas y energía (2016).

Con respecto a lo anterior se puede deducir que los nuevos modelos económicos ayudan al crecimiento del IDH así como al crecimiento económico de un país como el caso de Argentina la cual con la ayuda de la economía naranja ha logrado que su PIB presente un crecimiento que aunque no es muy significativo pone en evidencia las utilidades que puede tener la aplicación de un modelo económico nuevo; en conjunto con lo anterior se suma la situación de Brasil, el cual aplica la economía verde y por medio de esta se ha podido aplicar nuevas formas de generar y asegurar la sostenibilidad de su país.

7. Conclusiones

En conclusión, las ideas planteadas en este artículo reflejan la visión propia del autor mismo frente a las nuevas economías nacientes las cuales tienen un alto índice de eficacia en la nueva comunidad naciente además aportando dificultades y fortalezas de las economías mismas para que el lector tome una posición crítica frente a las nuevas economías nacientes y cómo éstas podrían beneficiar o perjudicar a la economía propia de la nación.

Las economías nacientes en América Latina y el resto del mundo nos hacen tomar una posición crítica en cuanto a cómo y cuándo podrían beneficiar o perjudicar al país tomando como referencia experiencias de otros países las cuales han sido exitosas o desastrosas para la economía del país.

Damos una mirada al pasado y observamos los procesos y los modelos económicos por los cuales ha atravesado América Latina como lo son el socialismo y las economías mixtas y tomamos como referencia cómo las economías verdes y naranja apoyan al capitalismo frente a los otros modelos económicos, tomamos además posición en cuanto acerca de cuál modelo económico es más rentable para el país ya sea el modelo de economía verde o el modelo de economía naranja. Por último, tomamos una perspectiva frente a los modelos económicos vigentes en América Latina y él cómo estos han afectado su economía.

Todas posiciones frente a la posibilidad de la creación de una nueva economía la cual tomaría como referencia a las economías verde y naranja para así crear un nuevo modelo económico, el cual tenga mayor posibilidad de mejoramiento para América Latina.

8. Referencias Bibliográficas

- Alejandro Bujan Perez “modelo económico” (2018).
- Alejandro Osorio “la economía verde y Colombia” (2014).
- Alex Fernández Muerza “Los diez países con la mejor economía verde del mundo” (2013).
- Andrés Oppenheimer. “crear o morir” 2014.
- Anne Chassagnette y Carlos Trias Pinto “Nuevos modelos económicos sostenibles” (2017).
- Carlos Eduardo Frickman Young “Economía Verde En Brasil: desencuentros y posibilidades” (2016).
- Elías Moré Olivares “Sistemas económicos y modelos de economía moderna”
- Félix Jiménez “MACROECONOMÍA: BREVE HISTORIA Y CONCEPTOS BÁSICOS” (1999).
- Francisco García., Laura García., “economía verde, su importancia en el desarrollo sostenible” (2018).
- Gasparatos, A., Doll, C. N., Esteban, M., Ahmed, A. & Olang, T. A. “Renewable energy and biodiversity: Implications for transitioning to a Green Economy. Renewable and Sustainable Energy Reviews” (2017).
- <http://economia.com.ve/modelos-economicos-en-america-latina/> (2019).
- <https://cnnespanol.cnn.com/2018/10/25/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-el-gobierno-de-ivan-duque-en-colombia/> (2018).
- <https://www.dinero.com/pais/articulo/que-es-la-economia-naranja-y-que-beneficios-tiene-para-el-pais/267082> (2019).
- Jaime Olivera Novelo” Fundamentos De Economía” (2016).
- Jiménez, F. (2011). Crecimiento económico: enfoques y modelos.
- Jorge Carreto “Modelos Económicos” (2000).
- José Ávila y Lugo “introducción a la economía” 2004.
- Leonardo Ivarola “Modelos económicos: ¿representaciones aisladas o construcciones ficticias?” (2015).
- Luisa Fernanda Sierra García “Economía creativa, ¿oportunidad o riesgo para la cultura en Colombia?” 2017.
- Melo Jazmín., “LA ECONOMÍA NARANJA DE BOGOTÁ: ANÁLISIS DE LOS APORTES DEL SECTOR DE LA PUBLICIDAD” (2017).
- Muriel Balbi “Economía Naranja: una gran oportunidad para Argentina” (2017)
- Ouliaris, Sam “¿Qué Son Los Modelos Económicos? (2011).
- UNEP (2012). Economía Verde en el contexto del desarrollo sostenible y erradicación de la pobreza: Una perspectiva desde América Latina y el Caribe.
- Zúñiga-González, C. A., Blanco-Roa, N. E., Berrios, R., Martínez-Avendaño, J. & Navas-Calderón, J. “Impacto de la reducción de Metano en las Economías Verde de los sistemas de producción pecuaria de América Latina” (2015).

Políticas públicas del dinamismo empresarial en materia competitiva de Córdoba

Nieto Jorge¹, Castillo Laura¹, Jiménez Diaz Alex Andrés¹, Helmer Muñoz Hernandez¹, Montes Gordon Neyda¹

¹Semillero IB RESEARCH, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables,
Programa Negocios Internacionales, jorgenieto@unisinu.edu.co,
lauravcastillo@unisinu.edu.co, alexjimenezd@unisinu.edu.co, helmermunoz@unisinu.edu.co
neydamontes@unisinu.edu.co,

Resumen— Esta investigación en curso, plantea describir y luego analizar las políticas públicas enfocadas al dinamismo empresarial como impulso al desarrollo competitivo del Departamento de Córdoba, a través de una metodología descriptiva basada en caracterizar

la actual situación deficiente del departamento en materia de competitividad y tomando como muestra su capital Montería.

Del mismo modo, se hace una evaluación general y contextualizada de todos aquellos documentos que enmarcan dichas políticas, estos son: política Nacional de Competitividad, Optimización de los instrumentos de desarrollo empresarial, Plan de Desarrollo “Montería Adelante” y el Plan regional de competitividad de Córdoba, esto con el fin de afirmar que existen suficientes herramientas conceptuales y de materia política que impulsan el desarrollo competitivo nacional, regional y municipal.

Palabras claves: *competitividad, desarrollo, dinamismo empresarial, optimización, Políticas Públicas*

Abstract— *This ongoing research, proposes analyzing and then describing the public policies focused on business dynamism as a boost to the competitive development of the Department of Córdoba, through a descriptive methodology based on characterize the current Poor situation of the Department in terms of competitiveness and taking as shown its Montería capital.*

In the same way, a general and contextualized evaluation is made of all those documents that frame these policies, these are: National Policy of Competitiveness, optimization of the instruments of business development, Plan of Development "Montería Adelante" and the regional Plan of competitiveness of Cordoba, this in order to affirm that there are enough conceptual and political tools that promote the national, regional and municipal competitive development.

Keywords: *Competitiveness, development, business dynamism, optimization, public policy*

1. Introducción

El prolífico historiador argentino Guillermo Furlong Cardiff, plantea que una política pública es un curso de acción o de inacción gubernamental, en respuesta a problemas públicos, añade de igual manera que éstas no sólo reflejan los valores más importantes de una sociedad, sino que también el conflicto entre valores. (Furlong, 2006).

En el contexto competitivo las políticas públicas se plasman en el Plan Regional de Competitividad (PRC), su principal propósito es establecer los lineamientos generales para mejorar la competitividad en cualquier aspecto (infraestructura, innovación, ciencia y desarrollo etc.) pero adicionalmente aquí también se precisan actividades y proyectos

enmarcados en dicho concepto. El PRC de Córdoba elaborado con la colaboración del sector público, privado y académico se orienta en el largo plazo (2009-2032) con la finalidad de complementar y dar especificidad a la agenda interna de competitividad y productividad, agenda de ciencia y tecnología y a los planes de desarrollo nacional, departamental y municipal, en un contexto económico, social, ambiental y político. (Córdoba, 2008).

Tomando como principal referencia el informe antes mencionado, se busca analizar y detallar aquellas políticas públicas que hacen hincapié en el dinamismo empresarial del Departamento de Córdoba, esto con el designio de evaluar la capacidad de gestión de las mismas, debido a que nuestro departamento está presentando resultados muy deficientes en el pilar de innovación y dinámica empresarial del Índice Departamental de Competitividad presentado anualmente por el Consejo Privado de Competitividad.

Es vital entender que se plantea desde la administración pública para poder actuar en ese mismo marco de pensamiento y planeación; los sectores empresariales y productivos enfocan sus acciones en lo dictaminado por un gobierno nacional, regional o municipal y si lo que se enjuicia no se hace o son términos muy incompletos o inadecuados al contexto productivo del territorio, las acciones públicas deben replantearse.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar las políticas públicas enfocadas al dinamismo empresarial como impulso al desarrollo competitivo del Departamento de Córdoba con el fin de determinar su efectividad en ese campo.

2.2 Objetivos específicos

Describir las políticas públicas enfocadas en el dinamismo empresarial.

Determinar el impacto de las políticas públicas encaminadas en el dinamismo empresarial.

Proponer ajustes en las políticas públicas enfocadas en el dinamismo empresarial.

3 Estado del Arte

En este texto se tratará el tema de políticas públicas relacionadas con el dinamismo empresarial y competitividad del Departamento de Córdoba, con esto en mente, se quiere saber la situación actual de las políticas públicas encaminadas al desarrollo competitivo especialmente de Córdoba, es decir, se quiere analizar dichas políticas que de alguna u otra manera fueron pensadas para impulsar la competitividad en el contexto nacional, departamental y municipal; y para lograrlo se plantearon los objetivos específicos mencionados en la sección anterior.

Partiendo de las disposiciones generales de leyes y políticas públicas se encontraron 3 documentos relacionados con el tema de investigación. Estos textos pueden ser agrupados, por alcance territorial, así,

Documento 1. **Política Nacional de Competitividad y productividad**

Documento 2. **Optimización de los instrumentos de desarrollo empresarial**

Documento 3. **Plan de Desarrollo “Montería Adelante”.**

Los documentos 1 y 2 son informes obtenidos del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y elaborados por el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), el tercero es un documento que se analizará cómo la raíz de las políticas públicas

del Departamento de Córdoba, debido a que Montería es la capital y el auge empresarial del mismo territorio.

El documento 1, se caracteriza por ser el contexto macro en el que se desenvuelven las líneas de acción, planes y estrategias departamentales y municipales en cuanto a competitividad se refiere, así mismo, en el marco del Sistema Nacional De Competitividad, este documento plantea 15 planes de acción. (1) sectores de clase mundial, (2) salto en la productividad y el empleo, (3) competitividad en el sector agropecuario, (4) formalización empresarial, (5) formalización laboral, (6) ciencia, tecnología e innovación, (7) educación y competencias laborales, (8) infraestructura de minas y energía, (9) infraestructura de logística y transporte, (10) profundización financiera, (11) simplificación tributaria, (12) TIC, (13) cumplimiento de contratos, (14) sostenibilidad ambiental como factor de competitividad, y (15) fortalecimiento institucional de la competitividad. ((CONPES), 2008).

De los 15 planes de acción, la formalización empresarial, es una de las que mas se relaciona con el dinamismo y comportamiento de las empresas, así mismo, es bastante afín a la subvariable de “TASA DE NATALIDAD EMPRESARIAL” perteneciente al factor de dinamismo empresarial del IDC. Este plan de acción, entre otras actividades propone, crear un comité público privado, formular un plan de mejora de *Doing Business* anual, crear mecanismos de cooperación público privadas y desarrollar campañas de información; estas son medidas y propuestas que buscan incrementar la formalización empresarial, por medio de medidas como facilitar el cumplimiento de los requisitos legales para ser formal, acompañar procesos de formalización de las MiPymes y fortalecer el control de la informalidad. ((CONPES), 2008).

El documento 2, hace énfasis en el desarrollo empresarial; la administración gubernamental establece política económica más competitiva y dinámica, que sea capaz de impulsar un desarrollo económico sostenible y a la vez las capacidades de las regiones, en este marco las empresas, deben operar bajo la motivación de mejorar su rentabilidad y en ese

mismo enfoque, modernizar su aparato reproductivo con miras a fortalecerse y por ende ser más competitiva.

Las políticas de desarrollo en este documento son entre otras:

- **Mejora de las condiciones del entorno.** Que busca afianzar el sector privado para aumentar las inversiones, además busca desarrollar estrategias de internacionalización a través de negociaciones comerciales.

- **Reformas Legales.** Como complemento al mejoramiento del entorno, establece implementar incentivos a la inversión privada en actividades empresariales y estímulos al acceso de créditos con líneas de redescuento.

- **Instrumentos de apoyo al desarrollo empresarial.** -instrumento no financiero. La asignación de recursos públicos con el fin de contribuir a mejorar la productividad y competitividad de las empresas se realiza a través de la cofinanciación de programas, proyectos y actividades dirigidos a la creación de empresas, a estimular la capacidad innovadora y el desarrollo tecnológico, a prestar asistencia técnica y a fomentar y promocionar las exportaciones. Con ellos se busca apoyar a los operadores del Sistema Nacional de Innovación y a otras iniciativas que benefician a las empresas a través de las instituciones prestadoras de servicios -fundaciones, centros de desarrollo productivo o instituciones educativas-, y en algunos casos a ayudar directamente a las empresas. ((CONPES) C. N., 2004).

Otro instrumento que cabe resaltar en esta línea es, -Proexport- que apoya a las empresas para promover las exportaciones y además de ello brinda asesorías para consolidar la actividad exportadora de Pymes, es de mencionar también aquí, el -Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología- que tiene como prioridad el fomento y desarrollo de la ciencia y tecnología, en este sentido, la educación y el emprendimiento empiezan a tomar su papel de acción.

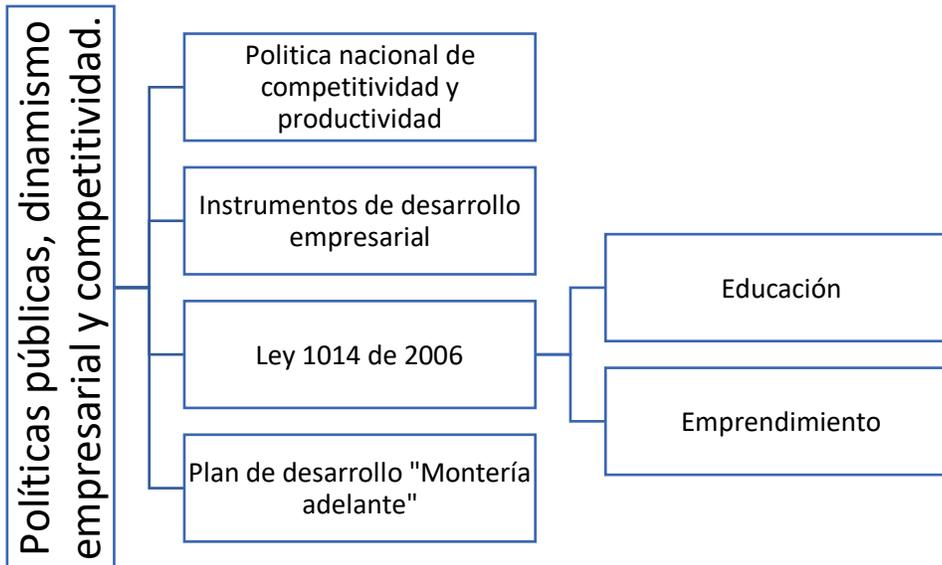
La ley 1014 de 2006, “*De fomento a la cultura del emprendimiento*” dispone un conjunto de principios normativos que tienen como objetivo promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del 8 país, y de igual modo establece mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial. (ley 1014. De fomento a la cultura del emprendimiento, 2006).

La ley antes mencionada, abarca el entorno educativo y emprendedor de este análisis, estos dos factores son vitales, debido a que, también afectan el dinamismo empresarial creando empresas (con el emprendimiento) y fortaleciendo empresas (con la educación)

En sí, este documento lo que brinda es el espacio de apoyo y fomento de la actividad empresarial, esto nace y se consolida entonces como otra estrategia de fortalecimiento y estímulo de la competitividad.

La figura presentada a continuación, muestra las perspectivas o entornos que se han tenido en cuenta para el análisis propuesto en este documento.

Figura 1. Políticas Públicas, dinamismo empresarial y competitividad



Fuente: elaboración propia

Esta sección, no terminará sin antes destacar también algunas políticas y serie de actividades del “Plan Regional de Competitividad” de Córdoba elaborado por la Comisión Regional de Córdoba, este documento cuenta con 5 capítulos dispuestos de la siguiente manera:

- Capítulo 1. Marco teórico, legal y esquema metodológico.
- Capítulo 2. Caracterización de la región.
- Capítulo 3. Visiones de desarrollo.
- Capítulo 4. Ejes y objetivos estratégicos, programas, proyectos y actividades
- Capítulo 5. Estrategias operativas

El capítulo 4 de este documento es el que enmarca de manera más concreta y basta el tema del proyecto, pues aquí están todos aquellos programas y actividades que nacen a partir de una política. Las iniciativas y objetivos estratégicos de este capítulo se dividen en 5 líneas

de acción: 1 productividad económica con valor agregado, 2 entorno e instituciones para la competitividad, 3 apropiación social del conocimiento laboral, 4 apropiación social del conocimiento social educativo, 5 sociedad incluyente promotora del desarrollo sostenible.

Los 5 ejes estratégicos son vitales para el correcto desarrollo y avance de este proyecto debido a que, los ejes 1 y 2 proponen las prioridades y aquellas instituciones que apoyan e impulsan dichas prioridades, así mismo, los ejes 3 y 4 hablan de acciones que engloban capacitaciones y todo lo relativo al HACER que parte desde el conocimiento y por último, pero no menos importante el eje 5 discute un entorno social responsable y conocedor de los cambios principalmente sostenibles.

El eje de productividad económica con valor agregado plantea un desarrollo empresarial a partir del emprendimiento, comercio nacional e internacional, atracción de inversión, formación de talento humano competente e innovación y desarrollo tecnológico; el segundo eje de entorno e instituciones para competitividad considera las consolidaciones en coberturas de las necesidades de la población, infraestructura vial, marítima y aérea, uso de las TICs, la seguridad y el capital social.

El eje de apropiación social del conocimiento laboral y de educación busca la fortalecer la educación técnica y tecnológica para generar capacidades en el capital humano, y así mismo, se busca mejorar las destrezas laborales a partir del uso de las TICs, este eje enfatiza de igual modo la importancia del trabajo especializado a partir de la innovación y desarrollo tecnológico y el eje de sociedad incluyente, esboza el fomento a la creación de empresas, la formalización de la economía informal y el fortalecimiento del desarrollo empresarial todo esto posible a partir del desarrollo sostenible.

Pese a la frecuencia del uso del concepto de políticas públicas, existen diferencias o imprecisiones importantes de las que pueden desprenderse equívocos analíticos y dificultades operativas. En el concepto tradicional, las políticas públicas corresponden al programa de

acción de una autoridad o al resultado de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental. Tal concepto de políticas públicas tiene un largo desarrollo en el terreno de la ciencia política y administrativa, especialmente en Estados Unidos. Este enfoque se entronca en el trabajo de Robert Dewey, quien pretendía unir la resolución experta de problemas con una sociedad democrática activa y de Harold Lasswell sobre las etapas del proceso de decisión. Pero el concepto tradicional de política pública asigna un papel demasiado central al Estado. Es como si las autoridades políticas y administrativas tuvieran una posición excluyente en el tratamiento de los problemas públicos o de las problemáticas colectivas en la sociedad o en un sector de ella. Se ha señalado que la sociedad recurre a múltiples formas de tratamiento de sus problemas colectivos y que la naturaleza de lo político debe ser una cuestión central que no puede darse por sentada ni constituye un dato. Por otra parte, los adelantos tecnológicos en información y las comunicaciones han favorecido un nuevo concepto de políticas públicas. Ellos han creado oportunidades para mejorar los servicios públicos, permitir un mejor acceso a la información del sector público y aumentar la participación ciudadana. También han facilitado el manejo interno del gobierno. Así, la reflexión sobre el sector público se está centrando en sus flujos de información y muy lentamente su institucionalidad también empieza a corresponder a tal naturaleza. Éste es el marco en el que el concepto de políticas públicas ha adquirido su actual preeminencia. Parada, E. L. (2002).

Las Políticas Públicas son primordiales para promover o inhibir la transformación social, pues son decisiones gubernamentales con consenso de los demás sectores de la sociedad, destinadas al logro de objetivos razonables predeterminados, vale decir, a resolver problemas de índole social. Presupone esto que los gobiernos sean no solo legalmente constituidos sino legitimados por gobernados; esa legitimidad se obtiene con el cumplimiento de la ley y los resultados de sus acciones. Los gobiernos como son instrumentos para elaborar y ejecutar acciones, en orden de prioridades, destinadas al bien común- fracasan o persisten según el producto de las políticas públicas que implementen; trayendo como consecuencia continuidad y cambio de estas. Rodríguez, J. (2018).

Por todo lo mencionado anteriormente, sobra y basta decir que se tienen todas las herramientas conceptuales y contextuales de políticas, competitividad y dinamismo empresarial, conceptos y contextos que se irán desarrollando de manera más profunda a lo largo de este documento.

4 Metodología

Con un enfoque cualitativo y una investigación de tipo descriptiva que según el autor venezolano Fidas G. Arias “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto al nivel de profundidad de conocimiento se refiere” se busca describir y por ende caracterizar la situación deficiente actual del dinamismo empresarial en el departamento de Córdoba, para luego a través de políticas públicas proponer soluciones que impulsen a las empresas del departamento y por consecuencia su competitividad.

5 Conclusiones

Efectivamente las políticas públicas corresponden a un programa de acción del gobierno en sus diferentes instancias, buscando con ello obtener mejores resultados en cada variable de estudio. En este sentido, las políticas públicas enfocadas en el dinamismo empresarial serán descritas y analizadas y así mismo se determinará el impacto de cada una en la actual situación del Departamento y Municipio de Montería.

6 Referencias Bibliográficas

American Psychological Association (2002). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (5 ed.)*. México, D.F.: Editorial El Manual Moderno.

Eslava-Schmalbalch, J & Alzate, J (2011). Cómo elaborar la discusión de un artículo científico. *Revista Colombiana de Ortopedia y Traumatología*, Volumen 25 (1), pp 14-7. Recuperado de <http://www.sccot.org.co/pdf/RevistaDigital/25-01-2011/04ElaborarDiscusion.pdf>

Landeau, R. (2005). *Guía breve para la presentación de referencias y citas bibliográficas*. Universidad Metropolitana Caracas. Recuperado de <http://medusa.unimet.edu.ve/procesos/referencias.html#Cita%20textual>

Parada, E. L. (2002). *Introducción a las políticas públicas. Fondo de cultura económica*.

Real Academia Española (1999). *Ortografía de la lengua española*. Recuperado de [http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/\(voanexos\)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/\\$FILE/Ortografia.pdf](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/(voanexos)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/$FILE/Ortografia.pdf)

Rodríguez, J. (2018). Políticas públicas. *Revista Venezolana de Enfermería*, 4(2).

The Nielsen Company. (2011). *Sales of vitamins/minerals & herbal supplements in New Zealand, 11 Septiembre 2010 – 11 Septiembre 2011*[Tabla]. Recuperado de: ACNielsen Market Information Digest New Zealand.

Torres, G. & Duarte L.H. (2004). *Guía para la Presentación de Reporte Final de Trabajos de Grado en la Universidad Piloto de Colombia, Basado en las Normas APA*. Inédito. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.

Colombia: Análisis y situación de los acuerdos de complementación económica

Nieto Zumaqué Jorge Alberto ¹, Chica Carvajal José Camilo ¹, Neyda Montes Gordon ¹,
Helmer Muñoz Hernandez ¹

¹Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum (Equipo Interdisciplinario de Investigación CUS, Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, Programa de Negocios Internacionales), jorgenieto@unisinu.edu.co, josechica@unisinu.edu.co, neydamontes@unisinu.edu.co, helmermunoz@unisinu.edu.co

Resumen— Este artículo hace un énfasis en los acuerdos de complementación económica acordados con Chile, Cuba y Mercosur, donde el propósito es identificar cuál de las alianzas económicas adscritas a esta línea es la de mayor aprovechamiento para Colombia, para ello se parte desde indicadores tales como: la balanza comercial, las exportaciones, las importaciones y la inversión directa de Colombia; la información de estos indicadores será tomada de fuentes altamente verídicas como el Ministerio De Comercio, Industria y Turismo y el Banco de la República; el método es de revisión bibliográfica.

Palabras claves— Acuerdo comercial, balanza comercial, exportación, importación, inversión extranjera directa

Abstract—This article emphasizes the Agreements of economic complementation agreed with Chile, Cuba and Mercosur, where the purpose is to identify which of the economic alliances attached to this line is the most exploited for Colombia, for this it is part of indicators such as: the trade balance, the exports, the imports and the direct investment of Colombia The information of these indicators will be taken from highly truthful sources such as the Ministry Of Commerce, Industry and Tourism and the Bank of the Republic; The method is bibliographic review.

Keywords— Trade agreement, trade balance, export, import, foreign direct investment

1. Introducción

Colombia a la fecha cuenta con 20 acuerdos comerciales vigentes fragmentados en 4 líneas así: Acuerdos de alcance parcial, aquí están Nicaragua, Venezuela, Panamá y la comunidad del Caribe, acuerdos comerciales regionales tales como: ALADI, Comunidad Andina y la Alianza Del Pacífico, tratados de libre comercio, donde están los firmados con Chile, México, Canadá, Estados AELC, Estados Unidos, El Salvador, Guatemala y Honduras, Perú, la Unión Europea, Corea Del Sur y Costa Rica y la última línea que son los acuerdos de complementación económica acordados con Chile, Cuba y Mercosur.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Identificar el Acuerdo de Complementación Económica, donde Colombia tiene el mejor desempeño a partir de una serie de estudios y comparaciones a la balanza comercial, exportaciones, importaciones e inversión extranjera directa, en dichos países.

2.2. Objetivos específicos

Especificar los países con los cuales Colombia tiene un Acuerdo de Complementación Económica vigente

Comparar los acuerdos en materia de su balanza comercial, las exportaciones, importaciones e inversión extranjera directa.

Establecer a partir de los resultados obtenidos al momento de la comparación, el acuerdo donde Colombia se desempeña mejor.

3. Estado del Arte

Es verdad que en los últimos siete años han crecido el comercio exterior de Colombia y la inversión extranjera en el país. Pero ese crecimiento se debe, en gran parte, al sector extractivo, minero-energético, y no a una inversión externa directa en un sector productivo capaz de mejorar la competitividad del país y de incentivar la transferencia de tecnología. En consecuencia, las exportaciones han seguido siendo de bajo valor agregado y se concentran en pocos productos y reducidos destinos. De hecho, los pocos productos de valor agregado que exporta Colombia van a la región andina, comercio que las tensiones políticas han puesto en peligro. Un problema adicional que limita las exportaciones colombianas es la revaluación del peso. Diversos factores conspiran contra la intención de poner freno a esa situación. Ante todo, la devaluación general de dólar y, desde el punto de vista interno, la inversión externa directa –que aumentará de acuerdo con la magnitud que adquiera la esperada bonanza minero-energética–, la inversión extranjera de corto plazo en la bolsa y los dineros del narcotráfico. Se requiere, por lo tanto, continuar aplicando políticas creativas, prontas, perdurables y eficaces contra esa evolución, difícilmente controlable.

El gobierno enfrenta un gran desafío en la construcción de una orientación exterior que se convierta en política pública de Estado, es decir, que esté construida a partir de la consulta y la participación de las diversas instituciones del Estado y de los sectores sociales que tienen que ver más directamente con las relaciones internacionales del país. Y este reto plantea una sexta premisa. Ante todo, en la construcción de una política de vecindad se debe involucrar a las autoridades y poblaciones organizadas en las fronteras. Además, es indispensable lograr el compromiso empresarial para revertir la precaria situación fronteriza y crear las condiciones para su adecuada inserción internacional. Una política de Estado implica también meritocracia y aparato profesional en la diplomacia. Pero en Colombia el servicio exterior no ha sido un mecanismo de inserción internacional, sino instrumento de favores políticos internos. Otro reto de enorme envergadura. Ramírez, S. (2011).

3.1 Marco conceptual

CHILE

Con un crecimiento anual del PIB en 2017 de 1.5% y para 2018 de 4.2%, es una de las economías latinoamericanas de más rápido crecimiento en las últimas décadas; debido a la caída de los precios del cobre entre 2014 y 2017 el crecimiento se desaceleró, pero volvió a reactivarse para 2018. (Banco Mundial , s.f.)

Los acuerdos comerciales entre Colombia y Chile inician desde el Tratado de Montevideo en 1980 (ALADI) y debido a acuerdos bilaterales de alcance parcial se firma en diciembre de 1993 el Acuerdo de Complementación Económica ACE24 celebrado entre Colombia y Chile.

Balanza comercial Colombia Chile

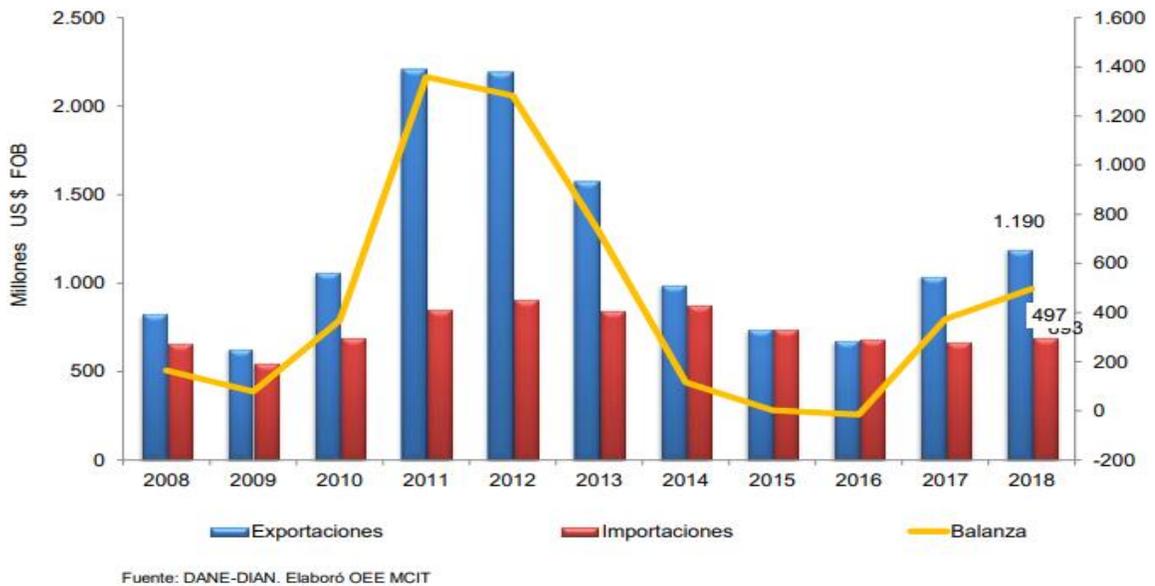
La balanza comercial entre estos países ha presentado mayoritariamente superávit para Colombia, desde 2008 hasta el 2015 las exportaciones de Colombia con destino a Chile superaron las importaciones de Colombia desde dicho país, para 2015 hubo un flujo de exportaciones e importaciones casi que equilibrado pero el superávit fue para Colombia, en 2016 por primera vez entre el periodo 2008 y 2018.

Chile se queda con el superávit dándole un concepto de déficit a Colombia para ese entonces, no obstante, la diferencia fue muy poca y para 2017 hasta el 2018 Colombia reavivó su estado característico de superávit frente a Chile.

Cabe resaltar, que en el 2011 y 2012 las exportaciones fueron casi que 2.7 veces más que las importaciones, además el superávit que presentó Colombia en el 2018 en millones de dólares fue de 497, donde hubo exportaciones por un valor de 1.190 millones de dólares FOB e importaciones por un concepto de 693 millones de dólares FOB.

En la Ilustración que aparece a continuación se muestra la balanza comercial abarcada en un periodo de 10 años (desde 2008 hasta el 2018) tomada del MinCIT citado a continuación (Ministerio De Comercio, 2018)

Ilustración 1. Balanza comercial Colombia – Chile



Exportaciones

Por grupo de productos, el sector más exportado es el minero-energético que para 2018 se exportaron en miles de dólares 703.652, en este sector se destacan productos como las huellas, las briquetas, ovoides y combustibles sólidos, estos tuvieron una variación del 25.4% respecto al 2017, pues es ese año se exportaron 505.646,7 (miles de dólares FOB) y para 2018 se exportaron 633.924,8 (miles de dólares FOB).

el sector no minero-energético compuesto por productos agropecuarios, agroindustriales e industriales tales como los automóviles de turismo, el azúcar de caña y el aceite de palma reporta exportaciones por un valor en 2018 de 486.693 (miles de dólares FOB); el detalle de los productos exportados se encuentra en los anexos.

El total de las exportaciones para el año 2018 correspondieron a una cifra de 1.190.345 (miles de dólares FOB) en el mismo se presentó una variación con respecto al 2017 de 14.7% la cifra del total exportado para ese año fue de 1.037.405 (miles de dólares)

Importaciones

Los principales productos importados desde Chile son frutas tales como las manzanas, peras y membrillos frescos, en miles de dólares para año 2018 se importaron 105.240,2, el segundo producto más importado es el alambre de cobre que tuvo importaciones por un valor de 56.851,3 (miles de dólares) y el tercer producto más importado corresponden a cigarrillos y tabacos donde para el año 2018 se importaron 38.791,7 (miles de dólares) este último producto fue el que respecto al año 2017 se importó menos.

Ilustración 2 Principales sectores importados 2018

| Importaciones | Miles de USD | Part. % |
|--|----------------|--------------|
| Demás agropecuarios | 225.003 | 31,0 |
| Demás agroindustriales | 126.735 | 17,5 |
| Metalurgia | 80.901 | 11,1 |
| Papel | 77.528 | 10,7 |
| Química básica | 53.012 | 7,3 |
| Resto | 162.918 | 22,4 |
| Total importado desde Chile (CIF) | 726.098 | 100,0 |
| Importaciones (FOB) | 693.043 | |
| Balanza comercial (FOB) | 497.302 | |

Fuente: MinCIT (Ministerio De Comercio, 2018)

INVERSIÓN DIRECTA DE COLOMBIA EN CHILE

La inversión directa de Colombia para el año 2018 en Chile fue de 457,4 millones de dólares, esto corresponde a un 8,97% del total de la inversión de Colombia en el mundo, para

este año la inversión incrementó en un 0,6% con respecto al 2017. Chile es el quinto país en el que más invierte Colombia después de México, Holanda, Panamá y Estados Unidos.

CUBA

Es una economía pequeña sustentada en los recursos naturales como el níquel y el cobalto, además de Colombia, tiene acuerdos de complementación económica firmados con Venezuela, Chile, Ecuador, Bolivia, México, Argentina, Uruguay Brasil y Paraguay.

El acuerdo de complementación económica N°49 entre Cuba y Colombia está suscrito desde el año 2000 bajo el marco de la ALADI, entró en vigencia el 10 de julio de 2001 y cuenta con dos protocolos modificatorios. El Acuerdo y los protocolos incorporan un articulado general y básico relacionado con: Acceso al mercado, restricciones no arancelarias, normas de origen, acuerdo de salvaguardias, prácticas desleales, comercio de servicios, transporte, normas técnicas, inversiones, cooperación comercial, propiedad industrial, solución de controversias, administración del acuerdo. El Acuerdo y sus protocolos entraron en vigencia en Colombia con los decretos 3275 y 3800 de septiembre de 2008 y 4225 de noviembre de 2008. En el caso de Cuba, fue mediante Resolución No. 8 de septiembre de 2008. (MinCIT, s.f.)

BALANZA COMERCIAL COLOMBIA – CUBA

La balanza comercial de Colombia respecto a Cuba, analizada en un periodo de 10 años que va desde el 2007 hasta el 2017, presenta un superávit para Colombia en todo el periodo, en el caso de Chile, este al menos consiguió un superávit en el año 2016 (ver BALANZA COMERCIAL COLOMBIA – CHILE), Perú, Cuba durante los 10 años ha tenido un déficit comercial en relación con Colombia.

Lo particular de este caso, es que, aunque Colombia presentó una balanza positiva para todos los años que abarca el periodo 2007 – 2017, no en todos los años ha logrado

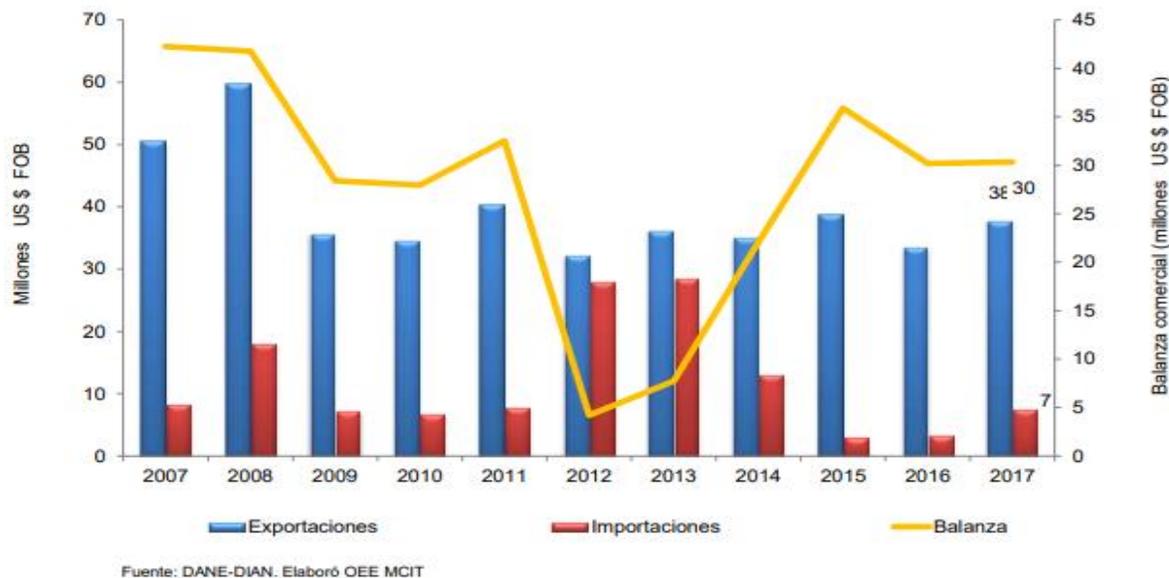
superar la línea de equilibrio (presentada en la ilustración 2.3 con color amarillo), solo en los años 2012, 2013 y 2014 logró aventajar dicha línea.

En el año 2008 las exportaciones superaron 3 veces las importaciones, pero, aun así, según el índice IHH (índice de Herfindahl), que mide la concentración del económica de un mercado, hubo mayor concentración en el año 2015 (ver índice IHH exportaciones hacia Cuba en el anexo).

Los años que el periodo abarcado presentaron menor flujo de exportaciones fueron 2012, 2010 y 2014.

Lo mencionado anteriormente se verifica en la siguiente ilustración tomada del MinCIT (Ministerio de Comercio, 2018)

Ilustración 3 Balanza comercial Colombia – Cuba



Exportaciones

El grupo de mayor potencial exportador para el caso de Chile fue el Minero-energético, en el contexto de Cuba, el potencial exportador está concentrado en el grupo no minero-energético.

Productos como el jabón en barra, y preparaciones orgánicas tensoactivas como los panes y detergentes sobresalen entre lo más exportado a Chile, seguido a estos, la pastelería y productos de panadería con adición de cacao se posicionan en lo segundo con mayor potencial de exportaciones al país chileno.

Ilustración 4 Exportaciones hacia Cuba por grupo de productos

EXPORTACIONES HACIA CUBA Por grupo de productos

| Sector | Miles de USD FOB | | Variación | Part. % 2017 |
|------------------------------|------------------|---------------|--------------|---------------|
| | 2016 | 2017 | | |
| Total | 33.517 | 37.796 | 12,8% | 100,0% |
| Minero-energéticos | 3.359 | 3.077 | -8,4% | 8,1% |
| No minero-energéticos | 30.158 | 34.720 | 15,1% | 91,9% |
| Agrícolas | 136 | 284 | 109,2% | 0,8% |
| Agroindustriales | 4.075 | 5.822 | 42,9% | 15,4% |
| Industriales | 25.947 | 28.613 | 10,3% | 75,7% |

Fuente: DANE-DIAN. Cálculos OEE Mincit.

En el grupo no minero energético se destacó el sector de la química básica y los plásticos.

Siendo Cuba un país férreo en la minería y sus derivados las importaciones de estos productos son bastante insignificantes con respecto a productos industriales y cosméticos; si bien se puede observar en la ilustración 4 casi el 92% de las exportaciones colombianas a Chile se ubicaron en el grupo no minero energético, siendo los productos industriales los de mayor exportación.

Importaciones

Lo más importado desde Cuba según cifras del MinCIT es la química básica, pues el 74% de las importaciones corresponden a este sector lo cual representa en miles de dólares 1.168.

Productos agroindustriales poseen el 24% de las importaciones lo cual en miles de dólares son 374.

Las importaciones como bien se observan en la balanza no representan mayor valor para Colombia, por lo que, lo más relevante son las cifras ya presentadas.

Inversión directa de Colombia en Cuba

Colombia, según la serie histórica del flujo de inversión directa de Colombia en el exterior del Banco de la República, nunca ha invertido en CUBA.

MERCOSUR

El mercado común del sur, esta integrado por Argentina, Uruguay, Brasil y Uruguay.

El Acuerdo comercial con el Mercosur representa para Colombia una oportunidad para acceder a un mercado potencial cercano a 250 millones de consumidores con un PIB superior a los US\$2.400 billones, y cerca del 97% del universo arancelario libre de arancel. Los productos colombianos cuentan con acceso preferencial a uno de los mercados más grandes y protegidos del continente, obteniendo, además, materias primas y bienes de capital más baratos, a fin de contribuir en la disminución de costos de producción y mejorar su competitividad.

El ACE No. 72, suscrito en el marco del TM80, mantiene los mismos objetivos y alcances del ACE No. 59, por lo que las condiciones de acceso de los bienes originarios de las cinco Partes Signatarias no fueron objeto de negociación, incorporando profundizaciones

previamente acordadas para productos industriales como textiles, confecciones, metalmecánica y vehículos. (MinCIT, s.f.)

Balanza comercial Colombia – MERCOSUR

En este mercado, a diferencia de Chile y Cuba, Colombia ha presentado un déficit comercial desde 2007 hasta 2017, el mismo periodo de estudio de Cuba, y literalmente este caso es el opuesto en su totalidad a Cuba, donde Colombia presentó superávit en todos los años del ciclo. Siendo este un mercado tan complejo y abundante compuesto por 4 naciones, el déficit comercial es bastante inminente casi que inevitable.

Colombia presentó para el año 2012 un flujo de importaciones bastante alto y unas exportaciones muy insignificantes con respecto a dichas exportaciones. Claramente es muy difícil que una nación consiga una balanza comercial positiva contra un grupo económico, pero más allá de buscar igualarse en cierta forma a estos mercados, los países con estos tipos de acuerdos lo que buscan es diversificar los escenarios posibles de exportaciones.

A continuación, se presenta la balanza comercial de Colombia respecto a Mercosur, el análisis en esta parte no es tan extendido debido a que el objetivo de este artículo es resaltar el mejor de los acuerdos partiendo de la situación de la balanza comercial, y por sentido común, si en este caso se presenta un déficit comercial, este no aplicaría a ser el más sobresaliente.

Ilustración 5 Balanza comercial Colombia – Mercosur
Exportaciones



Fuente: DANE-DIAN. Elaboró OEE MCIT

El grupo que presentó mayor exportación fue el no minero-energético, siendo los productos industriales de la química básica los más destacados.

Por otro lado, el sector minero-energético destacó el carbón como producto más exportado.

Importaciones

Las importaciones top fueron, la química básica, la maquinaria y equipo y el sector automotor; productos de mineral bituminoso como los aceites de petróleo, los teléfonos móviles y partes de vehículos son las especificaciones de los bienes importados.

Inversión directa de Colombia en Mercosur

Colombia invirtió en Mercosur para el año 2017 335,2 millones de dólares de un total de 3.689,6 millones de dólares, es decir, un 9,1% del total de la inversión directa de Colombia en el mundo.

En 2018, Colombia invirtió en Argentina 19 millones de dólares, en Brasil 167 millones de dólares, en Paraguay 0,1 millones de dólares y en Uruguay no hubo una inversión positiva por lo cual no cuenta.

Comparando la inversión de los años 2017 y 2018 invirtió mas en Argentina para el año 2018, en cambio en Brasil invirtió mas en 2017, para Uruguay hubo una mayor inversión en el año 2017 y por último Paraguay tuvo mayo inversión por parte de Colombia en el 2018. (ver flujo de inversión directa de Colombia del BanRep) (República).

4. Metodología

La investigación se desarrolló bajo la metodología cuantitativa, bajo un método deductivo, de tipo descriptivo bajo un diseño documental, debido a que se recurre a los diferentes documentos en el contexto económico mundial, cuyo procedimiento sistemático de contrastación de uno o más fenómenos, a través del cual se buscan establecer similitudes y diferencias entre ellos, el resultado debe ser conseguir datos que conduzcan a la definición de un problema o al mejoramiento de las condiciones sobre este. (Castillo, s.f.)

5. Resultados

Está claro que todos los acuerdos tienen su ventaja, y si hay países que están dispuestos a firmarlos y constatarlos es porque ambos reconocen un potencial de productos que pueden complementar la economía nacional de manera bilateral o multilateral.

Los acuerdos también significan oportunidades para empresas que buscan internacionalizarse, y si una empresa busca o quiere exportar le sería muy útil revisar los acuerdos comerciales con los que cuenta Colombia, tal vez su producto cuente con beneficios como no pagar aranceles en ciertos países.

6. Conclusiones

En la línea de complementación económica, por el análisis anteriormente aplicado, notoriamente en lo que respecta a las mediciones de la balanza comercial de Colombia respecto a los acuerdos aquí pertenecientes (Chile, Cuba y Mercosur) el mejor de ellos es Chile.

Aunque Colombia tiene ese superávit implacable con Cuba, el acuerdo con Chile representa mayor diversificación y oportunidades de exportación que Cuba, además la concentración de los productos de Colombia en Chile según el índice IHH es bastante elevada en promedio hay 3 veces mayor concentración en Chile que en Cuba.

¿Qué significa esto? Pues sencillamente que Colombia debe mantener y fortalecer este acuerdo y las relaciones comerciales con Chile.

7. Referencias Bibliográficas

Banco Mundial . (s.f.). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview>

Castillo, I. (s.f.). Liferder.com. Obtenido de <https://www.liferder.com/metodo-comparativo/>

MinCIT. (s.f.). Ministerio De Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/42532/acuerdo_de_complementacion_economica_n_49_celebrado_entre_la_republica_de_colombia_y_la_republica_de_cuba

Ministerio de Comercio, I. y. (2018). Perfil De Cuba .

Ministerio De Comercio, I. y. (2018). Perfil De Chile.

Ramírez, S. (2011). El giro de la política exterior colombiana. Nueva sociedad, 231(2011), 1-6.

República, B. D. (s.f.). Flujo de inversión directa de Colombia en el exterior .

LA INTERNACIONALIZACIÓN EN LOS EMPRESARIOS DEL CARIBE COLOMBIANO 1900-1950: UN ANÁLISIS HISTORIOGRÁFICO

*Jaime Eduardo González Díaz 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. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad del Zulia. Docente Universidad del
Sinú Seccional Cartagena. jaimegonzalezd@unisinu.edu.co*

*Yanin Aurora Rincón Quintero
Enrique Alfonso Ochoa Dearco*

Resumen

Este trabajo pretende identificar los aspectos de la internacionalización en el desarrollo empresarial del caribe colombiano en el periodo 1900-1950. Metodológicamente la investigación tiene carácter descriptivo. Las fuentes de información en su totalidad son fuentes secundarias. La recopilación de la información se efectuó a través de una triangulación de los instrumentos: fichas bibliográficas, matrices de análisis y tablas lexicométricas (minería de textos). Las empresas pueden lograr internacionalizarse entre otras, por medio de exportaciones indirectas e indirectas, por el establecimiento de unidades productivas en un país extranjero. El caso de los empresarios estudiados, en su mayoría se

dedicaron a la exportación de recursos naturales. Pero mayoritariamente estos empresarios fueron importadores principalmente de tecnología, materias primas, y diferentes productos. Otro de los aspectos destacados de la internacionalización en los casos estudiados, fueron las finanzas internacionales; por medio de líneas de crédito de los proveedores externos, y en casos más excepcionales lograron el apalancamiento con entidades financieras externas.

Abstract

This paper aims to identify the aspects of internationalization in the business development of the Colombian Caribbean in the period 1900-1950. Methodologically, the research has a descriptive character. The sources of information in their entirety are secondary sources. The information was collected through a triangulation of the instruments: bibliographic records, analysis matrices and lexicometric tables (text mining). Companies can achieve internationalization, among others, through indirect and indirect exports, through the establishment of production units in a foreign country. The case of the entrepreneurs studied, most of them were dedicated to the export of natural resources. But mainly these entrepreneurs were importers mainly of technology, raw materials, and different products.

Palabras claves

Análisis Historiográfico, Caribe Colombiano, Empresarios, Internacionalización.

Another of the highlights of internationalization in the cases studied was international finance; through credit lines from external suppliers, and in more exceptional cases achieved leverage with external financial institutions.

Key Word

Historiographical Analysis, Colombian Caribbean, Entrepreneurs, Internationalization.

1. Introducción

El mundo actual está dominado por la globalización de la economía, esta trae consigo efectos no controlables, como el aumento de la intensidad competitiva global. Para que las organizaciones, puedan sobrevivir a dicho fenómeno, es indispensable crear diversas estrategias, entre las que se puede mencionar el incursionar a mercados internacionales. Esto exige desarrollar ventajas competitivas necesarias, primero, para defender los mercados consolidados, y, segundo para abarcar nuevos mercados.

El escenario antes descrito se podría creerse impensable a principio de siglo XX, sin embargo, al revisar la historia económica, y más específicamente la historia empresarial, se pueden encontrar datos sorprendentes sobre el proceso de internacionalización del empresariado colombiano. La identificación de la visión internacional en la historia empresarial es de suma importancia para comprender la historia del país, dada la importancia

que han tenido y siguen teniendo para los empresarios, las empresas, los gremios y grupos económicos en el ámbito socio-económico, político y cultural, los negocios internacionales.

Igualmente, para los estudiantes universitarios, profesionales, funcionarios públicos y privados (asesores, consultores, gerentes, y directivos en general), lo mismo que empresarios, el conocimiento de la visión internacional en la la historia empresarial, les es útil para adquirir una formación más integral, para comprender y resolver problemas actuales, para tomar decisiones más acertadas. Y así, poder resolver uno de los retos más importantes para las empresas de hoy día es poder enfrentar una economía global de alta competitividad.

Desde esta perspectiva, se presenta la oportunidad futura de idear y diseñar respuestas estratégicas que permitan solucionar los problemas estructurales y de enfoque que presentan actualmente la actividad empresarial en el país; y por lo mismo, incorporar en el ejercicio de funciones y en las corrientes de opinión de los distintos estamentos de las organizaciones una visión internacional, desde lo conceptual, y teórico de gran importancia para la economía y desarrollo de local y regional.

Este texto en su primera parte identificar los aspectos de la internacionalización en el desarrollo empresarial del caribe colombiano en el periodo 1900-1950, de cada uno de las historias de vida analizadas, como son: Daniel Lemaitre, Diego Martínez Camargo, los hermanos Vélez Daníes, José Vicente Mogollón, los hermanos Pombo, Evaristo Obregón, Rafael del Castillo, y la familia Román. Para luego pasar a identificar patrones comunes en la gestión de negocios internacionales.

2. Marco teórico

Existen diversas concepciones sobre la internacionalización de las empresas, el Confederación de Empresarios de Comercio Minorista (Cecoma) de España, dice que la internacionalización es la necesidad de buscar nuevos mercados como respuesta a la fuerte competencia dentro de nuestro mercado local y nacional.

Por su parte, Procolombia³³ entiende la internacionalización como la inserción de su empresa en los mercados internacionales y su reto como empresario, va más allá de hacer ventas al exterior por medio de contactos con importadores o realizar los trámites de exportación. La internacionalización es una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de la empresa. Requiere dedicación, entusiasmo y preparación para llegar a ser un exportador exitoso (Ordoñez y Zabaleta, 2011).

Pero, ¿cómo puede empezar su proceso de internacionalización una empresa?, al respecto Sarmiento (2014), señala que la globalización se constituyó en la mejor opción para que los países desarrollados encontrarán en otros países ampliación de sus mercados. Mientras que los países en vías de desarrollo aprovecharon la situación para promocionar sus productos y ser partícipes de actividades comerciales que antes estaban vedadas para ellos. Algunas de las formas para lograrlo fueron: exportaciones, licencias/franquicias, y proyectos listos para operarse.

Olivares (2005), destaca que el modelo de internacionalización por etapas sigue siendo válido. En general, se demuestra que las empresas se mueven progresivamente desde modos de entrada con un nivel de riesgo bajo y con escasos compromisos de recursos, hacia modos de entrada más arriesgados y que implican un mayor compromiso de recursos. Operativamente esto se puede lograr por medio de exportaciones esporádicas, exportación a través de representantes independientes (exportación indirecta), establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero (exportación directa), establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

3. Metodología del estudio

³³ Proexport Colombia: es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no mineros energéticos y la imagen del país.

El presente texto es producto de una investigación que epistemológicamente se instala en el paradigma fenomenológico-hermenéutico (Cifuentes, 2011). Es más una mirada cualitativa (Méndez, 2003). Metodológicamente la investigación tiene carácter descriptivo pues pretende identificar los aspectos de la internacionalización en el desarrollo empresarial del caribe colombiano en el periodo 1900-1950. La investigación, con base en las fuentes de información, se desarrolló bajo un diseño documental (Hurtado, 2000; Grajales, 2000). Ahora, con base en temporalidad el diseño de la investigación es transeccional retrospectivo (Cabrera, Bethencourt, González, y Álvarez 2006).

Por la naturaleza del estudio las fuentes de información en su totalidad son fuentes secundarias. Estas fuentes secundarias están constituidas por las historias de vida de los empresarios estudiados (Pérez et al, 2013; Ramírez y Zwerg-Villegas, 2012; Moreno, 2002; García, 2010). Para el trabajo no se hizo muestreo estadístico se trabajó bajo el método de estudios de caso y la investigación biográfico-narrativa (Yin, 2009; Peña, 2006). Los empresarios que conformaron la muestra estudiada fueron: Daniel Lemaitre (Jabonería y Perfumería Lemaitre); Rafael del Castillo (Rafael del Castillo y Cía.), José Vicente Mogollón (J. V. Mogollón y Cía.), Henrique Román (Laboratorios Román), Diego Martínez Camargo (Diego Martínez y Cía.), Evaristo Obregón (Fábrica de Textiles Obregón), Carlos y Fernando Vélez Danés (Vélez Danés y Cía.); José Joaquín y Esteban Pombo (Pombo Hermanos).

La recopilación de la información se efectuó a través de una triangulación de los instrumentos: fichas bibliográficas, matrices de análisis y tablas lexicométricas (minería de textos). Para el procesamiento de la información se utilizó el análisis textual (análisis del discurso, el análisis de contenido, y el análisis temático) (Marillo, 2006; Sayago, 2014; Samaja, 2005; Campos y Turato, 2009; Castillo et al, 2007). Finalmente, el procesamiento se apoyó en el software ‘Textalyzer’

4. Resultados

Daniel Lemaître. Entre otras empresas se dedicó a la venta de sombreros y polvos, la revista El porvenir en 1913, lo mencionara como uno de los fuertes de la producción de estos dos artículos en la Costa Atlántica. En 1914, junto con su primo Enrique Lecompte Lemaître, compró a Antonio Araujo una fábrica de jabones, luego de cuatro años la fábrica se incendió. En 1927 Fundó, la Jabonería y Perfumería Lemaître, entre otros productos desarrollo la famosa loción mentolada Menticol (Villalba, 2015).

Internacionalización en Daniel Lemaître. Los aspectos de la internacionalización identificados en Daniel Lemaître la migración y las relaciones internacionales. La primera puesto que era descendientes de inmigrantes Franceses. Y la segunda, pues fue Secretario de la Embajada de Colombia en Bruselas, esto enriqueció su intelecto y combinando el trabajo con el conocimiento que dan los viajes por el viejo mundo (Villalba, 2015).

Tabla 1. Resumen minería de texto historia de vida Daniel Lemaître

| Palabra clave | Frecuencia |
|----------------------|------------|
| Inmigrante | 2 |
| Ascendencia francesa | 1 |
| Viajes | 1 |
| Diplomático | 1 |
| Total | 5 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

Diego Martínez Camargo. Con gran espíritu empresarial, Martínez fue el creador de varias empresas entre las que se pueden destacar la Sociedad Ganadera de Berástegui (1910-1917). La Parking House de Coveñas (1924-1937), fue el primer intento que se hizo en Colombia por modernizar el procesamiento de las carnes para poder acceder a nuevos mercados exportando carnes refrigeradas. La Martínez Oil Company (1906–1910). Dedicada a la exploración de yacimientos de petróleo, para obtención de la gasolina, aceites y gas natural. La Cartagena Oil Refining Company (1908-1923). Fue la primera empresa que empezó a refinar el petróleo en Colombia, y a generar productos como gasolina y aceites refinados.

Internacionalización en Diego Martínez. En Diego Martínez Camargo se identifica la internacionalización en la exportación, importación, la adquisición de tecnología, el mercadeo internacional, y el lograr la vinculación de socios extranjeros a sus empresas. En cuanto a la exportación, Camargo fue de los primeros y más fuertes exportadores de ganado desde Cartagena. En la importación de tecnología, este empresario en sus aspiraciones de lograr la explotación petrolera, contrató a la compañía inglesa Thompson & Hunter, quienes hicieron los estudios preliminares de suelo.

En este mismo sentido, logró interesar al profesor Frank Anderson, de la Universidad de Berkeley, California, quien trajo consigo cuatro ayudantes: los Srs. White, Fife, Ruekman y Martin, conocidos geólogos que trabajan para la Standard Oil; la zona también había sido estudiada por el geólogo inglés Sir Lancelot Owen, quien permanece en el Sinú por espacio de tres años, y por el americano Rupert Way. En este mismo empeño, también viajó a Matanzas para conocer más de cerca el funcionamiento de las refinerías de petróleo cubanas, por estar más acorde en tamaño a sus posibilidades de inversión que las existentes en el sur de los Estados Unidos y Méjico.

Otros logros en la internacionalización son la importación desde los Estados Unidos de crudo para su refinamiento. El poder lograr inversión extranjera; Diego logró interesar al alemán Oscar Egersdorfer, para explotar el petróleo, gas natural, y carbón. Además, este tenaz empresario aplicó mercadeo internacional, al enviar de muestras de la carne a los mercados de Inglaterra, Alemania, Italia y los Estados Unidos (Ripoll. 1999).

Tabla 2. Resumen minería de texto historia de vida Diego Martínez Camargo

| Palabra clave | Frecuencia |
|----------------|------------|
| Guerra | 30 |
| Gobierno | 24 |
| Congreso | 15 |
| Estados Unidos | 25 |
| Norteamericano | 12 |

| | |
|--------------|------------|
| Americano | 12 |
| Nueva York | 10 |
| Total | 118 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

Vélez Daníes. Formaron la sociedad comercial Vélez Daníes & Co. Invirtieron principalmente en tierras, bienes raíces, compañías de navegación y bancos. A partir de la década de los ochenta Vélez Daníes & Cía. inició la compra de tierras que los afianzará como ganaderos y posteriormente como empresarios azucareros. No obstante, la diversidad de sus negocios, la creación del ingenio azucarero Central Colombia fue la inversión que les demandó un mayor capital y la que los señaló como empresarios destacados entre sus contemporáneos (Ripoll. 1999).

Internacionalización en Vélez Daníes. Los aspectos de la internacionalización identificados en los Vélez Daníes son la exportación, la implantación comercial, y la tecnología. Con relación a la exportación, estos empresarios fueron los primeros y más fuertes exportadores de ganado desde Cartagena, hacia Cuba, Colón, Curazao, Venezuela, Trinidad y Jamaica. En el marco de esta actividad abrieron sucursales de Vélez Daníes & Co. en La Habana, a principios del siglo. En 1898 Fernando Vélez Daníes se trasladó con su familia a La Habana, en donde se radicó por varios años. En tierras propias y alquiladas mantuvo en esos años en pastaje unas sesenta mil reses dedicadas a este mercado. Cuando decidieron montar el Ingenio de Sincerín, se basaron en el estudio y observación de los ingenios cubanos (Ripoll. 1999).

Tabla 3. Resumen minería de texto historia de vida los Vélez Daníes

| Palabra clave | Frecuencia |
|---------------|------------|
| Exportación | 16 |
| Caribe | 10 |
| Mundial | 10 |
| Cuba | 9 |
| Cubanos | 4 |
| Habana | 9 |
| Sugar | 8 |

| | |
|--------------|------------|
| Dólares | 7 |
| Cubano | 7 |
| Exterior | 6 |
| Total | 126 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

J.V. Mogollón empresario. A principios de 1900 a los 19 años José Vicente Mogollón instala el primer taller para la encuadernación de libros que luego se convertiría en J. V. Mogollón & Cía. 1903 el taller se diversifica hacia actividades conexas especialmente la fabricación de libros en blanco. Mogollón como pocos acoge la visión externa y fue pilar central para su negocio. Mogollón emprende un viaje a Europa, el primero de muchos, Alemania, Francia y estados unidos, regresa en 1912 y trae numerosas máquinas para ensanchar su establecimiento establece sucursales en diferentes ciudades (Barranquilla, Magangué, Ciénaga, Santa Marta, Bogotá, Bucaramanga, Montería, Girardot, Tunja, Honda, y Barrancabermeja) señala Dávila (2003).

Internacionalización en J.V. Mogollón. Mogollón es quizás de los empresarios estudiados, no solo el que más se internacionalizó, sino que es en esta estrategia que se sustentó su éxito empresarial. Este industrial se apoyó en la importación de productos, tecnología, las finanzas internacionales, y las representaciones externas. Mogollón establecido conexión directa con proveedores de papel en Canadá, Finlandia, Suecia y, en menor grado, Estados Unidos, para la importación de papel, su principal materia prima.

La tecnología de varios de sus procesos, lo mismo que su maquinaria fue traída del exterior. Por ejemplo, el encolado y ensamblaje de libros en blanco semiautomático incluye procedimientos que don Pepe aprende en Alemania. La impresora manual marca Chandler & Price (Estados Unidos), lo mismo que las Monoline de la Canadian Lino Type, precursoras del linotipo.

Las finanzas internacionales se evidencia ya que después de consolidar la relación con los proveedores finlandeses, suecos y canadienses; “el pago de las importaciones se gira, eso sí,

religiosamente a tiempo, dentro de los vencimientos pactados” Dávila (2003). Otro punto clave en el éxito de este empresario fueron el extraordinario elenco de representaciones, extranjeras como: billares Brunswick o pianos, artículos de lujo, como pluma fuentes de oro, encendedores automáticos, pisapapeles vistosos, perfumes, platería y regalos para una clientela selecta

Tabla 4. Resumen minería de texto historia de vida José Vicente Mogollón

| Palabra Clave | Frecuencia |
|----------------|------------|
| Estados Unidos | 2 |
| Mundial | 5 |
| Estados Unidos | 5 |
| Alemania | 4 |
| Internacional | 4 |
| Finlandia | 3 |
| Alemania | 3 |
| Total | 38 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

Los Pombo. Fueron dos hermanos José y Esteban De Pombo. Ellos tenían en su sangre el don de ser comerciantes, ya que su padre se dedicaba a esta actividad, su padre muere y ellos quedan a cargo de este negocio que era una casa de víveres y otras cosas. Ellos comercializaban Frutos, cueros, cacao, mora, cauchos, harina la redentora (esta harina fue elaborada por ellos), galletas, azúcar, kerosene, tabaco, velas, hacha, machete, vinos, aceites, productos de hierro y acero, alambre, clavos, láminas de acero galvanizadas. También se dedicaban a la exportación e importación, luego comenzaron a comercializar ropa, zapatos, velas, entre otros productos (Ripoll, 1999).

Internacionalización en los Pombo. Los Pombo fueron otros empresarios que explotan las ventajas de mirar hacia los mercados externos. La internacionalización en ellos se evidencia las relaciones internacionales, la importación y exportación, y las finanzas internacionales. En cuanto a las relaciones internacionales en sus inicios ellos coincidieron en una experiencia laboral en Nueva York, José Joaquín de Pombo Porras en la casa comisionista Muñoz & Espriella. La adquisición de una cultura bilingüe desde su mocedad representó una ventaja comparativa.

En el mismo sentido, y del legado paterno conservaron algunas relaciones mercantiles, como la sostenida con las casas comisionistas de Fould Frères y de Marcel et Cié. En París, contactos que usaron más tarde para obtener cartas de presentación ante otras firmas como Isaac & Samuel en Londres, Marschall & Colpe en Hamburgo, Louis Delius en Bremen y Fould Frères en París. Además de estas casas, las relaciones comerciales se habían extendido a otros proveedores ocasionales ubicados en las ciudades de Barcelona, Manchester, Birmingham, Liverpool, Grimsby, Dundee, Sheffield, Havre, París y Genova. Sus depósitos en Europa eran mantenidos y manejados por Isaac & Samuel, y en menor cuantía por The London Joint Stock Bank Limited, ambas en Londres.

Estos empresarios importaban de Estados Unidos principalmente alimentos, como galletas, azúcar, harina, cebolla, ajo, manteca, leche condensada, tabaco y especias; también herramientas de trabajo como hachas, machetes, pólvora, kerosene y aguarrás, brea, lámparas. Para las exportaciones, la ciudad de mayor atracción en el norte de Italia para hacer negocios en Milán, entonces uno de los centros manufactureros más activos en la región con una alta demanda de tagua de parte de los fabricantes de botones y también un buen mercado para el caucho, demanda que Esteban había descubierto era suplida por los especuladores de Hamburgo y Londres.

Después de comprobar las posibilidades que presentaba este centro para exportaciones de estos productos desde Cartagena y de indagar por los precios pagados a los intermediarios

ingleses y alemanes, Esteban acordó con los Liberti una participación en el negocio como agentes de ambos productos desde Génova. Además consiguió negociar directamente con “La Veloce” fletes convenientes y el compromiso de cupos reservados para establecer el envío de estos frutos como carga de retorno.

En cuanto a las finanzas internacionales, se puede observar también la utilización de líneas de créditos que “eran pagados con giros o letras de cambio a través de Nueva York”. Estados Unidos era un fuerte enclave de los negocios de Pombo Hermanos, que concentraba sus intereses comerciales con proveedores de Norteamérica y sus operaciones financieras en entidades bancarias como el Chemical Nacional Bank de Nueva York. (Ripoll, 1999).

Tabla 5. Resumen minería de texto historia de Esteban y Joaquín Pombo

| Palabra clave | Frecuencia |
|----------------|------------|
| Nueva york | 58 |
| Dólares | 31 |
| Estados unidos | 27 |
| París | 19 |
| Exterior | 16 |
| Londres | 14 |
| Viaje | 13 |
| Libras | 12 |
| Europa | 12 |
| Mundo | 10 |
| Otras | n |
| Total | 333 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

Evaristo Obregón. Fue un comerciante samario que migró hacia Barranquilla con el fin de adentrarse al comercio exterior; no obstante, a lo largo de su vida, no solo se dedicó a dicho sector, sino que también se dedicó a otro tipo de negocios como es el caso de su participación en la Compañía Colombiana de Transportes, en la creación del Banco Comercial de Barranquilla o la creación de la fábrica de jabones La Costeña; igualmente incursionó en

sectores rurales como la ganadería y la agricultura. Pero su gran creación fue la Fábrica de Tejidos Obregón (Meisel, 2008).

Internacionalización en Evaristo Obregón. Los aspectos de la internacionalización identificados en Evaristo Obregón son la importación de materias primas y tecnología, la exportación, y la migración. Hay que empezar diciendo la actividad económica inicial y principal de Obregón era el comercio exterior; pero en específico se destaca la importación ya que en la Fábrica de Tejidos Obregón importaba la hilaza como insumo para su proceso productivo. Importar tecnología ya que todos sus telares eran ingleses.

La exportación se dinamizó en la Fábrica de Tejidos Obregón durante la primera guerra mundial, cuando Estados Unidos y Europa tuvieron una baja que les impidió suplir toda la demanda de telas. En el caso de la migración, sorprende la cantidad de extranjeros que estaban vinculados directamente con su empresa había dos directores ingleses: Mr. Edward Hughes en la parte técnica y Mr. Claude Martin en la parte financiera. También estaban otros nombres como los de: Novell, Carreras, Guillamon, Geraldino, Hans Bräutigam, Lavergne, Schamberger, Braba (Meisel, 2008)

Tabla 5. Resumen minería de texto historia de Fábrica de Tejidos Obregón

| Palabra clave | Frecuencia |
|---------------|------------|
| Extranjeros | 4 |
| Mundial | 5 |
| Importaciones | 3 |
| Internacional | 2 |
| Exterior | 2 |
| Exportación | 2 |
| Importadora | 2 |
| Importar | 2 |
| Importadas | 2 |
| Total | 22 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

Rafael del Castillo. Inicio en el comercio exterior, y con una casa comercial de telas y víveres. En 1897 la empresa se convierte en accionista de la Compañía Fluvial de Cartagena. En 1908 La empresa se convierte en el segundo mayor accionista en la Cartagena Oil Refining Company, primera refinería de petróleo crudo importado del país; y accionista de la Colombia Sugar Co., responsable de la creación de Ingenio Central Colombia.

En 1925 Rafael del Castillo y Co. que se creó como astillero para la reparación de los buques, planchones y remolcadores. En 1945 Se adquiere un molino de trigo, con lo que inicia su actividad como compañía harinera. Para 1975 existía una planta de silos para trigo a granel con capacidad de almacenamiento de 5.200 toneladas. En el 2000 Se aumentó la capacidad instalada, posicionándose como uno de los primeros molinos del país.

En 2006 Se concretó la fusión por absorción con el segundo molino de la ciudad, Compañía Harinera Industrial Ltda., hecho que marcó el crecimiento y la historia de la compañía y la actividad molinera nacional. Al año siguiente, Seaboard Corporation, adquiere una importante participación accionaria de la compañía añadiendo a ésta una nueva filosofía organizacional con ajustes en los procesos operativos y administrativos (Ripoll, 1999).

La internacionalización en Rafael del Castillo. Los aspectos de la internacionalización identificados en Rafael del Castillo la importación de tecnología, la exportación, las finanzas internacionales, y la implantación comercial. Respecto a la exportación se evidencia en el comercio de tabaco y caucho, los cuales eran enviados a la casa de comercio Riensch & Held en Hamburgo, o a una filial de ésta en Manchester, la casa Riensch am Ende. También incurrió con éxito en la exportación ganadera hacia Panamá.

Las finanzas internacionales se evidencian cuando en 1873 Riensch & Held le concedió a Del Castillo un crédito por dos mil libras esterlinas, a cargo de Riensch am Ende de Manchester, para ser cubiertos en tabaco o en caucho en seis meses. Mucho tiempo después

en el 2006 la Seaboard Corporation, adquiere una importante participación accionaria de la compañía, aportando no solo capital, sino experiencia y capacidad de gestión.

La importación de tecnología se destaca ya que la maquinaria que utilizaba su factoría era de fabricación suiza. La implantación comercial se identifica cuando en 1913 crea una casa comercial en la ciudad de Nueva York. Este hecho va a permitir a la compañía la ampliación de sus redes comerciales hacia el interior del país y a otros destinos en Centroamérica y el Caribe (Ripoll, 1999).

Tabla 6. Resumen minería de texto historia de Rafael del Castillo

| Palabra clave | Frecuencia |
|----------------------|-------------------|
| Importaciones | 12 |
| Exterior | 21 |
| Puerto | 14 |
| Socios | 14 |
| Exportación | 14 |
| Exportaciones | 6 |
| Importación | 7 |
| Dólares | 10 |
| Mundial | 10 |
| Exportador | 5 |
| Extranjeras | 5 |
| Externo | 5 |
| Importador | 4 |
| Habana | 4 |
| Sirios | 4 |
| Importados | 4 |
| Importando | 3 |
| Importadas | 2 |
| Importado | 2 |
| Importadores | 2 |
| Exportadoras | 2 |
| Total | 150 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

Los Román. Manuel Román, migrante español fundó en 1835 el primer establecimiento de producción farmacéutica en Colombia, la Botica Román. Román aprovechó el valor curativo de plantas medicinales como: quina, zarzaparrilla, ipecacuana, jalapa, cáscara sagrada, entre otras, para la fabricación de medicamentos destinados a resolver los problemas de salud de la población de Cartagena y de los habitantes de las zonas aledañas.

El desarrollo científico y técnico gestado a nivel mundial a finales del siglo XIX, facilitó la transformación y expansión de la Botica Román al Laboratorio Román. Hoy sigue funcionando y produciendo la famosa curarina Juan Salas Nieto, demandada por los sectores populares de la región. Confirmando la continuidad de una tradición industrial artesanal que parece no haber acabado pese a los cambios científicos introducidos en la práctica de la ciencia farmacéutica de hoy (Rivero, 2008).

La internacionalización en Laboratorios Román. En los Román se identifica la internacionalización en las migraciones, y la importación de productos y tecnología. La migración se evidencia en el mismo fundador Manuel Román quien era un emigrante español; la traída de personal extranjero calificado (químicos), algunos de ellos se quedarían trabajando en forma indefinida en el laboratorio, como los alemanes Henry Ruber, Guacker, Edward Bussing y Konrand Schuber, los italianos: Calixto Giordanengo y F. E Trincherro.

La importación de tecnología y de productos, se dio ya que las drogas producidas en el laboratorio seguían un proceso químico altamente industrial, debido a la importación de maquinarias aprovechando los estímulos que recibió durante el periodo de la regeneración, especialmente lo relacionado con la exención del pago de impuestos por mercancías importadas. Esto dio como consecuencia el ensanchamiento de la producción, a través de la producción e importación de nuevos medicamentos (Rivero, 2008).

Tabla 7. Resumen minería de texto historia de Laboratorios Román

| Palabra clave | Frecuencia |
|---------------|------------|
| Extranjeros | 8 |

| | |
|-------------|----|
| París | 4 |
| Exportados | 2 |
| Venezuela | 2 |
| Extranjero | 2 |
| Europeas | 2 |
| Mundial | 2 |
| Importación | 2 |
| Mundo | 2 |
| Panamá | 2 |
| Importadas | 2 |
| Total | 30 |

Fuente. Elaboración propia. Adaptado del <http://textalyser.net/>.

La internacionalización en los empresarios del caribe colombiano 1900-1950



Gráfico 1. La internacionalización en los empresarios del caribe colombiano 1900-1950
Fuente. Realización propia. Adaptado de: <https://wordart.com/create>

Sin lugar a dudas la visión externa fue un elemento clave para el éxito de los empresarios del caribe colombiano estudiados. La teoría señala que entre otros operativamente la internacionalización de una empresa se puede lograr por medio de la exportación a través de representantes independientes (exportación indirecta), establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero (exportación directa), establecimiento de unidades productivas en el país extranjero (Olivares, 2005).

En los empresarios estudiados no fue la excepción, en cuanto a los migrantes y las relaciones internacionales, Daniel Lemaitre le sacó provecho a su ancestro francés, y a su papel como diplomático. Evaristo Obregón y del castillo contrataron a varios migrantes de alta formación que lo fortalecieron en lo técnico. En la actividad importadora se destacaron Evaristo obregón con importación de materias primas y tecnología; Mogollón con la importación de materias primas y tecnología; y los Román con la importación de productos y tecnología. En cuanto a la exportación la mayoría exportaron ganado en pie principalmente.

En cuanto las finanzas internacionales los Pombo y Mogollón fueron los que lograron mayores avances en este aspecto. Mogollo se apalanco con créditos de proveedores extranjeros. Por su parte los Pombo lograron conseguir líneas de créditos con entidades internacionales. En este aspecto, Diego Martínez y del Castillo pudieron lograr financiación con la participación de socios extranjeros.

5. Conclusiones

El caso de los empresarios estudiados, en su mayoría se dedicaron a la exportación de recursos naturales (ganado, tabaco, caucho, tagua, telas). Pero mayoritariamente estos empresarios fueron importadores principalmente de tecnología (maquinaria, conocimiento), con la que no se contaba en la época; igualmente, se importaban muchas de las materias primas; y diferentes productos (crudo, alimentos, equipos, medicamentos, etc.).

Otro de los aspectos destacados de la internacionalización en los casos estudiados, fueron las finanzas internacionales; estos empresarios se financiaban por medio de la proveeduría de empresas extranjeras, las cuales después de un relacionamiento comercial, otorgaban en muchos casos líneas de crédito. En otros casos, algunos de estos empresarios lograron el apalancamiento con entidades financieras externas.

6. Referencias

- Castillo Zayas, Y. Mariela del, Leiva Mederos, Amed Abel. (2007). La minería de texto: perspectiva metodológica para la realización de resúmenes documentales. *ACIMED*, 15(5).
- Cabrera, Lidia, Bethencourt, José Tomás, González Afonso, Miriam y Álvarez Pérez, Pedro (2006). Un estudio transversal retrospectivo sobre prolongación y abandono de estudios universitarios. *Revista Relieve*. Vol. 12, No. 1.
- Campos, Claudinei José Gomes. Turato, Egberto Ribeiro. (2009). Análisis de contenido en investigaciones que utilizan la metodología clínico-cualitativa: aplicación y perspectivas. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 17(2), 259-264. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-11692009000200019>.

- Cifuentes, Rosa. (2011). Diseño de proyectos de investigación cualitativa. Noveduc Libros.
- Dávila, C. (2003). Empresas y empresarios en la historia de Colombia Siglos XIX-XX. Norma, Bogotá, Colombia
- Dávila Ladrón De Guevara, Carlos (Comp.) (1996). Empresas e historia en América Latina. Un balance historiográfico, Bogotá, Tercer Mundo Editores, Colciencias.
- García, C. (2010). Uso de fuentes documentales históricas que favorecen la investigación formativa: el caso de los semilleros de investigación. Estudios Pedagógicos, XXXVI (1), 265-273.
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. On line) (27/03/2.000). Revisado el, 14.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). Tercera Edición, Fundación Sypal: Caracas. (Parte II Capítulo 3 y 4).
- Marillo M. (2006). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. IX Congreso IBERCOM Sevilla-Cádiz.
- Meisel, A. (2008). La Fábrica de Tejidos Obregón de Barranquilla 1910-1957. Cuadernos de Historia Económica y Empresarial Nro. 21. Centro de Estudios Regionales del Banco de la República. Mes de Marzo. Cartagena.
- Méndez, E. (2003). Cómo no naufragar en la era de la información. Epistemología para internautas e investigadores. : Ediluz. Maracaibo, Venezuela.
- Moreno, A. (2002). Historias de vida e investigación. Centro de Investigaciones Populares. Caracas.
- Olivares Mesa, A. (2005). La globalización y la internacionalización de la empresa: ¿es necesario un nuevo paradigma? Estudios gerenciales, 21(96), 127-137.
- Ordóñez, E. Zabaleta, E. (2011). Internacionalización de las pymes cartageneras en los casos: Industrias Fervill Ltda.; Metalmecánicas Osorio Y Cía.; y Procesos Químicos Colombianos Ltda.: situación actual y perspectivas. Trabajo de grado para graduarse como Profesional en Finanzas y Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica De Bolívar. Cartagena.
- Peña, A. Q. (2006). Metodología de investigación científica cualitativa. Psicología: Tópicos de actualidad, 47-84.

- Pérez R., Omar José; Segovia, Yamileth. (2013). Escenarios prospectivos del sector público institucional. Caso: municipio Morán del estado Lara. Compendium, vol. 16, núm. 31, julio-diciembre, pp. 51-70. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela.
- Ramírez Atehortúa, F. Zwerg-Villegas, A. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. AD-minister, Univ EAFIT. 20:91-111.
- Ripoll., M. (1999). “La Actividad Empresarial de Diego Martínez Camargo, 1890-1937”. Cuadernos de Historia Económica y Empresarial Nro. 2. Centro de Estudios Regionales del Banco de la República. Mes de Marzo. Cartagena.
- Ripoll., M. (2000). “Redes familiares y el comercio en Cartagena: El caso de Rafael del Castillo & Co., 1861-1960”. Cuadernos de Historia Económica y Empresarial Nro. 5. Centro de Estudios Regionales del Banco de la República. Mes de Marzo. Cartagena.
- Ripoll, M. (2007). Empresarios centenaristas en Cartagena: Cuatro estudios de casos. Cartagena: Universidad de los Andes-Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Rivero, M. (2008). La Botica Román en Cartagena. Revista Credencial Historia. Edición 218 febrero. Publicación digital en la página web de la Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República.
- Safford, Frank (1989). El ideal de lo práctico. El desafío de formar una elite técnica y empresarial en Colombia, Bogotá, Universidad Nacional, El Ancora Editores.
- Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 1, p. 111-138.
- Samaja, J. (2005). Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. Eudeba. Buenos Aires.
- Sayago, Sebastián. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. Cinta de Moebio, (49), 1-10. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2014000100001>
- Villalba, C. (2015). Siluetas. Alpha Editores. Cartagena.
- Yin, R. (2009). Case Study Research: design and methods (4^a ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Análisis de relación causal entre responsabilidad social corporativa y performance financiera

Pardavé, Dina Marcela¹, González, Jairo Alexander²

¹Estudiante Maestría en Administración de Empresas UPB Bucaramanga,
marcelapardave5@gmail.com

²Profesor Facultad Administración de Empresas UPB, Bucaramanga

Resumen— La Responsabilidad Social Corporativa con el paso del tiempo ha logrado despertar interés en el ámbito económico, social, académico y profesional empresarial, sin embargo, en Colombia la causalidad de dicha responsabilidad con respecto a la performance financiera no ha sido tomada en cuenta como objeto de estudio de los diversas investigaciones que se han llevado en el país, pues aunque existen evidencias de estudios y trabajos que se han realizado alrededor de estos dos temas por aparte pero pocos estudios han tomado en consideración la relevancia de realizar el análisis que tome en cuenta la relación de las variables en consideración de este estudio. La metodología que se utiliza en la investigación es de carácter cuantitativo exploratorio – explicativo aplicada a una muestra aleatoria de 3 de una población total de 20 empresas del sector industrial, a través de técnicas como: Manejo de datos cuantitativos con herramientas estadísticas, recolección de datos mediante entrevistas y uso de recursos por internet, cuyos alcances intrínsecos son respecto al riesgo ambiental del proyecto, respecto al proyecto y redes de conocimiento y respecto a las alianzas con el sector económico. Con el estudio se espera establecer modelos que nos permitan evaluar los efectos que tienen la Responsabilidad Social Corporativa y la Performance Financiera entre sí, para finalmente poder llegar a determinar la existencia de una relación causal entre ellas, ya sea de carácter positivo o negativo, o llegar a la conclusión de inexistencia de relación entre estas dos variables. El estudio tiene como fin aportar mayor información a las empresas que se encuentran en el ámbito nacional para crear mayor concientización acerca de la responsabilidad social: Qué es, qué significa para la organización, que beneficios y ventajas puede aportarles, como la organización a través de ella puede contrarrestar su actividad como empresa, qué efectos puede tener en ellos en su parte financiera, entre otro tipo de aspectos.

Abstract— With the passage of time, Corporate Social Responsibility has managed to awaken interest in the economic, social, academic and business professional spheres. However, in Colombia, the causality of said responsibility with respect to financial performance has not been taken into account as an object of study of the diverse researches that have been carried out in the country, because although there is evidence of studies and works that have been carried out around these two subjects separately, but few studies have taken into consideration the relevance of carrying out the analysis that takes into account the relationship of the variables under consideration in this study. The methodology used in the research is quantitative exploratory - explanatory applied to a random sample of 3 of a total population of 20 companies in the industrial sector, through techniques such as: Management of quantitative data with statistical tools, data collection through interviews and use of Internet resources, whose intrinsic scopes are with respect to the environmental risk of the project, with respect to the project and knowledge networks and with respect to alliances with the economic sector. The study is expected to establish models that will allow us to evaluate the effects that Corporate Social Responsibility and Financial Performance have on each other, in order to finally determine the existence of a causal relationship between them, whether positive or negative, or to reach the conclusion that there is no relationship between these two variables. The purpose of the study is to provide more

information to companies that are in the national scope to create greater awareness about social responsibility: What it is, what it means for the organization, what benefits and advantages it can bring them, how the organization through it can counteract its activity as a company, what effects it can have on them in its financial part, among other aspects.

Keywords / Palabras clave— *Responsabilidad Social Corporativa, Performance Financiera*

1. Introducción

Las empresas con el paso de los años han tomado mayor conciencia de la necesidad de obtener ventajas competitivas, logro de reducción de costes y riesgos, crecimiento de reputación y satisfacción de requerimientos de los stakeholders; por eso han fijado su interés en la responsabilidad social corporativa al dimensionar cómo puede llegar a otorgarles estos beneficios.

En diferentes trabajos revisados hasta el momento, se puede identificar el alcance que ha tenido la RSC en temas como valor agregado, rentabilidad, confiabilidad y sostenibilidad de las compañías aunque se encuentran evidencias de extensión dispar de RSC en empresas grandes y empresas pymes. En la presente investigación, se quiere analizar qué tipo de relación causal existe entre esta variable (RSC) y la performance financiera de las organizaciones, si es de carácter positivo, negativo, o neutro, teniendo en cuenta que en los resultados encontrados no hay mayor concordancia debido a que no llegan conclusiones concisas.

Por otra parte, en Colombia no hay mayor evidencia de trabajos que establezcan dicha relación, lo cual da más razones para llevar a cabo esta investigación para identificar modelos que permitan dar un mejor panorama de responsabilidad social corporativa y performance financiera en función conjunta, así como evaluar sus efectos mutuamente para poder aportar al país información relevante y convertir la investigación en promotora de posteriores estudios en relación al análisis de estas variables de interés.

Las razones anteriores son suficientes para desarrollar una nueva metodología que permita realizar el análisis de la relación causal de responsabilidad social y performance financiera en empresas de diferentes sectores económicos de Colombia.

La estructura de la investigación comienza con el planteamiento del problema seguido por los objetivos que se quiere lograr, justificación, antecedentes, marco teórico, diseño de metodología de investigación, resultados esperados, impactos, cronograma de actividades y finalmente por el presupuesto.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Analizar la relación causal entre la responsabilidad social corporativa y la performance financiera de empresas de Colombia

2.2. Objetivos específicos

- i) Identificar los modelos que miden la relación entre la responsabilidad social corporativa y los resultados económicos-financieros.
- ii) Evaluar el efecto de la responsabilidad social corporativa sobre los resultados económicos-financiero de las organizaciones colombianas.
- iii) Establecer la relación de causalidad y sus variables más influyentes entre la RSC y la performance financiera de las organizaciones colombianas.

3. Estado del Arte

La responsabilidad social ha sido de interés para el ámbito académico y profesional después de toda su evolución desde su origen en los años 50 y 60 a raíz de conflictos ocurridos en el mundo y problemas sociales como la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación urbana y la contaminación (Herrera, Larrán y Martínez, 2013). De la RSC depende el desarrollo sostenible, como fue descrito por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) donde “La responsabilidad social corporativa es el compromiso de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajo con empleados, sus familias y la comunidad local en general para mejorar la calidad de vida”.

Respecto a esta definición se alineó Blanco (2019) para describir la RSC como cultura ética propia de los negocios y asumida por las organizaciones, empresas, instituciones y sus miembros como respuesta a la sociedad frente a los problemas sociales, para generar un clima de bienestar y calidad en su vida y con el medio ambiente.

Autores como Valdés y Fraga (2017) encuentran similitudes en algunos artículos académicos, informes de empresas y documentos acerca de la responsabilidad donde es connotada como actuaciones realizadas de manera voluntaria por las compañías para contrarrestar los impactos económicos, sociales y ambientales de sus operaciones y la incertidumbre de sus grupos de interés. Este planteamiento se ve complementado por Del Gaytán y Flores (2018) quienes aducen los beneficios de reconocimiento e identificación de valores corporativos que trae consigo la RSC, aunque demuestran la complejidad de los aspectos anteriormente mencionados. Además, hacen observación de la importancia de la integración tanto de los grupos de interés como de las personas de escasos recursos.

Teniendo en cuenta la trascendencia de la RSC, diferentes investigadores la han tomado como referencia para sus trabajos e investigaciones donde proponen metodologías para llevar a fondo el análisis de este elemento, sus dimensiones, alcances, y posibles efectos en otras áreas de las organizaciones. En las investigaciones existen pruebas de que la responsabilidad no ha tenido una extensión igual en el sector de las grandes empresas y las pymes por la falta de discernimiento por parte de los directivos de las pymes acerca de la RSC, la poca cercanía con los grupos de interés y la carencia de capacidades que influyen en la comunicación de los miembros de la organización. Pero esto, no quiere decir que las pequeñas y medianas empresas no ejerzan prácticas de responsabilidad social, porque ellas sin darse cuenta en realidad son las que más las implementan; de cierta forma se le podría llamar como práctica Responsabilidad Social Silenciosa.

Para Chacón y Rugel (2018) la RSC tiene en cuenta todas las áreas de la empresa sin importar que tipo de empresa pero con el paso del tiempo la RSC pasó de ser una estrategia a llegar a convertirse una política esencial de las compañías ya que ahora los directivos han empezado a implementar proyectos diseñados para minimizar los impactos negativos que tenga la compañía en el entorno y aumentar los impactos positivos. Con el fin de fortalecer las operaciones empresariales, la ISO publica una herramienta esencial, la norma ISO 26000 como guía de directrices y pautas para desarrollar el modelo en la organización, de tal forma que encamine a las organizaciones a pasar de buenas intenciones a realizar buenas acciones. Un factor de relevancia para la expansión de RSC es el acogimiento de buenas prácticas en cuanto a criterios de inversión en mercados financieros. Al haber aumento en el nivel de concientización en inversores se espera que las empresas incrementarán sus prácticas de

responsabilidad social para obtener ventajas en recursos financieros. De esta forma, las empresas se sumergen más no solo en la perspectiva económica, sino toman también en consideración la social y medioambiental. Este planteamiento se lleva a cabo teniendo en cuenta el desarrollo de proyectos por parte del estado para concientizar acerca de la importancia de la responsabilidad social en las organizaciones (Charlo, Moya y Muñoz, 2013).

Una de las hipótesis de carácter positivo donde la responsabilidad social causa a la performance financiera es la relacionada al impacto social, la cual está incluida en la clasificación de teorías de RSC, específicamente en las teorías instrumentales sugeridas por Garriga and Melé (2004) donde la empresa es creadora de riqueza y las actividades sociales son el camino a la consecución de resultados económicos; en la hipótesis se afirma una relación directamente proporcional donde a mayor nivel de responsabilidad social mayor desempeño; esta teoría es apoyada por Wood, (1991) y Williams et al.(2006) ya que destacan dentro de la literatura suficientes argumentos que sustentan la teoría sin importar que las empresas se rijan solo por el enfoque normativo y dejen de lado los enfoques descriptivo e instrumental encaminados hacia más sostenibilidad y reputación corporativa que conllevan hacia el beneficio de carácter económico .

Cañal, Atomil y Rodríguez (2008) tomaba en consideración la preocupación del mercado financiero hacia las inversiones en cuanto al desarrollo sostenible, pero en contrapuesto ante la crisis global existía una constante en el nivel de importancia a aspectos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo, por su potencial en el largo plazo para propulsar las compañías. Salazar y Gutiérrez (2018) señalan que las finanzas han ido evolucionando desde teorías neoclásicas hasta llegar a las finanzas corporativas y la decisión de invertir en responsabilidad social ha significado aportar como empresa a la sociedad para lograr un mejoramiento en condiciones dando respuesta a las preocupaciones e intereses de los inversores y creando al igual valor en el ámbito social. Pero por otro lado, en Colombia la RSC aparece después de la segunda mitad del siglo XX, inicialmente impulsada por autoridades eclesíásticas y el gobierno, afianzado por la creación de asociaciones como la ANDI (1944), FENALCO (1945) y ACOPI (1951), instituciones de gobierno como el SENA (1957) y el ICBF (1968), además de la creación de empresas propias.

Según Van Beurden y Gössling (2008) para poder determinar la relación entre responsabilidad social corporativa y performance financiera, es necesario contar con los indicadores de ambas variables. Estudios realizados acerca de la RSC, coinciden en la medición del rendimiento de empresas y además, utilizan una amplia gama de dimensiones y aspectos de la empresa como: La adquisición de equipos anticontaminación, la inversión

sostenible y el comportamiento interno, sus políticas sobre las mujeres y los grupos minoritarios, las relaciones con los clientes, las relaciones comunitarias y los programas filantrópicos. Griffin y Mahon (1997) y Van Beurden y Gössling (2008) dividen la evaluación del rendimiento en base al mercado en precios de acciones, relación entre precio de las acciones e intereses, y los valores alfa y beta y, en base a la contabilidad en cuanto a tamaño de la empresa, el rendimiento de los activos, el rendimiento de los fondos propios y el rendimiento medio de las ventas de 5 años.

Alonso, Rodríguez, Cortez y Abreu (2012) identificaron unos grupos de factores que es necesario tener en cuenta para promover la responsabilidad social como son: Factores interorganizacionales, dinámica competitiva, inversores institucionales, poder de los consumidores finales, reguladores gubernamentales y organizaciones no gubernamentales. Afirmaban que la RSC debe alinearse con el performance financiera para poder lograr un efecto positivo en los accionistas de confianza, además, ratificaron los diversos resultados que se han obtenido de los trabajos realizados en la relación de estos dos temas. En su metodología de análisis contemplan en variable de RSC si las empresas han obtenido su distinción como socialmente responsables, y en variables de desempeño financiero indicadores de rentabilidad como ROA, ROE, rentabilidades por acción y crecimiento de utilidades, donde estas últimas son las comúnmente utilizadas para este tipo de análisis.

Aguilera, Guerrero y Morales (2015) analizaba que la relación entre responsabilidad social corporativa y performance financiera es debatida al no ser decisiva en consecuencia a una serie de características que generan incertidumbre, complejidad y condicionan el efecto y rentabilidad de la RSC, aunque existen factores como la innovación y el nivel de diferenciación que generan un impacto totalmente distinto en cuanto al desempeño financiero. En su modelo señala como variables independientes la responsabilidad social, la diversificación internacional y variables de control y la dependiente es el desempeño financiero, tienen en cuenta las dimensiones sociales relacionadas a los grupos de interés y que de cierta manera influyen en la estrategia corporativa de las organizaciones.

4. Metodología

La metodología diseñada para el estudio es cuantitativa de carácter correlacional – explicativo, ya que se implementará una recolección de datos para analizar las variables responsabilidad social corporativa y performance financiera en diferentes sectores económicos de empresas que tienen presencia en el país, el cual podrá permitir tener certeza de la verdad o falsedad de la relación, en cuanto a magnitud y naturaleza.

1. Características metodológicas.

La metodología diseñada para el estudio es cuantitativa de carácter correlacional – explicativo, ya que se implementará una recolección de datos para analizar las variables responsabilidad social corporativa y performance financiera en diferentes sectores económicos de empresas que tienen presencia en el país.

2. Población y muestra / Caso de estudio

Población: Empresas nacionales de diferentes sectores.

Muestra: Aún por definir

a. Actividades y técnicas

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | | ACTIVIDADES | | HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS A APLICAR |
|-----------------------|---|-------------|---|-------------------------------------|
| 1 | Identificar los modelos que miden la relación entre la responsabilidad social corporativa y los resultados económico-financieros | 1.1 | Revisión de modelos aplicados en estudios anteriores | Bases de datos |
| | | 1.2 | Elaboración test de correlación de variables y aplicación | Microsoft word |
| | | 1.3 | Recopilación de datos test correlación y análisis de gráficas | Microsoft word e internet |
| 2 | Evaluar el efecto de la responsabilidad social corporativa sobre los resultados económicos-financieros de las organizaciones | 2.1 | Análisis de resultados financieros de planes de RSC | Bases de datos |
| | | 2.2 | Correlación datos financieros de programas RSC | Lista de chequeo |
| | | 2.3 | Generación de análisis y discusión de resultados encontrados | Tabuladores y graficadores internet |
| 3 | Establecer la relación de causalidad y sus variables más influyentes entre la RSC y la performance financiera de las organizaciones | 3.1 | Evaluación del impacto de RSC en las finanzas | Diagrama Causa- Efecto |
| | | 3.2 | Realización de análisis de impactos encontrados | Hoja electrónica |
| | | 3.3 | Generación de informe final | Procesador de texto |

Tabla 1. Actividades y técnicas

En la tabla 1, se muestran los objetivos específicos, con sus respectivas actividades y herramientas técnicas a aplicar.

5. Resultados esperados

Con este estudio se quiere aportar mayor información a las empresas que se encuentran en el ámbito nacional para crear mayor grado de conocimiento acerca de la responsabilidad social y la performance financiera. El alcance del proyecto tiene como finalidad:

- ✓ Ampliación del campo de análisis e interpretación y relación de las variables responsabilidad social corporativa y performance financiera
- ✓ Publicación artículo de análisis de la relación causal entre la responsabilidad social corporativa y la performance financiera de las empresas
- ✓ Informe técnico a empresa intervenida de su situación financiera con respecto a la responsabilidad social corporativa
- ✓ Presentación en seminarios de divulgación donde participan empresas interesadas
- ✓ Publicación artículo de análisis de la relación causal entre la responsabilidad social corporativa y la performance financiera de las empresas.
- ✓ Ponencia pionera en el análisis causal de relación entre responsabilidad social corporativa y performance financiera.
- ✓ Presentación en seminarios

6. Impactos

La investigación tiene como fin contribuir a la literatura, realizando aportes relevantes para el Grupo de Investigación en Administración (GIA) adscrito a la Facultad de Administración de Empresas. Además, se puede generar una nueva línea de investigación para los diversos grupos de investigación adscritos a temas empresariales y/o financieros.

Con este proyecto se pretende conocer la relación entre responsabilidad social y pf de las empresas que permita predecir cambios visibles en el entorno social de las empresas y los efectos en la performance en el corto, mediano y largo plazo teniendo en cuenta escenarios diversos de la economía. También se busca comprender esta interrelación en algunos sectores de empresas del país.

Adicionalmente, se considera que por la importancia de la temática abordada y por la escasez de la literatura especializada sobre la causalidad de RSC y performance financiera, se puede ser promotor en el país de esta nueva línea de investigación.

7. Conclusiones

En la actualidad el trabajo está en desarrollo, en fase de exploración y planeación de trabajo de campo.

8. Referencias Bibliográficas

- Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J., Morales-Raya, M. (2015). Multinational enterprises' social responsibility and financial performance: The influence of international diversification. *Revista Venezolana de Gerencia*, 20 (71), pp. 419-439. Cited 1 time.
- Alonso-Almeida, M. del M., Rodríguez García, M. del P., Cortez Alejandro, K. A., & Abreu Quintero, J. L. (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: Un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y Administración*, 57(1), 53–77.
- Becchetti, L. y Ciciretti, R. (2009) Corporate social responsibility and stock market performance, *Applied Financial Economics*, 19:16, 1283-1293.
- Blanco Miranda, V. J. (2019). Responsabilidad social universitaria. *Dictamen Libre*, (17), 81–91.

Borjas, C. (2007). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero: un Enfoque Estratégico. *Revista de Ciencias Empresariales y Economía*, (6), 137–146.

Cañal Fernández V, Antomil Ibias, J. y Rodríguez Uría, M.V. La selección de carteras socialmente responsables: Revisión Crítica de la literatura.

Chacón Cantos, J., Rugel Kamarova, S. (2018) Corporate social responsibility and its positive impact on business and society. *Revista Espacios*, 39 (41), 12 p.

Charlo Molina, M. J., Moya Clemente, I., Muñoz Rubio, A.M. (2016). Desarrollo sostenible en español Listado de Empresas: Una Aproximación Estratégica.

Charlo Molina, M. J., Moya Clemente, I., Muñoz Rubio, A.M. (2013). Factores diferenciadores de las empresas del índice de responsabilidad español. *Cuadernos de Gestión*, 13 (2), 15-37.

Eugenio Pachón A.D, Flórez Gómez R.G y Martínez Cubillan A. (2016). Impactos de las prácticas de responsabilidad social corporativa en el desempeño financiero de los sectores empresariales.

Freeman R.E (1984): Strategic management: a stakeholder approach. Pitman Press, Boston.

Freeman, R.E. (1994): "The politics of stakeholder theory: some future directions". *Business Ethics Quarterly*, 4: 409-421.

García, F., González-Bueno, J., Oliver, J., Tamošiūnienė R. A novel fuzzy multiobjective approach for socially responsible portfolio investment.

Gaytán Ramírez, M. Del C., & Flores Villanueva, C. A. (2018). Factores Determinantes en La Adopción De Prácticas De Responsabilidad De Social Empresarial: Un Análisis Sectorial en Las Franquicias Mexicanas. *Ad-Minister*, (33), 21–38.

Gómez García, F. (2008) “Responsabilidad Social Corporativa y Performance Financiero: Treinta y Cinco Años De Investigación Empírica En Busca De Un Consenso”, *Principios: Estudios De Economía Política*, Vol. 11, p. 5-24.

González, J. H. S., & Bedoya, D. A. L. (2008). Potencial De Las Finanzas Éticas en La Generación De Nuevas Alternativas De Inversión en Colombia. *Cuadernos de Administración (01203592)*, 21(36), 183–220.

Griffin JJ, Mahon JF. 1997. The corporate social performance and corporate financial performance debate: twenty-five years on incomparable research. *Business and Society* 36(1): 5–31.

Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., y Martínez-Martínez, D. (2013). Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas. *Cuadernos de Gestión* 13(2): 39-65.

Lev, B., Petrovits, C., & Radhakrishnan, S. (2010). Is doing good for you? How corporate charitable contributions enhance revenue growth. *Strategic Management Journal*, 31(2), 182–200.

Lu, W.; Chau, K.W.; Wang, H.; Pan, W. A. (2014). Decade’s debate on the nexus between corporate social and corporate financial performance: A critical review of empirical studies 2002–2011. *J. Clean. Prod.* 2014, 79, 195–206.

Madorrán, C y García, T. (2016). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Spanish Case.

Margolis, Joshua & Elfenbein, Hillary & P. Walsh, James. (2009). Does it Pay to Be Good...And Does it Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. *SSRN Electronic Journal*. 10.2139/ssrn.1866371.

Pardo Torres, D.Y, Rangel Melgarejo, D.A. (2016). Prácticas de responsabilidad social empresarial en las empresas del sector hotelero de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Pelozza, J. (2009). The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate Social Performance.

Poyatos León, J.A (2014). Responsabilidad social corporativa y performance financiera de las empresas.

Preston LE, O'Bannon DP. 1997. The corporate social-financial performance relationship: A typology and analysis. *Business and Society* 36(4): 419-429.

Garriga E, Melé D. 2004. Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics* 53(1/2): 51-71.

Ríos, J.A (2016) Beneficios en impuesto sobre la renta relacionados con la responsabilidad social empresarial en personas jurídicas *Contexto* 5; 7-17.

Saavedra García, M. L. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39-54.

Salazar Jiménez, E.J., Gutiérrez Castañeda, B.E. (2018) The divulgation of the practices of corporate social responsibility and financial performance of colombian companies. *Revista Espacios*, 39 (50), 16 p.

Salzmann O, Ionescu-Somers Un, Steger U. 2005. El caso empresarial para sostenibilidad corporativa: reseña de Literatura y opciones de búsqueda. *Revista de Gestión europea* 23(1): 27–36.

Torregrosa Castro, C.M, Estupiñan Osorio G. (2018). ¿Cómo está la Responsabilidad Social Empresarial del sector bancario en el municipio de Girón?

Uribe-Saldarriaga, C. M. (2014). Mercadeo verde de una empresa dorada.

Van Beurden P, Gössling T. 2008. The worth of values – a literature review on the relation between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics* 82(2): 407–424.

Valdés Alarcón, M.E. y Fraga Rodríguez R. (2017). Actitud y compromiso claves para ética y responsabilidad social empresarial. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA), N° 16 – 2017 ISSN 1988-9011 pp. 35 – 48.*

Caracterización de proveedores de bienes y servicio para la producción y exportación de vino en el municipio de Zapatoca, Santander.

JANIRIS TATIANA ORELLANO LÓPEZ

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN: NEURO INNOVATEUR

CORREO ELECTRÓNICO: JANIRIS.ORELLANO@USTABUCA.EDO.CO

FACULTAD: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA

Resumen La presente investigación surge a partir de la siguiente pregunta ¿Cómo conocer los proveedores para la adquisición de bienes y servicios para la producción y exportación de vino, para poder establecer lazos comerciales con el Viñedo Sierra Morena, en el municipio de Zapatoca, Santander? Para ello se pretende caracterizar los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino en el municipio de Zapatoca, Santander, para esto se determinarán los bienes y servicios necesarios para para la producción y exportación de vino, se analizarán los factores que se deben tener en cuenta para la selección de proveedores y se van a establecer aspectos legales, administrativos, producción, financiero y de marketing. Investigación descriptiva ya que se realizará como fuente primaria los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino, Viñedo Sierra Morena, Municipio de Zapatoca, Santander, el tipo de muestra que se va a utilizar para la realización de la presente investigación es de tipo no probabilístico, más específicamente es un muestreo de conveniencia 20 proveedores Principalmente se utilizan documentos relacionados con proveedores. En segunda estancia se abarca el tema de la caracterización de proveedores, se trabajan aspectos como los factores que

influyen al interactuar con los proveedores, se indaga acerca de la gestión de proveedores en ISO 9001:2015, en el cual se observan requisitos legales y reglamentarios. En la actualidad la forma de comunicarse con las empresas proveedoras de bienes y servicios se transformó ya que se realiza un pedido a través de una página oficial nacional o internacional, permite a las empresas publicar toda su información como la trascendencia de igual forma brinda al viñedo una gama amplia para seleccionar la que ofrezca menor costo en los bienes y servicio, garantías de entrega y cumplimiento de normas pactadas por las partes.

Palabras Clave-Caracterización, Costos, Servicios, Proveedores.

Abstract *The present investigation arises from the following question: How to know the suppliers for the acquisition of goods and services for the production and export of wine, to be able to establish commercial ties with the Sierra Morena Vineyard, in the municipality of Zapatoca, Santander? For this, it is intended to characterize the suppliers of goods and services for the production and export of wine in the municipality of Zapatoca, Santander, for this the goods and services necessary for the production and export of wine will be determined, the factors that will be analyzed will be determined. they must take into account for the selection of suppliers and they will establish legal, administrative, production, financial and marketing aspects.*

Investigation is descriptive since the suppliers of goods and services for the production and export of wine, Sierra Morena Vineyard, Municipality of Zapatoca, Santander, will be the primary source, the type of sample that will be used to carry out the present investigation it is of a non-probabilistic type, more specifically it is a sampling of convenience 20 suppliers Mainly documents related to suppliers are used. In the second room the issue of the characterization of suppliers is covered, aspects such as the factors that influence when interacting with suppliers are discussed, inquiries about supplier management in ISO 9001: 2015, in which legal and regulatory requirements are observed. Currently, the way to communicate with the suppliers of goods and services has been transformed since an order is placed through an official national or international page, it allows companies to publish all their information as transcendence in the same way it provides to the vineyard a wide range to select the one that offers the lowest cost in goods and services, delivery guarantees and compliance with standards agreed upon by the parties.

1. Introducción

Descripción de problema

La gestión con los proveedores es fundamental en las organizaciones modernas que quieren y luchan cada día por mantenerse en la competencia. Actualmente el proceso de la gestión de compras y abastecimiento empiezan a verse en el mundo industrial y empresarial como una oportunidad de agregar valor a la cadena de suministro, así como a los objetivos de negocio. Y es considerada como un área estratégica que puede lograr impactos positivos en términos de reducción de costos, servicio al cliente y resultados financieros, Todo esto se logra dependiendo de la relación que se tenga con los proveedores, por lo cual es tan importante la gestión con estos Socios estratégicos. (Camara de comercio de Medellín, s.f.)

Las características de globalización e internacionalización del mercado del siglo XXI han propiciado un aumento sustancial del comercio internacional. Hoy en día es casi impensable que una gran compañía productora pueda sobrevivir y mantenerse como líder del sector sin adquirir materia prima o componentes a proveedores de otros países. Además, y dependiendo del sector, la mayoría de las compañías que prestan servicios a nivel mundial deben diversificar parte de su abanico de servicios a compañías radicadas a miles de kilómetros de distancia. (Kyocera, 2018)

El escenario es concluyente. Cada vez más las empresas subcontratan áreas de trabajo y de responsabilidad, desde los clásicos componentes de fabricación a la logística, gestión de recursos humanos o programas concretos de innovación. En buena manera, el valor de una empresa hoy lo establece lo que valga su cadena de proveedores, pero también la cadena de proveedores de cada suministrador. “Nadie en la empresa, ni siquiera Recursos Humanos, controla tanto presupuesto, por tanto, una mala gestión de la política de compras es crítica para la empresa”, explica Iván Martín, director Worldwide de la Norma de Aerce (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos). (Alonso, 2018)

Teniendo en cuenta las anteriores premisas, el sector vinícola no está exento de la provisión de materias primas, insumos y maquinarias, entre estas se encuentran las botellas, corchos, etiquetas, maquinarias para la filtración de los residuos, barricas en donde es almacenado por un año o más la vid, entre otros que se requieren exportarlas ya que son más económicas para la producción de vino.

Para el caso de Santander, el viñedo Sierra Morena objeto de estudio de la presente investigación requiere en su proceso de exportación las siguientes materias prima, insumos, equipos: **Materias primas:** Uva isabella, abono natural. **Insumos y equipos:** Campden Tablets-100 conteo, etiqueta, Botella Corvejón Marrón, Corcho Micro Partical, Doble corcho de palanca (portugués), Bomba de transferencia, Barril-roble-6 gal húngaro.

De acuerdo con lo anterior se evidencia la necesidad de conocer los proveedores con detalle a fin de poder crear un lazo comercial que facilite la adquisición de dichas materias primas, insumos, y/o equipos a un bajo coste y con posibilidades de financiación y servicio posventa. Por ello se realiza la siguiente formulación del Problema ¿Cómo conocer los proveedores para la adquisición de bienes y servicios para la producción y exportación de vino, para poder establecer lazos comerciales con el Viñedo Sierra Morena, en el municipio de Zapatoca, Santander?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Caracterizar los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino en el municipio de Zapatoca, Santander.

2.2 Objetivo específico

- 2.2.1** Determinar los bienes y servicios necesarios para para la producción y exportación de vino.
- 2.2.2** Analizar los factores que se deben tener en cuenta para la selección de proveedores.
- 2.2.3** Establecer aspectos legales, administrativos, producción, financiero y de marketing.

3. Justificación

La caracterización de los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino en el municipio de Zapatoca, Santander es importante para la selección de proveedores, por medio de una metodología de selección y evaluación de nuevos proveedores, teniendo en cuenta la ISO 9001:2015 que facilita la gestión de calidad de los proveedores. La selección de proveedores es un tema presente en todas empresas ya que es de vital importancia para la obtención de materias primas, maquinarias y otros servicios en busca de la calidad del producto terminado.

El punto clave en la selección de los proveedores que recae en realizar una búsqueda en la cual se suplan todas las necesidades de la empresa vinícola, la búsqueda de nuevos proveedores se puede dar por múltiples razones por ejemplo los convenios que tiene no ofrecen todo lo necesario para el desarrollo de la actividad económica.

Además, a través de la caracterización se puede crear una base de datos para brindar información actualizada del proveedor a la empresa con un servicio de calidad debido a la disminución en el margen de error y reducción en el tiempo de entregas a nivel internacional.

En la actualidad es necesario reconocer los factores que favorecen o no al comprador porque de esto depende los costos de la producción por lo que es necesario la implementación de

normas de cumplimiento entre las partes, con lo cual se evitan problemas o conflictos que puedan surgir en el proceso de compra y venta. Es importante resaltar que la presente investigación se deriva del proyecto de investigación titulado modelo de competitividad para comercialización y producción de vino en el municipio de Zapatoca, Santander aprobado en la VII convocatoria interna de semillero de investigación de la universidad Santo Tomás de la seccional Bucaramanga 2018 y como requisito de grado para optar por el título de Administrador de Empresas de la misma institución.

Finalmente, los beneficiados con esta investigación son: Viñedo Sierra Morena porque la propuesta de investigación de Caracterización de proveedores de bienes y servicio para la producción y exportación de vino está enfocada en el viñedo Perú de la croix para la formalización de lazos comerciales. La investigadora dado que obtiene nuevos conocimientos sobre proveedores y como caracterizarlos para beneficiar a la empresa de vino optimizando costos a través de la comparación de las empresas proveedores. La universidad Santo Tomás debido a que es la entidad representante en este caso se beneficia con la obtención de reconocimiento por su participación de los procesos de investigación y el desarrollo que se dan al realizarlos en sus diferentes áreas de conocimiento, en especial en las ciencias económicas, administrativas y contables, generando un aporte a la sociedad, ya que uno de sus fines es mejorar la calidad de vida de las personas y la innovación de los procesos empresariales.

4. Marco teórico

Proveedores

Según la Real Academia Española es la “persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etcétera”. Se trata de una definición intermedia de un concepto que puede ser ampliado o restringido según las necesidades. Así, por ejemplo: En términos generales, un proveedor es alguien que nos vende un bien o presta un servicio. De esta definición se excluye a quienes prestan servicios laborales, a quienes se llama trabajadores. Y no es necesario que el cliente sea una empresa u organización. Puede ser perfectamente un particular. Es decir, es el concepto recíproco del cliente. Somos los proveedores de nuestros clientes y clientes de nuestros proveedores. (Gonzalo, Hablemos de Empresas, 2019)

En términos contables, se habla de cuentas de proveedores para referirse a los créditos que nos prestan aquellos proveedores que los son con carácter habitual.

Se pueden establecer decenas de clasificaciones de proveedores en función de diversos criterios como, entre las que destacan algunas como, por ejemplo:

Por el marco temporal de relación hay proveedores habituales, esporádicos, puntuales, etcétera.

Por su localización existen proveedores locales, nacionales, internacionales, globales, etcétera.

De acuerdo con el tipo de actividad que realizan podemos hablar de proveedores agrícolas, ganaderos, mineros, pesqueros, forestales, industriales, comerciales, artesanales, de servicios, etcétera.

En función de lo que ofrecen existen proveedores de bienes y servicios destinados al consumidor o de factores de producción enfocados a las empresas.

Con relación a la naturaleza jurídica del cliente podemos distinguir proveedores de las administraciones públicas de los del sector privado.

También podemos diferenciar entre proveedores de alto y bajo contenido tecnológico. (Gonzalo, Hablemos de Empresas, 2019)

Norma ISO 9001:2015

Objeto y campo de aplicación

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:

- a) necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y
- b) aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables (Icontec, 2015)

Todos los requisitos de esta Norma Internacional son genéricos y se pretende que sean aplicables a todas las organizaciones, sin importar su tipo o tamaño, o los productos y servicios

suministrados.

NOTA 1 En esta Norma Internacional, los términos “producto” o “servicio” se aplican únicamente a productos y

servicios destinados a un cliente o solicitados por él.

NOTA 2 El concepto que en la versión en inglés se expresa como “statutory and regulatory requirements” en esta

versión en español se ha traducido como requisitos legales y reglamentarios. (Icontec, 2015)

Enfoque al cliente

La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:

- a) se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
- b) se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente;
- c) se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente. (Icontec, 2015)

Establecimiento de la política de la calidad

La alta dirección debe establecer, implementar y mantener una política de la calidad que:

- a) sea apropiada al propósito y contexto de la organización y apoye su dirección estratégica;
- b) proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad;
- c) incluya un compromiso de cumplir los requisitos aplicables;
- d) incluya un compromiso de mejora continua del sistema de gestión de la calidad. (Icontec, 2015)

Roles, responsabilidades y autoridades en la organización

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen, se comuniquen y se entiendan en toda la organización.

La alta dirección debe asignar la responsabilidad y autoridad para:

- a) asegurarse de que el sistema de gestión de la calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional;
- b) asegurarse de que los procesos están generando y proporcionando las salidas previstas;
- c) informar, en particular, a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y sobre las oportunidades de mejora (véase 10.1);
- d) asegurarse de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización;
- e) asegurarse de que la integridad del sistema de gestión de la calidad se mantiene cuando se planifican e implementan cambios en el sistema de gestión de la calidad. (Icontec, 2015)

Tipo y alcance del control

La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a sus clientes.

La organización debe:

- a) asegurarse de que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad;
- b) definir los controles que pretende aplicar a un proveedor externo y los que pretende aplicar a las salidas resultantes;
- c) tener en consideración:

- 1) el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
- 2) la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo;
- d) determinar la verificación, u otras actividades necesarias para asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente cumplen los requisitos. (Icontec, 2015)

Información para los proveedores externos

La organización debe asegurarse de la adecuación de los requisitos antes de su comunicación al proveedor externo.

La organización debe comunicar a los proveedores externos sus requisitos para:

- a) los procesos, productos y servicios a proporcionar;
- b) la aprobación de:
 - 1) productos y servicios;
 - 2) métodos, procesos y equipos;
 - 3) la liberación de productos y servicios;
- c) la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas;
- d) las interacciones del proveedor externo con la organización;
- e) el control y el seguimiento del desempeño del proveedor externo a aplicar por parte de la organización;
- f) las actividades de verificación o validación que la organización, o su cliente, pretende llevar a cabo en las instalaciones del proveedor externo. (Icontec, 2015)

Fuente: ISO 9001 (2015)

5. Metodología

Tipo de investigación:

La presente investigación es descriptiva dado que se caracterizan los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino en el municipio de Zapatoca, Santander. En primer lugar, se determinarán los bienes y servicios necesarios para para la producción y exportación de vino. En segundo lugar, se analizarán los factores que se deben tener en cuenta para la selección de proveedores y en tercer lugar se establecer aspectos legales, administrativos, producción, financiero y de marketing.

Recolección de datos

Recolección de datos mixta

| Objetivos específicos | Recolección de datos | | | Instrumento que utilizar |
|---|---|--------------|-------|--|
| | cualitativa | cuantitativa | Mixta | |
| Determinar los bienes y servicios necesarios para para la producción y exportación de vino. | (cualitativa) Se hará una descripción detallada del proceso que debe realizar la empresa para la obtención de los bienes y servicios necesarios para la producción y exportación de vino. | | | <ul style="list-style-type: none"> ● Artículos ● Documentos ● Investigaciones científicas |
| Analizar los factores que se deben tener en cuenta para la selección de proveedores. | (Mixta) Se realizarán entrevistas hacia el productor; en donde se procederá a una encuesta con preguntas abiertas y cerradas, para que pueda expresar la situación que se presenta al elegir un proveedor. | | | <ul style="list-style-type: none"> ● Encuestas ● Artículos ● Documentos Investigaciones científicas |

| | | |
|---|---|---|
| <p>Establecer aspectos legales, administrativos, producción, financiero y de marketing.</p> | <p>(cualitativa) Se priorizarán las empresas que cumplen con los parámetros establecidos para la selección del lazo comercial</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Normas internacionales ● Documentos ● Artículos |
|---|---|---|

Población

Los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino, Viñedo Sierra Morena, Municipio de Zapatoca, Santander.

Muestra

El tipo de muestra que se va a utilizar para la realización de la presente investigación es de tipo no probabilístico, más específicamente es un muestreo de conveniencia 20 proveedores

Fuentes de información

Fuentes Primarias: Los proveedores de bienes y servicios para la producción y exportación de vino, Viñedo Sierra Morena, Municipio de Zapatoca, Santander

Fuentes secundarias: Principalmente se utilizan documentos relacionados con proveedores.

En segunda estancia se abarca el tema de la caracterización de proveedores para producción y exportación del vino en el municipio de Zapatoca, tomando como referente a la familia Rangel, que fabrica y comercializa el vino Perú de Croix, en su finca Sierra Morena; en este artículo se trabajan aspectos como los factores que influyen a la hora de interactuar con los proveedores.

Por último, se indaga acerca de la gestión de proveedores en ISO 9001:2015, en el cual se observan requisitos legales y reglamentarios, tales como datos de registro, permiso de

operación o aquellos específicos de su actividad que interactúan en el sector industrial y empresarial, por lo que se analizan distintos conceptos.

RESULTADOS PARCIALES

Como resultados en curso se presenta el rastreo de bienes que se requieren para la producción de vino con fines de exportación:

| TIPO DE BIEN O SERVICIO | CANTIDAD | NACIONAL O IMPORTACIÓN | FUNCION |
|------------------------------|----------|------------------------|---|
| Botella Corvejón 5° - Marrón | 1000 | Internacional | Mantener el producto final en buen estado. |
| Corcho Micro Partical | 1000 | Internacional | Ayuda a la oxigenación del vino cuando se encuentran en las cavas. |
| Campden Tablets-100 conteo | 3 | Internacional | Detiene la oxidación del vino para poder hacerle limpieza al mosto. |

| | | | |
|-------------------------------------|---|---------------|--|
| Doble corcho de palanca (portugués) | 2 | Internacional | Ayuda a fijar el corcho en las botellas para evitar pérdida del producto. |
| Bomba de transferencia | 2 | Internacional | Ayuda a pasar el vino de las barricas hacia la botella. |
| Barricas | 6 | Nacional | Mantiene el vino en buen estado además aporta un sabor por la madera de la cual están hechos (roble) |

6. Conclusiones

En la actualidad la forma de comunicarse con las empresas proveedoras de bienes y servicios se transformó ya que se puede realizar un pedido a través de una página oficial ya sea de una empresa nacional o internacional, permite a las empresas para mayor difusión de la calidad de sus bienes y servicios publican toda su información comercial en las páginas oficiales

Es necesario conocer la trascendencia de las empresas proveedoras en el mercado, de igual forma se debe tener diferentes y varias opciones de proveedores para seleccionar la que ofrezca menor costo en los bienes y servicio con calidad, garantías de entrega y cumplimiento de normas pactadas por las partes.

Exportar es más viable para las empresas ya que les permite obtener reconocimiento a nivel internacional posicionando la marca utilizando de manera eficiente los acuerdos comerciales con los proveedores de bienes y servicios que le permiten fijar un precio de venta justo para clientes internacionales.

7. Bibliografía

Alonso, R. (19 de 12 de 2018). *Emprendedores*. Obtenido de Evita que un mal proveedor te genere una gran crisis: <https://www.emprendedores.es/gestion/a78754/que-es-proveedor-problemas/>

Cámara de comercio de Medellín. (s.f.). *Herramientas empresariales*. Obtenido de La importancia en la gestión de proveedores: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasempresariales/BibliotecaProducci%C3%B3nyOperaciones/Laimportanciaenlagestiondeproveedores.aspx>

Gonzalo. (13 de 03 de 2019). *Hablemos de Empresas*. Obtenido de Todo sobre los proveedores: qué son exactamente y qué tipos hay: <https://hablemosdeempresas.com/empresa/que-son-los-proveedores/>

Gonzalo. (2019). Todo sobre los proveedores: qué son exactamente y qué tipos hay. *Hablemos de empresas* , 1.

Kyocera. (06 de 08 de 2018). *KYOCERA document Solutions*. Obtenido de Selección de proveedores internacionales: la técnica AHP: <https://smarterworkspaces.kyocera.es/blog/seleccion-de-proveedores-internacionales-la-tecnica-ahp/>

Uso del álgebra booleana para modelar la toma de decisiones económicas

Ballesteros Roza, Javier Humberto¹

¹*Economista, Mejor Trabajo de Grado, Universidad Nacional de Colombia. Email: jhballesteros@unal.edu.co. Este artículo surge del Trabajo de Grado homónimo presentado en el año 2018 galardonado por la Universidad Nacional de Colombia*

Resumen — El estudio de la teoría de la decisión por parte de la Economía se ha caracterizado por ser un modelo normativo en lugar de un modelo descriptivo que es propio de otras ciencias sociales. Este documento presenta una aproximación teórica al modelo descriptivo definiendo los elementos necesarios para tomar un determinado curso de acción. Se propone el uso de las herramientas pertenecientes al álgebra booleana, como lo son las tablas de verdad y sus funciones asociadas para explicar el proceso de decisión de una o varias acciones.

Gracias a las funciones reducidas, se puede observar cuáles variables afectan realmente determinadas decisiones de diferentes agentes económicos como lo son las personas, firmas, gobierno, entre otros. Además, se encuentra que los niveles altos de utilidad están dados por tener mejor información y por decisiones que son satisfactorias, en lugar de provenir de procesos de maximización que son poco realistas.

Abstract — The study of decision theory by the economy has been characterized as a normative model rather than a descriptive model that is typical of other social sciences. This document presents a theoretical approach to descriptive model defining the elements required to take a particular course of action. The use of the tools belonging to the Boolean algebra is proposed, as are the truth tables and their associated functions to explain the decision process of one or several actions.

Thanks to the reduced functions, it can observe which variables really affect certain decisions of different economic agents such as people, firms, government, among others. In addition, it is found that high levels of utility are given by have the best information and decisions that are satisfactory, instead of coming from processes of maximization that are not realistic.

Keywords/Palabras clave — agente económico, álgebra booleana, decisión satisfactoria, teoría de la decisión, utilidad. (economic agent, Boolean algebra, satisfactory decision, decision making theory, utility).

1. Introducción

En la economía, la teoría de la decisión se ha caracterizado por presentar un modelo normativo, es decir, que tiene como objetivo entregar una elección que puede considerarse óptima para todos los agentes económicos en un periodo de tiempo. Para lograr este cometido, la teoría se ha valido de una herramienta que permite poner en igualdad de condiciones a todos los agentes económicos puesto que se consideran como uno solo gracias al concepto “*Homo economicus*”. Esta herramienta teórica tiene como consecuencia la eliminación de diferencias que pueden ser considerables al momento de entender los distintos cursos de acción de cada agente económico ante diferentes situaciones dada la heterogeneidad de los posibles cursos de acción.

Por su parte, distintas ciencias sociales consideran que el modelo que permite entender el comportamiento de un agente económico en un determinado contexto es aquel que tiene un carácter descriptivo; debido a que este tipo de estudio facilita la inclusión de variables que en un primer

momento puedan parecer irrelevantes para seleccionar un curso de acción determinado. Si se aplicase esta lógica de un modelo descriptivo a las decisiones económicas podría explicarse el motivo por el cual ninguna predicción económica previó situaciones tan graves como la crisis financiera de 2008 donde uno de los motivos que la impulsaron fueron los sentimientos de codicia y miedo, típicos de los mercados de capitales. (Küng & Paz, 2009; Oliva, 2018).

Por lo tanto, este trabajo busca proponer un modelo de carácter descriptivo para las modelar las decisiones económicas que toman los diferentes agentes económicos en un determinado contexto, en el cual pueda incluirse variables como los heurísticos, sentimientos, factores viscerales, aprendizaje e inclusive las adicciones. Cabe aclarar que, esta propuesta es un modelo que busca realizar una primera aproximación y que, por lo tanto, está sujeto a restricciones pero que puede ser ampliado gracias al trabajo de investigadores futuros a quienes le pueda resultar interesante. La herramienta que permite realizar el análisis que el trabajo plantea es el Álgebra Booleana gracias a la relativa facilidad en la operatividad al momento de incluir una variable más al análisis que se haya hecho previamente de una situación con n variables iniciales.

Junto con las ventajas de operatividad, la herramienta matemática mencionada entrega como resultado una función en términos reducidos que se ha denominado '*Función de decisión*', la cual resume la forma en la cual el agente económico tomó uno o varios cursos de acción ante una situación concreta. Como puede inferirse, la idea de una decisión racional es un caso específico que puede resultar de la función de decisión inclusive cumpliendo el supuesto de perfecta información siempre y cuando el contexto en el cual esté tomando la decisión se ha acotado completamente. Como elemento adicional, se propone una función de utilidad que tiene como variables los cursos de acción que se pueden tomar en la situación correspondiente y como parámetro el número de variables consideradas para tomar la decisión.

Proceso de toma de decisiones.

Aunque el proceso de toma de decisiones parece algo trivial y de sentido común (North, 1968), la verdad es que este debe ser el punto de partida para poder entender por qué en algunas situaciones parece que las decisiones no son racionales en el sentido tradicionalmente trabajado en las ciencias económicas. Y es aquí donde surge otro uso a la teoría descriptiva de la toma de decisiones: pensar la racionalidad no como consecuencia o resultado sino como una noción donde se conoce que pasará al tomar un curso de acción, así éste sea adverso o implique una pérdida de utilidad convencional, es decir donde los axiomas tradicionales sean comprobados o rechazados en situaciones concretas (Aguilar, 2004; Denegri, 2010; Simon, 1979; Schiuro, 2012).

Nótese que, al tener en consideración la noción previa, el poder de cómputo del agente se debe considerar como limitado, es decir, se está acercando un poco a un concepto mucho más cercano al agente económico que Homo Economicus que ha permitido el funcionamiento de modelos teóricos tradicionales como el neoclásico. Si bien, el modelo neoclásico tiene la ventaja de la simpleza, sus supuestos pueden ocasionar que al momento de diferenciar entre el mundo real o la percepción del tomador de decisiones no haya diferencia y por tanto basta con conocer el mundo real y no las necesidades ni los procesos de cálculo, por tanto, no habría decisiones sin sentido o no existirían figuras como la especulación (Kahneman, 2003; Simon, 1979).

Sin embargo, los agentes económicos reales toman decisiones que no son entendibles si no se considera su proceso de razonamiento, toman decisiones de especulación o similares en búsqueda de beneficios particulares; o ejemplos más sencillos: una persona diagnosticada con diabetes compra un alimento con alto contenido de azúcar sin importar el largo plazo. Es en este contexto que se hace la propuesta del proceso por el cual un agente económico toma una decisión económica así ésta parezca ir en contravía de lo esperado por la teoría.

2.1. Proceso de Razonamiento

Para entender el proceso por el cual un agente económico toma decisiones es pertinente tomar como punto de partida el postulado de Kahneman sobre la división que existe en el sistema cognitivo de las personas. En este sistema se pueden reconocer el razonamiento y la intuición junto con las características de cada uno de estos sistemas. Kahneman propone la siguiente división: El sistema de 'Intuición' y el sistema de 'Razonamiento'.

El sistema de la intuición está más relacionado a los estímulos y actúa como respuesta inmediata ante situaciones que requieren que el tiempo de respuesta sea corto como lo son situaciones emocionales o de carácter de supervivencia. Los costos en los que incurre el cuerpo por usar este sistema es menor que su contraparte racional y es por eso que muchas veces termina surgiendo como el sistema por el cual se decide aun cuando la elección no parece encajar con las características de este sistema (Kahneman, 2003).

Por su parte, lo correspondiente al sistema de razonamiento está orientado a aquellas decisiones que requieren de un determinado esfuerzo, regido por reglas que tiene cada una de las personas y se puede considerar flexible en el corto plazo. Además, se puede atribuir funciones como el autocontrol, la valoración de las acciones del pasado y el futuro, entre otras. En cuanto a los costos que requiere usar este sistema se observa que son más altos que los costos asociados al sistema intuitivo, por tal razón se busca que las acciones que se toman repetidamente ante situaciones similares se almacenen en forma de respuesta casi automática que pueda dar la intuición, aunque este proceso sea realizado de manera más lenta (Kahneman, 2003).

Marco de Referencia

Ninguna decisión se toma independientemente del entorno institucional, legislativo formal e informal que rigen un espacio económico. El agente económico toma un curso de acción tomando en cuenta

sus preferencias una vez ha entendido el comportamiento de factores socioeconómicos, las perspectivas acerca de factores políticos, las normas de una comunidad o grupo social y la percepción de ingreso, las tasas impositivas, la tasa de interés, el nivel de inflación, la oferta disponible o los subsidios. (Denegri, 2010; Mantzavinos, North & Shariq, 2004; Olsen, 1992; Oliva, 2018).

Sin embargo, se puede generar cambios en los comportamientos que un determinado agente tiene en un momento t del tiempo a un momento $t+1$, sin que esto signifique un cambio de preferencias o cambio de los factores macro. Los agentes pueden delimitar sus decisiones mediante hechos u opciones entre los cuales se debe elegir y que se ha enfrentado en momentos previos, los posibles resultados o consecuencias de esos actos, las contingencias o probabilidades condicionales y las reglas de decisión o cómputo con las que se opera. Cabe resaltar que esta delimitación hará que los otros posibles cursos de acción se desconozcan hasta que alguna de las variables en consideración sea replanteada y enmarcando la situación nuevamente, a lo cual se ha denominado *efecto marco* (Simon 1979; Tversky, & Kahneman, 1981).

Información

La información es una parte crucial del proceso de toma de decisiones dado que la percepción que se tiene del mundo se deriva de la acumulación de conocimiento y desde ella se toman decisiones racionales o intuitivas. Cuando se piensa en la teoría de la decisión, se puede decir que es un procedimiento que toma en cuenta toda la información disponible para dar la mejor decisión lógica posible (North, 1968), pero reconociendo que el mundo es imperfecto porque las personas hacen parte del mundo que tratan de comprender (Oliva, 2018). Por lo tanto, suponer que un determinado agente tiene información perfecta sobre el mundo es un supuesto que no tiene en cuenta la gran cantidad de evidencia empírica encontrada gracias a los estudios de comportamiento, valores, creencias y opiniones de los actores que han llegado desde la psicología, sociología o antropología.

En este orden de ideas, se deben considerar papel de las emociones que están situadas entre aquellos estados capaces de afectar a la conducta humana porque son intensamente viscerales y además

intensamente cognitivas. El miedo, el hambre, la sed, cada uno puede afectar la recompensa sobrevalorando el efecto que se tiene al consumir o comprar el bien o evaluar el riesgo; así se muestra el papel de afectación dual en la información previa y la información posterior (Cortada de Kohan, 2008; Elster, 1999).

Por su parte, los gustos que consisten en información guardada en la memoria sobre la relativa deseabilidad de unos bienes y actividades, se forman progresivamente, junto con el sistema de creencias, mediante la participación de una adaptación a la emoción (Loewenstein, 1996; Mantzavinos et al., 2004). Así, un cambio en los gustos implica un proceso de realización más lenta en comparación con el cambio en la percepción de los factores viscerales los cuales cambian cuando son satisfechos, inclusive recurriendo a actos con consecuencias buenas o malas y con pleno conocimiento de éstas o siendo conscientes, como pasa en general, de la ausencia de información relevante (Camerer, 1988; Loewenstein, 1996), mientras que los gustos varían a través del aprendizaje que logra modificar la memoria guardada de una determinada acción y sugerir un cambio para las elecciones futuras, siempre y cuando estas elecciones se realicen fuera del sistema de la intuición donde se podría sugerir que los cambios son derivados de los heurísticos; sin embargo, siempre resulta beneficioso un acceso mayor a diferente tipo de información, para reducir el carácter imperativo de una determinada sentencia y tomar una decisión que se acerque a la forma correcta objetivamente hablando independientemente del sistema utilizado (Denegri, 2010; Elster, 1999; Simon & Lazaro, 1982).

Expectativas

Una teoría formal de la toma de decisiones debería tomar la incertidumbre como su punto de partida y considerar el conocimiento preciso de los resultados como un caso especial (North, 1968), entendiendo que diferentes observadores tomarán decisiones diferentes, pues atribuirán a los sucesos probabilidades subjetivas también diferentes (Aguilar, 2004) que afectarán la teoría ya que el marco de referencia también incluye dichas probabilidades. Así, la relación entre las decisiones y sus fines, donde se tiene en cuenta la probabilidad, es el elemento clave al tomar una determinada acción (Simon & Lazaro, 1982).

Sin embargo, una despreocupación por el futuro manifestada conductualmente y visceralmente inducida considerada como un signo de irracionalidad, por ejemplo, el consumo de drogas o el beber en abundancia, no puede hacer pensar que las expectativas racionales temporales son solamente

aquellas que tienen en consideración una serie de factores provenientes de una búsqueda de información racional, sino que también buscan satisfacer elementos viscerales de forma moderada (Elster, 1999).

Así, se puede decir que la esencia de una elección racional reside en predecir lo que se querrá en el futuro, derivado de la información o la necesidad, pero el intervalo de tiempo entre la elección y el consumo puede variar desde minutos, (ordenar en un restaurante) a horas (decidiendo ir al cine más tarde en la noche) a días (planeando un paseo de fin de semana) a meses (eligiendo qué cursar el próximo año) a años (comprar una casa) a décadas (tener un hijo) (Camerer, 1988); debido a esto, algunos teóricos afirman que en el corto plazo basta con evaluar las expectativas pero en el largo se debe tener en consideración más variables para que se hable de racionalidad ya que la información que se recopile en un lapso de tiempo mayor mejora el cálculo de probabilidades de los eventos al ser lejanos temporalmente (Kahneman, 2003).

Sin embargo, la evidencia empírica ha mostrado que el patrón “olvido de la duración” y evaluaciones máximo/final concuerdan con la hipótesis de que el episodio prolongado (conjunto ordenado de momentos) se representa en la misma forma que un momento característico de la experiencia, que sea atractivo o que genere rechazo; así las tasas intertemporales con función exponencial característica no sirven para modelar este patrón (Camerer, 1988; Kahneman, 2003). Al elegir se usa la utilidad recordada más elevada, entonces es probable que lleve a elecciones en las que no se maximice la utilidad que se experimentaría realmente.

Acción

La teoría de la decisión tradicional se ocupa de analizar cómo una persona elige aquella acción que, de entre un conjunto de acciones posibles, le conduce al mejor resultado dadas sus preferencias que se han formado por la información disponible dentro del enmarque que ha realizado el agente, cabe aclarar que esta teoría no se preocupa por cómo se formaron tales preferencias de los agentes ni sus respectivas expectativas (Aguilar, 2004).

El enfoque de la teoría de elección racional, es decir la maximización de la utilidad, ilustra un poco sobre los procesos cognitivos, lo hace de forma estandarizada, viendo todos los eventos mentales como elecciones que conducen a acciones (Abitbol & Botero, 2005; Mantzavinos et al., 2004), sin embargo, se debe aclarar que contrario al supuesto central de la teoría del comportamiento, no todo

el comportamiento es voluntario (Loewenstein, 1996). Así, se puede distinguir en primer lugar la idea más compleja de ‘elección racional’, aquella acción deliberada que mantiene la justa de relación entre los deseos, las creencias, los factores viscerales y los diversos conjuntos de información de un agente y sus expectativas. En segundo lugar, se encuentran las acciones que se sustentan en una ‘elección mínima’, un tipo de acción deliberada que puede relacionarse con las elecciones que se han guardado en la memoria a través de la repetición y aprendizaje. Y, por último, la ‘acción sin elección’, una acción deliberada que es insensible a los cambios en la estructura de la recompensa asociada al sistema de intuición. (Elster, 1999).

En este orden de ideas, la división justifica que las múltiples acciones de un mismo agente no necesariamente deben tener una coherencia racional entre sí; cada quien puede tener deseos incompatibles en un momento dado o entre distintos momentos de su vida (Abitbol & Botero, 2005). Algunos de estos fallos pueden explicarse por expresiones afectivas que no se ajustarían a la lógica de las preferencias económicas (Kahneman, 2003); por el tamaño de del grupo o el efecto de un bien colectivo (Olson, 1992); por sesgo de sobreconfianza, definido como la diferencia entre lo estimado y lo observado, que afecta el valor de referencia de las valoraciones (Cortada de Kohan, 2008); por los factores viscerales, caracterizados en primer lugar por un impacto directo placentero al ser satisfecho y en segundo lugar por una influencia en el deseo relativo por diferentes bienes y acciones (pero importantes porque regulan el comportamiento y permiten mantener una calidad de vida por ejemplo con la sensación de hambre cuando se necesitan nutrientes) que pueden afectar la coherencia racional debido a las ansias asociadas a la adicción a drogas, estados de accionar como hambre, sed y deseo sexual, estados de ánimo y mociones, y dolor físico (Becker & Murphy, 1988; Loewenstein, 1996); y por último cualidades como la amabilidad, escrupulosidad, estabilidad emocional, intelecto, imaginación (Visser & Roelofs, 2011).

Cómputo y Utilidad

Elegir la acción que hará cumplir las expectativas que se tienen sobre determinada premisa es el momento más importante del proceso de toma de decisiones, pues la forma en la cual se realiza la elección proporciona el nivel de utilidad o satisfacción que alcanzará el agente.

La utilidad debe ser vista como una descripción general de lo que el deseo significa en un proceso de decisión no como una medida de éste, tampoco puede separarse de los factores emocionales ni perceptivos viscerales; esto quiere decir que el agente económico no solo busca encontrar el mayor

nivel de felicidad en el momento presente, sino que también busca que la acción que ha emprendido le proporcione una felicidad similar en el futuro o, lo que es lo mismo, una utilidad esperada (Abitbol & Botero, 2005; Kahneman, 2003).

Una definición que encuadra con la descripción que se ha realizado del proceso de decisión dice que ser racional significa que uno no tiene razón para pensar, después de haber seleccionado una acción para actuar, que se debería haber operado de manera diferente basándose en el marco lógico de referencia, donde se incluye la información disponible y las expectativas que se ha generado para tomar un determinado curso de acción con base en las preferencias (Camerer, 1988; Elster, 1999). Por lo anterior, las formas en las cuales un tomador de decisión puede ser racional están dadas por encontrar soluciones óptimas para un mundo con supuestos muy fuertes y poco prácticos o por encontrar soluciones satisfactorias para un mundo más realista, donde se proponen una serie de objetivos a cumplir basados en intereses individuales o colectivos; la búsqueda de las soluciones satisfactorias está dada a través de la selección de una acción, entre varias, que alcanza un valor decisional (Simon, 1979).

La evaluación que permite encontrar las soluciones satisfactorias puede realizarse a través de la lógica de la comparación histórica basada en similitudes, lo que se puede definir así: después de un período t_0 , es decir, después de haber aprendido a través de la interacción con una situación similar, la percepción mental interpreta los resultados de la situación a la que se enfrenta en el presente, o el período t_1 , sobre la base de los modelos generados t_0 . (Camerer, 1988; Mantzavinos et al., 2004). Pero este procedimiento a menudo puede conducir a errores, ya que el agente en muchos casos no puede o no quiere calcular formalmente las probabilidades en cualquier periodo t . Dado esto, el descarte de las opciones menos satisfactorias es un procedimiento racional en el sentido que busca, precisamente, la eficiencia operacional conociendo los riesgos resultantes debido al conocimiento imperfecto y la falibilidad (Cortada de Kohan, 2008; Oliva, 2018; Schihiro, 2012).

Cuando una solución producida sobre la base del modelo mental anterior no ha tenido éxito en ser satisfactoria, un individuo emplea analogías de una manera casi automática. Si estas estrategias tampoco resuelven el problema, entonces el individuo se ve obligado a volverse creativo, es decir, a formar nuevos modelos mentales y probar nuevas soluciones que no pueden definirse dentro de las reglas de decisión que se han estudiado en las diferentes ciencias sociales (Mantzavinos et al., 2004).

Fundamentos del álgebra booleana

En 1849, George Boole presentó una formulación algebraica de los procesos del pensamiento y razonamiento lógico. Esta formulación se conoce como álgebra booleana, donde se esquematiza las operaciones lógicas. La descripción básica de la formulación del álgebra booleana se basa en la teoría de conjuntos, donde se define formalmente un álgebra booleana como un conjunto matemático distributivo y complementado, que cuenta con dos operaciones: una de suma y otra de producto. Las operaciones están definidas dentro del sistema binario, lo cual diferencia al álgebra booleana del álgebra ampliamente utilizada y conocida, donde se utiliza un sistema de numeración decimal (Casanova, 1998; Floyd, Caño, & Turisi, 1997; Nelson, Nagle, Carroll, & Irwin, 1999).

Una función booleana de n variables es una aplicación

$$f: \{0,1\}^n \rightarrow \{0,1\}$$

Es decir que dentro del dominio de la función se encuentran todos los números naturales más el cero, pero deben estar expresados en base binaria. Su conjunto de llegada serán exclusivamente los números 0 y 1. (Casanova, 1998; Nelson et al., 1999; Whitesitt, 2012).

Para ordenar los resultados derivados de la función anterior se utilizan las herramientas de las *'Tablas de verdad'*. Cada *'Tabla de verdad'* tiene asociada una función canónica SOP (Suma de Productos) y una función asociada POS (Producto de Sumas). La primera función busca agrupar los minterminos, es decir, los números uno (1) de la tabla de verdad y operar los productos, mediante la suma propia del álgebra lineal; la segunda reúne los maxtérminos, es decir los números ceros (0) mediante el producto de las sumas de las variables asociadas.

$$\sum m_i \forall (i = 1) = \prod M_j \forall (j = 0)$$

Los números i y j equivalen al número en base decimal equivalente a la posición binaria. En términos funcionales se tiene que

$$f_{sop}(A_1, \dots, A_i, \dots, A_n) = f_{pos}(A_1, \dots, A_i, \dots, A_n)$$

$$(A_{i-j} * A_i) + (\dots * \dots) + (A_{i+j} * A_n) = (A_{i-j} + A_i) * (\dots + \dots) * (A_{i+j} + A_n)$$

Vale aclarar que los operadores aquí descritos son los operadores AND y OR, propios del álgebra booleana. Además, existe la función de complemento denominada NOT. Un ejemplo de Tabla de verdad con sus salidas y sus complementos se presenta en la figura 3.1.

Tabla 1. Ejemplo Tabla de Verdad

| Fila Número decimal | ENTRADAS | | | SALIDAS | COMPLEMENTOS |
|---------------------|----------|---|---|----------------|----------------------|
| (i) | A | B | C | $f_a(A, B, C)$ | $\bar{f}_a(A, B, C)$ |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 3 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 5 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |

Las funciones SOP o POS pueden ser obtenidas mediante el algoritmo de reducción llamado '*Mapas de Karnaugh*'. Este algoritmo permite obtener la función más reducida la cual es la representación matemática y funcional de una tabla concreta que necesita más de un operador básico (Casanova, 1998; Floyd et al., 1997; Nelson et al., 1999; Whitesitt, 2012).

Propuesta de modelo de decisión a partir del álgebra booleana

Se encontraron dos estudios realizados donde se pone de manifiesto una posible relación existente entre la decisión y el álgebra booleana, estos estudios fueron los realizados por Charles Ragin en 1999 (Ragin, 1999) y por Kono y Yamashita en 2003 (Kono & Yamashita, 2003). El primer estudio propone una metodología de investigación en las ciencias sociales, principalmente en el campo de la sociología, donde se sugiere el uso de tablas de verdad para hacer estudios basados en la eliminación de casos. El documento que presenta Kono y Yamashita es un trabajo que aplica la metodología propuesta por Ragi, junto con la lógica difusa, que busca encontrar los elementos principales que influyen al momento de decidir la academia en la cual se cursará la educación superior; sin embargo, ninguno de los dos estudios ha abordado una noción que involucre a la ciencia económica y se han limitado al planteamiento de tablas de verdad, sin abordar otros elementos del álgebra booleana.

Una propuesta que busque modelar el proceso de toma de decisiones debe tener en consideración que éste se desarrolla tomando como punto de partida la información que un determinado agente posee sobre la interpretación de la realidad lo cual genera un sistema de creencias y expectativas. Para alcanzar el cumplimiento de metas, el agente debe realizar la acción que más le acerque al nivel de felicidad posible basado en las expectativas que él han generado de forma racional o irracional. Como la evidencia empírica ha demostrado, la capacidad de cómputo de los agentes no es perfecta e incluso tiene poder limitado, por lo cual no siempre se encuentra la acción óptima sino un conjunto de acciones satisfactorias que pueden cumplir con las expectativas y generar una utilidad que es suficiente para emprender la acción. Este proceso no ocurre en el vacío sino, por el contrario, en un contexto complejo donde intervienen variables de orden político, social, cultural y económico. Teniendo en cuenta el proceso y su contexto se establece el marco de referencia lógico.

Por lo tanto, la propuesta de un modelamiento del proceso de toma de decisiones a partir del álgebra booleana debe incluir los anteriores aspectos y, además, relacionarlos de manera adecuada con las operaciones, variables y funciones propias del álgebra booleana. En este orden de ideas, la estructura por la cual se puede iniciar es la tabla de verdad, donde, por ejemplo, las variables A, B, C son la información propia del agente que influye ante una premisa sobre la cual debe decidir. La columna de salida o resultados estaría asociada con las expectativas que tiene el agente en relación a la situación sobre la cual decidir. Las filas en la tabla de verdad son las acciones que puede realizar el agente, dada las diferentes combinaciones posibles teniendo en cuenta las variables de información. A continuación, se realiza la fórmula de la función POS o SOP propia de la tabla de verdad obtenida; esta función puede ser expresada de forma larga o puede utilizarse los mapas de Karnaugh para encontrar la expresión mínima, que permite entender de manera más eficiente la forma en la cual se tomó la decisión. Para el cálculo de la utilidad que obtiene el agente, se propone la expresión, la cual toma en consideración la utilidad como la mejor decisión posible, por la cual no habría motivo para haber seleccionado otro curso de acción.

$$U(x, y) = ye^{\frac{x}{2n}} - \frac{y}{nx + 2}$$

Donde 'y' hace referencia a las opciones que el agente conoce de la tabla de verdad derivada del proceso propio de decisión, 'x' son las opciones satisfactorias y 'n' está dado por la cantidad de variables que se toman a consideración en la tabla de verdad. El primer término en el cual se incluye la función exponencial se puede considerar una utilidad bruta que resulta del proceso de decisión; sin embargo, como se ha visto en la sección donde se trabajó sobre el método de toma de decisiones, toda decisión implica una serie de costos los cuales son representados en el segundo término que realiza un descuento a la utilidad bruta; cabe resaltar que en las opciones satisfactorias que aparecen en el denominador del término asociado a los costos permite cumplir con el argumento de que a mayor número de soluciones satisfactorias mayor es la utilidad.

Para que la función se asocie correctamente a cada situación de la tabla de verdad se debe cumplir que

$$0 \leq x \leq 2^n$$

$$0 < y \leq 2^n$$

Es decir que se debe conocer al menos un curso de acción posible para que pueda ser considerado como una decisión racional que sea modelada mediante el algoritmo del álgebra booleana.

Tomando en consideración los intervalos entre los cuales se deben encontrar los valores de las variables de la función de utilidad, se puede analizar el comportamiento de cada una gracias a su derivada, por lo tanto, se tiene que

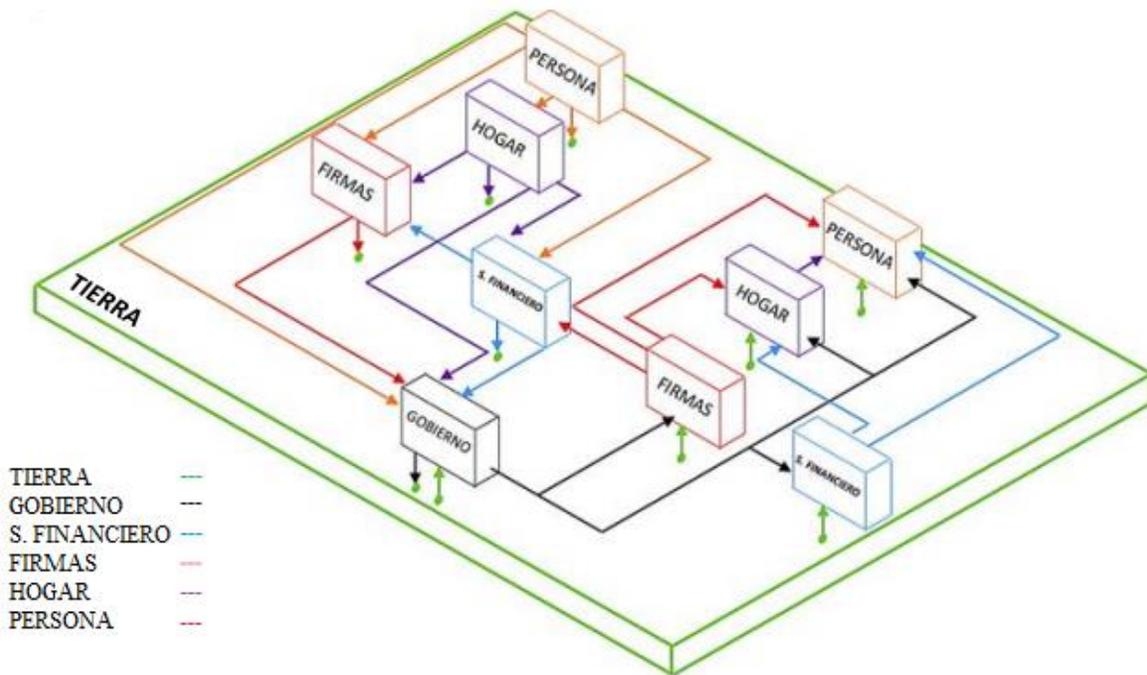
$$\frac{\partial U(x,y)}{\partial x} > 0 \quad \text{para } x \in [0, 2^n], \text{ y}$$

$$\frac{\partial U(x,y)}{\partial y} > 0 \quad \text{para } y \in (0, 2^n]$$

Es preciso aclarar que, debido al marco de referencia en el cual se toma cada decisión, para emprender el encuadre correcto en las respectivas tablas de verdad se debe identificar qué tipo de agente económico está decidiendo y sobre quién recae la decisión, ya que no se tendrá en consideración el mismo tipo de información o las expectativas que se esperan cumplir. Se establecieron seis tipos de agentes económicos cuyos nombres son persona, hogar, firma, sistema financiero, gobierno y tierra. Al etiquetar a cada uno de los agentes económicos con los nombres propuestos previamente puede suponerse que, ante un mayor nivel de alfabetización económica se logrará un encuadre correcto ante cada situación, por ejemplo, en una decisión que implique el establecimiento de un determinado impuesto sobre la producción, el tomador de la decisión será el gobierno pues este agente es aquel que tiene una cierta expectativa que cumplir al imponer ese gravamen. En este orden de ideas, el

último agente, tierra, no toma decisiones racionales, pero sí existen decisiones que le afecten positiva o negativamente como, por ejemplo, realizar una explotación minera o construir un asentamiento en una determinada región.

Figura 1. Diagrama de conexión entre los diferentes agentes económicos propuestos.



La representación del modelo planteado con la tabla de verdad se puede observar en la figura 2.

Figura 2. Representación del modelo propuesto.

| | INFORMACIÓN | | EXPECTATIVAS | | |
|--------|-------------|---|--------------|----------|--|
| | A | B | S | | |
| ACCIÓN | 0 | 0 | 1 | CÓMPUTO | $\sum m_i \forall (i = 1) = \prod M_j \forall (j = 0)$ |
| | 0 | 1 | 1 | | |
| | 1 | 0 | 0 | UTILIDAD | $U(x, y) = ye^{\frac{x}{2n}} - \frac{y}{nx + 2}$ |
| | 1 | 1 | 0 | | |

Conclusiones y recomendaciones

El estudio de la manera en la cual los diferentes agentes toman decisiones debe ser un elemento crucial dentro de la ciencia económica puesto que esta acción humana es la base de diferentes procesos económicos como lo son el consumo, la inversión, el ahorro, o el gasto público que se han considerado dependientes de ciertos factores generados para llevar a cabo la realización de cada uno de ellos (definidos como incentivos). Desde este punto de vista no basta con un modelo normativo, aunque éste permita entregar una única respuesta ante diferentes situaciones. Por lo tanto, un modelo de carácter descriptivo de la toma de decisiones que incluya aspectos que se acerquen a la realidad es una necesidad para comprender la forma correcta en la cual opera un agente económico ante una determinada situación o una premisa.

Al examinar una herramienta como lo es el álgebra booleana, la cual se usa en otro tipo de campos de saber, se encontró una posibilidad de esquematizar el proceso de toma de decisiones económicas racionales donde se permitiese evaluar la forma en la cual un determinado agente económico piensa un problema con la información que posee previamente y que no hubiese restricción en la cantidad de variables que pueda incluirse para intentar explicar un curso de acción elegido. Además de permitir observar una función que se denomina, función de decisión, en la cual se puede evaluar las variables que realmente se toman en consideración ante determinadas premisas o decisiones que pueden ir

desde la compra de un bien hasta la forma en la cual pueda plantearse una política pública sobre el cuidado del medio ambiente tomando en consideración el marco lógico de referencia que cada uno de los agentes económicos definidos puede construir.

Por su parte, al definirse la función de utilidad del proceso de decisión donde se involucran las soluciones satisfactorias junto con la cantidad de cómputo conocida se está proponiendo una medida distinta a la noción tradicional de utilidad, donde las variables para medirla son combinaciones de bienes o servicios. Esto implica que la maximización de la utilidad dependería de la cantidad de soluciones que cumplen con las expectativas del agente económico, pero como se enunció, estas se forman a partir de la información y el proceso de búsqueda racional, por tanto, aunque matemáticamente sea posible conseguir un máximo, la definición que se realiza sobre el proceso limitaría esta opción; además de las situaciones en las cuales un agente económico decide en función de las adiciones u otras alteraciones al comportamiento que pueda definirse como racional.

Finalmente, debido a la orientación hacia un modelo descriptivo en lugar de un normativo se debe tener en consideración que este planteamiento se intenta acercar al entendimiento de la realidad. Por lo tanto, implica que no pueden proponerse ni encontrarse decisiones sobre determinadas sendas óptimas que maximicen funciones de utilidad tradicionales para distintos agentes. No obstante, la división que se plantea sobre los agentes que participan en una economía determinada facilita la forma en la cual acercarse al proceso que cada uno emprende al momento de tomar una decisión.

Referencias Bibliográficas

Abitbol, P., & Botero, F. (2005). Teoría de elección racional: estructura conceptual y evolución reciente. *Colombia Internacional*, (62), 132 - 145.

Aguiar, F. (2004). Teoría de la decisión e incertidumbre: modelos normativos y descriptivos. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 0(8), 139.
<http://dx.doi.org/10.5944/empiria.8.2004.982>

Becker, G., & Murphy, K. (1988). A theory of rational addiction. *Journal of Political Economy*, 96(4), 675-700. <http://dx.doi.org/10.1086/261558>

Camerer, C. (1998). Bounded rationality in individual decision making. *Experimental Economics*, 1(2), 163-183. <http://dx.doi.org/10.1007/bf01669302>

Casanova, G. (1975). *El Álgebra de Boole*. Madrid: Tecnos.

Cortada de Kohan, N. (2008). Los sesgos cognitivos en la toma de decisiones. *International Journal of Psychological Research*, 1(1), 68. <http://dx.doi.org/10.21500/20112084.968>

Denegri, M. (2010). *Introducción a la Psicología Económica*. Temuco: PSICOM Editores.

Elster, J. (1999). *Sobre las pasiones*. Barcelona: Paidós.

Floyd, T. L., Caño, M. J. G., & de Turisi, E. B. L. (1997). *Fundamentos de sistemas digitales* (Vol. 7). Prentice Hall.

Kahneman, Daniel. (2003). Mapas de racionalidad limitada: psicología para una economía conductual. Discurso pronunciado en el acto de entrega del premio Nobel de Economía 2002. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, ISSN 1134-8291, 28, 181-225.

Kono, Y., & Yamashita, T. (2003). Human Decision Making Model by Boolean Approach and Fuzzy Reasoning. En H. Yanai, A. Okada, K. Shigemasu, Y. Kano & J. Meulman, *New Developments in Pshycometrics* (1st ed., pp. 592-600). Osaka: Springer-Japan

Küng, H., & Paz, C. (2009). *Ética mundial una guía para descubrir los valores que todos tenemos en común*. Bogotá (Colombia): Casa Editorial el Tiempo.

Loewenstein, G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 65(3), 272-292. <http://dx.doi.org/10.1006/obhd.1996.0028>

Mantzavinos, C., North, D., & Shariq, S. (2004). Learning, institutions, and economic performance. *Perspectives On Politics*, 2(1), 75-84. <http://dx.doi.org/10.1017/s1537592704000635>

Nelson, V., Nagle, T., Carroll, B., & Irwin, D. (1999). *Análisis y diseño de circuitos lógicos digitales*. México: Prentice Hall.

North, D. (1968). A tutorial introduction to decision theory. *IEEE Transactions On Systems Science and Cybernetics*, 4(3), 200-210. <http://dx.doi.org/10.1109/tssc.1968.300114>

Oliva, J. (2018). La teoría de la Reflexividad de George Soros. GestioPolis - Conocimiento en Negocios. Recuperado 14 de febrero 2018, de <https://www.gestiopolis.com/la-teoriareflexividad-george-soros/>

Olson, M. (1992). La lógica de la acción colectiva. México, D.F: Limusa.

Ragin, C. (1999). Using qualitative comparative analysis to study causal complexity. Health Services Research, 34(5 Pt 2), 1225–1239.

Schilirò, D. (2012). Bounded rationality and perfect rationality: Psychology into Economics. Theoretical and Practical Research in Economic Fields, III (2). <http://dx.doi.org/10.2478/v10261-012-0007-0>

Simon, H. (1979). Rational decision making in business organizations. The American Economic Review, 69(4), 493-513. Simon, H. (1986). Rationality in Psychology and Economics. The Journal of Business, 59(S4), S209. <http://dx.doi.org/10.1086/296363>

Simon, H., & Lazaro Roz, A. (1982). El comportamiento administrativo. Buenos aires: Aguilar.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. Science, 211(4481), 453-458. <http://dx.doi.org/10.1126/science.7455683>

Visser, M., & Roelofs, M. (2011). Heterogeneous preferences for altruism: gender and personality, social status, giving and taking. Experimental Economics, 14(4), 490-506. <http://dx.doi.org/10.1007/s10683-011-9278-4>

Whitesitt, J. (2012). Boolean algebra and its applications. Newburyport

Caso práctico de análisis del neuromarketing aplicado en el Caracol C.C

García Amaya, Jennifer Andrea¹, Sanmiguel Flórez, Camila Andrea²

¹Universidad Pontificia Bolivariana (Semillero Gerencia Internacional, Administración de Negocios Internacionales, Economía y Administración), jennifer.garcia.2017@upb.edu.co

²(Semillero Gerencia Internacional, Administración de Negocios Internacionales, Economía y Administración), camila.sanmiguel.2017@upb.edu.co

Resumen— En el siguiente estudio práctico, se busca hacer un análisis de las prácticas de la teoría del neuromarketing aplicadas en los establecimientos ubicados en el Centro Comercial Parque Caracolí, el cual será estudiado mediante la metodología suministrada por William R. Avendaño en un estudio de su autoría, realizado en la ciudad de Cúcuta, en el Centro Comercial Ventura. La metodología anteriormente mencionada permite realizar un análisis riguroso a distintas variables y factores relacionadas con el neuromarketing, de tal forma, que se pueda concluir en concordancia con el objetivo final, la aplicabilidad de la teoría del neuromarketing, y a su vez, como se pone en práctica en el Centro Comercial Parque Caracolí. La población para el estudio fue de 35 establecimientos aptos para el estudio de la teoría del neuromarketing, donde se obtuvo una muestra de 32 establecimientos, con un margen de error del 5% y un porcentaje de confiabilidad del 95%. De tal forma, se podrá evidenciar resultados del estudio empleado en la ciudad de Floridablanca y conclusiones que ayudaran a dictaminar el alcance de estas teorías, las cuales analizan la conducta del consumidor en el Centro Comercial Parque Caracolí.

Keywords/Palabras clave— Neuromarketing, Centro Comercial, Establecimiento comercial, Consumidor, Estímulos.

Abstract— In the following practical study, it is sought to make an analysis of the practices of the theory of neuromarketing applied in the commercial establishments located in the Shopping Center Parque Caracolí, which will be studied by means of the methodology supplied by William R. Avendaño in a study of his authorship, carried out in the city of Cúcuta, in the Shopping Center Ventura. The methodology mentioned above allows a rigorous analysis of different variables and factors related to neuromarketing, in such a way that it can be concluded in accordance with the final objective, the applicability of the theory of neuromarketing, and in turn, as it is put into practice in the Parque Caracolí Shopping Center. The population for the study was 35 establishments suitable for the study of the theory of neuromarketing, where a sample of 32 establishments was obtained, with a margin of error of 5% and a reliability percentage of 95%. In this way, the results of the study used in the city of Floridablanca and conclusions that will help to dictate the scope of these theories, which analyzes consumer behavior in the Parque Caracolí Shopping Center, can be evidenced.

Keywords/Palabras clave— Neuromarketing, Shopping Center, Commercial Establishment, Consumer, Stimuli.

2. Introducción

El neuromarketing se ha consolidado como una ciencia que busca captar la atención de los consumidores mediante el estudio de la conducta y la influencia del cerebro en la toma de decisiones, por lo anterior, es considerada como una herramienta fundamental en la estructuración del marketing de un producto o servicio, que facilita la interacción entre el cliente y lo que el vendedor desea ofrecer, generando estímulos y persuadiendo al cliente para que consuma, generando en el cerebro la idea de que deberíamos comprar aquello que nos están ofreciendo en un mercado. El neuromarketing es una ciencia investigativa la cual busca conocer a fondo los principios de percepción que influyen en la toma de decisiones del consumidor, la cual ha sido adoptada a lo largo de los años por diversas compañías para lograr un mayor impacto en el mercado. Razón por la cual, la presente investigación en curso buscara analizar los efectos de esta ciencia de consumo en un caso práctico realizado en el Caracolí C.C ubicado en el municipio de Floridablanca, Santander.

Lo que se busca con el caso práctico realizado en el centro comercial, es poder ilustrar la teoría plasmada por diferentes autores, de forma que se pueda dictaminar conclusiones parciales y finales sobre el uso de la neurociencia y las aplicaciones que sea realiza en el centro comercial anteriormente mencionado. De tal forma, que será fácil esclarecer no solo que aspectos del neuromarketing se aplica en la actualidad en el centro comercial, sino que se podrá concluir cual es el impacto y como está influenciando esta ciencia al consumo de la población del área metropolitana.

3. Objetivos

2.1. Objetivo general

Presentar un estudio práctico del neuromarketing aplicado a el Parque Caracolí Centro Comercial, ubicado en el municipio de Floridablanca; identificando el impacto que tienen las estrategias del neuromarketing, basándose en la toma de decisiones de los clientes que realizan compras en el Caracolí C.C.

2.2. Objetivos específicos

- Enumerar las variables que influyen al cerebro del consumidor y los diferentes principios de percepción que hacen que una empresa tenga mayor alcance en los clientes.
- Analizar patrones publicitarios de un producto o servicio que nos permita entender que aspectos incentiva a las personas a consumir.
- Relacionar las distintas estrategias del neuromarketing con las estrategias aplicadas en varios establecimientos comerciales ubicados en el Caracolí C.C.
- Dictaminar cómo ha afectado el neuromarketing en los hábitos de consumo de los clientes en el Centro Comercial Caracolí.

4. Estado del Arte

Según Andrés Cisneros, en su libro Neuromarketing y neuroeconomía: código emocional del consumidor, “las decisiones económicas guiadas por sentimientos siempre han estado presentes a lo largo de la historia de la humanidad, muchas veces han sido subestimadas, ignoradas o simplemente rechazadas por los defensores de la racionalidad económica. Sin embargo, la evidencia que arrojan los mercados y la realidad es contundente, el ser humano advierte su explicación en este mundo por las emociones, por lo que le revelan sus sentidos básicos, el hecho de poseer una unidad morfológica con necesidades y gustos, lo hace especialmente consumidor, e incluso depredador”.

Por tal razón, Paúl Glimcher (2010) argumenta, que las decisiones económicas no se basan en los análisis de costo-beneficio de optimización que la teoría económica ha sustentado corrientemente, sino más bien, en una mezcla de tensiones emocionales y desiderativas, las cuales se retroalimentan a sí mismas, y buscan un equilibrio conjunto, o un punto optimizador conjunto, con restricciones. “Es decir, la parte más racional del cerebro, (aquella que realiza los análisis costo/beneficio) no actuaría sola al decidir, sino que estaría fuertemente condicionada e influenciada por las áreas inconscientes del sistema Límbico, como las amígdalas, la ínsula, el tálamo, el hipotálamo, y el hipocampo”. (E, A, Cisneros 2012).

En resumen, desde los inicios de la especie humana, hemos tenido la necesidad por satisfacer aquellos aspectos que consideramos como “básicos para nuestra supervivencia”, tales como vestirnos, comer, transportarnos y dormir, estas son necesidades que a lo largo de los años los mercados han tratado de satisfacer, buscando comunicar al cliente que existe un producto o servicio que se va a adecuar a dicha necesidad que en particular se debe satisfacer o en su defecto, cubrir un deseo. Y es que para entender cómo funciona el proceso de usar la mente del consumidor en busca de dinamizar el consumo en las economías, es toda una ciencia que hoy conocemos como el **neuromarketing**.

Afirmaré ahora que, esta actividad de marketing se sustentó en conocimientos procedentes de otras disciplinas, como la psicología, la sociología, la economía, las ciencias exactas y la antropología, que más adelante se incorporaría a los avances de la neurociencia y de la neuropsicología, de tal forma que se produce una evolución que da lugar a la creación de una nueva disciplina, que conocemos con el nombre de «neuromarketing». “El neuromarketing trae consigo un conjunto de recursos de enorme valor para investigar el mercado, segmentarlo y desarrollar estrategias exitosas en materia de productos (diseño, marca, packaging), posicionamiento, precios, comunicaciones y canales. Estos recursos se basan en el conocimiento de los procesos cerebrales vinculados a la percepción sensorial, el procesamiento de la información, la memoria, la emoción, la atención, el aprendizaje, la racionalidad, las emociones y los mecanismos que interactúan en el aprendizaje y toma de decisiones del cliente”. (Braidot, Nestor., 2013)

3.1 Introducción de la Neurociencia en el Marketing

En primer lugar, cabe recalcar que, según Drucker, P. (1986), el objetivo del marketing es conocer y entender tan bien al consumidor que los productos o servicios se ajusten perfectamente a sus necesidades y se vendan solos. En una situación ideal, el marketing haría que los consumidores estuviesen dispuestos a comprar, y entonces sólo habría que hacerles llegar los productos o servicios”. Desafortunadamente, las preferencias de los clientes al consumir suelen ser impredecibles por un modelo de marketing y entender perfectamente lo que cada persona quiere y desea suele ser una labor que solo podrían explicar ciencias muy exactas.

Es preciso destacar, que las preferencias de consumo se encuentran sometidos a un cambio constante y acelerado, de tal forma que se crea en la industria del Marketing la necesidad de evolucionar a pasos agigantados, pasando de herramientas y técnicas de promoción de un producto, a la necesidad de responder a solicitudes que afianzaran la relación entre el cliente y el producto, ya no solo se busca vender, sino garantizar que el producto vendido tenga un propósito de venta. Según Theodore Levitt (1960), es vital que todos los ejecutivos entiendan la visión de la industria como un proceso de satisfacción del cliente, y no como uno de generación de productos. Por tal razón, se han destinado sumas de dinero inimaginables en tecnología y estudios relacionados a la biología y neurociencias, “en busca de encontrar una forma de utilizar el subconsciente del ser humano para influir en la toma de decisiones de un individuo, de tal forma, que nace la necesidad de estudiar las ventas basadas en métodos científicas, y en este entorno emerge el Neuromarketing”.

En complemento a lo anterior, se entiende que el objetivo primordial de la neurociencia es indagar en la búsqueda de explicaciones de la conducta humana, haciendo referencia en cómo influye el encéfalo en la toma de decisiones, es decir, explicar cómo actúan millones de células nerviosas individuales en el encéfalo para producir la conducta y cómo, a su vez, estas células están influidas por el medio ambiente, incluyendo la conducta de otros individuos (Kandell, Schwartz & Jessell, 1997). De tal forma que la neurociencia, con el fin de la búsqueda de explicaciones de la conducta humana, se basa en estudios genéticos, lo que le permite evolucionar en el conocimiento de los sentidos y del sentir de la humanidad (Malfitano, C. O., Arteaga, R. R., & Romano, S. E., 2007) creando un acercamiento con la parte encargada de tomar la decisión final.

Dicho las dos definiciones que relacionan el término de Neuromarketing -neurociencia y marketing-, es necesario saber que, al aplicar distintas metodologías, ciencias, y técnicas tales como: Neurociencia, marketing, pensamiento sistemático, modelos mentales, inteligencia múltiple, entre otras, que, junto con la aplicación del neuromarketing, facilitan la comprensión de las necesidades que requieren cada uno de los clientes de manera tal que se pueda conocer que está pasando por el cerebro del cliente como respuesta ante distintos estímulos que esté recibiendo.

3.2 El cerebro y sus partes

Como punto de partida para entender el concepto del neuromarketing, es necesario conocer que el cerebro, según el Dr. Daniel Geffner, “es el órgano que nos hace pensar, sentir, desear y actuar; es el asiento de múltiples y diferentes acciones tanto conscientes como no conscientes, que nos permite responder a un mundo en continuo cambio y que demanda respuestas rápidas y precisas.”

En este órgano del cuerpo humano coexiste dos hemisferios, que representan el 85% del peso total del cerebro y que son considerados como parte fundamental para la toma de decisiones y demás actividades en las cuales se involucra el hombre. Estos son: el hemisferio izquierdo y el hemisferio derecho. Por un lado, el hemisferio izquierdo es el encargado del habla, entendimiento del lenguaje, capacidad de análisis, pensamiento lógico y, por último, la resolución de problemas matemáticos. Teniendo en cuenta lo anterior, será la parte dominante en la mayoría de los individuos. Por otro lado, el hemisferio derecho es el centro de los pensamientos conceptuales, como el arte, la música y la creatividad, es decir, está relacionado con la expresión no verbal, haciendo que en este se ubique la conducta emocional, las voces, melodías y el reconocimiento y recuerdo de rostros e imágenes. Cada hemisferio del cerebro se divide en cuatro lóbulos (Carter, 1998 citado por Ferrer, 2009, p. 16-17): a) lóbulo occipital, que se encarga del procesamiento visual y se encuentra ubicado

en la parte posterior; b) lóbulo temporal, ubicado en la parte inferior (cerca de los oídos). Cumple las funciones relacionadas con el sonido, la comprensión del habla (en el lado izquierdo) y algunos aspectos relacionados con la memoria; c) lóbulo parietal, se ocupa de las funciones relacionadas con el movimiento, la orientación, el cálculo y ciertos tipos de reconocimiento. Se encuentra en la sección superior; d) lóbulo frontal, ubicado delante del lóbulo parietal. Lleva a cabo las funciones cerebrales más integradas, como pensar, asimilar e incorporar conceptos y la planificación. Además, desempeña una función importante en el registro consciente de las emociones.

Adicionalmente, ha habido múltiples hallazgos en el área de la neurociencia, que demuestran que no lo solo se encuentra dentro del cerebro del ser humano los hemisferios anteriormente mencionados –derecho e izquierdo- sino que también el cerebro se divide en tres partes que actúan de manera independiente como una estructura celular distinta y unas funciones diferentes, los cuales son:

- **El Cerebro Nuevo:** Es el encargado del pensamiento, procesando la información y distribuye los resultados con las otras dos partes del cerebro.
- **El Cerebro Medio:** Es la parte emocional y sentimental del cerebro, que, a su vez, comparte sus resultados con las otras dos partes del cerebro.
- **El Cerebro Primitivo:** Es el encargado de la toma de decisiones, basándose en la información recibida por las otras dos partes del cerebro. Según Robert Ornstein, en su libro, *La Evolución de la Conciencia*, el Cerebro Primitivo es el centro de control de nuestra supervivencia.

Para concluir, múltiples investigaciones han demostrado que, a la hora de tomar decisiones, influyen aspectos emocionales en primera instancia, que posteriormente tienden a justificar de forma racional, haciendo de esta manera que el Cerebro Medio tome un papel principal en la toma de decisiones y que, el Cerebro Primitivo sea el ejecutor de la decisión.

3.2.1 Los seis estímulos para la toma de decisiones del Cerebro Primitivo

Teniendo en cuenta lo anteriormente aclarado sobre el Cerebro Primitivo, se establece que este es el encargado de la decisión final en una situación. Por tal razón, será necesario implementar un marketing que mediante estímulos active esta parte del Cerebro y que sirva

como guía para que este realice lo que el mercado busca. Los estímulos que influyen esta toma de decisiones son:

a. Es centrado en sí mismo

Esta parte del cerebro se centra en su propia supervivencia y bienestar, eliminando cualquier tipo de empatía que surja al interactuar con el otro.

a. Es sensible al contraste

Este estímulo le permitirá al cliente tomar decisiones rápidas y comparar los riesgos/beneficios, permitiéndole crear un contraste de la situación. De esta forma facilita que el cerebro primitivo tome decisiones teniendo en cuenta el contraste entre las opciones posibles.

b. Necesita información tangible

El estímulo, según esta característica, tendrá que ser visual y fácilmente reconocible, de forma que el cerebro primitivo pueda captar información de manera comprensible; haciendo que conceptos que no sean concretos y simples se procesen con un mayor nivel de esfuerzo.

c. Recuerda únicamente el principio y el final

El cerebro del ser humano tiende a olvidar información en el intermedio del mensaje, por esto, se debe tener presente que la parte más importante del mensaje sea transmitida en el comienzo y el final, para evitar que la parte sustancial de lo que se quiere comunicar sea olvidada por el cerebro y que finalmente no termine siendo procesada.

d. Se inclina hacia lo visual

Para el cerebro primitivo es más sencillo poder procesar los mensajes que se transmiten de forma visual, por lo anterior, se deben aplicar mensajes visuales para tener una influencia directa con el verdadero decisor.

e. Es influenciado por la emoción

La Neurociencia ha demostrado claramente que las reacciones emocionales crean enlaces químicos en el cerebro que impactan directamente la forma en que se procesa y memoriza la información (Renvoisé, P., & Morin, C, 2006), por consiguiente, es conveniente transmitir la información enfocándose en los sentimientos del comprador con el fin de garantizar que lo transmitido pueda ser recordado y procesado por el cerebro primitivo, de forma que los sentimientos y emociones influyan las decisiones.

3.3 Pasos para persuadir el cerebro primitivo

A continuación, se explicarán brevemente los 4 pasos mediante los cuales se puede llegar a convencer de manera profunda el cerebro primitivo:

1. **Diagnosticar el “PAIN”:** En este primer paso, lo que principalmente se busca es demostrar al cliente su necesidad de curar su “pena, necesidad o problema”. Esto se debe a que el cerebro primitivo es centrado en sí mismo, por encima de la necesidad de cualquier otra persona. De esta forma, será mucho más sencillo poder llegar al cliente debido al gran interés que sentirá al proporcionarle una solución para sus problemas. En ciertos casos es necesario trabajar de una forma más rigurosa, puesto que en ciertos el problema no se encuentra presente en el cerebro del cliente, por consiguiente, se debe demostrar al cliente la fuerte necesidad de adquirir lo que se le está presentando.
2. **Diferenciar su propio “CLAIM”:** En este contexto, se requiere mostrar al consumidor el contraste entre los escenarios posibles, en relación con el valor y beneficio que le puede ofrecer el producto o servicio, es decir, se debe llegar a cuestionamientos tales como: ¿cómo se compara la oferta que se le está presentando con las demás opciones en el mercado?, ¿Cómo se compara la oferta presentada con el caso de no elegir ninguna opción? Cabe añadir, que, para poder crear ese contraste para el cerebro primitivo, se requiere señalar si la solución que se está brindando es diferente y útil para poder satisfacer la necesidad que se busca cubrir, y de esta manera poder solucionar el “pain” del comprador.
3. **Demostrar el “GAIN”:** Para este paso, se precisa que es importante el demostrar de manera física y detallada la ganancia que le representa la elección del producto o servicio, esto se explica por la preferencia del cerebro primitivo ante las cosas tangibles, se precisa no solo enfocarse en las palabras como una forma de convencimiento, sino también de pruebas sólidas que demuestren que la solución que se le está brindando representa una ganancia prometida con anterioridad.
4. **Dialogar con el “OLD BRAIN”:** Así como fue mencionado anteriormente, el Cerebro Primitivo es el encargado de tomar la decisión final, y a su vez, la parte del cerebro que requiere de más atención debido a su gran importancia. Por consiguiente, es fundamental cumplir con los 6 estímulos que fueron explicados previamente para así poder tener un diálogo directo e influenciar la toma de decisiones por parte del cerebro primitivo.

3.4 Principios de percepción que influyen conducta del consumidor

- a. **Relación figura-fondo:** Predisposición a observar figuras oscuras con fondos iluminados, de tal forma que Las figuras oscuras sobre fondos oscuros hacen

- sobresalir los objetos y los elementos diferenciados al fondo atraen la mirada. Finalmente, las formas deben ser grandes y cálidas respecto de las figuras del fondo.
- b. **Uso de colores:** Influenciarán la percepción del consumidor, ya sean cálidos (tonos rojos, amarillos y naranjas) los cuales permiten acercar al consumidor. O los tonos fríos. (azules, verdes, morados) que tienen un efecto distanciador. Las secuencias cromáticas dan un método de observación al sujeto, haciendo de la imagen más dinámica.
 - c. **La imagen fotográfica:** Según Guanipa (2007), las imágenes fotográficas se presentan como recursos de gran valor e importancia en la comunicación visual, en especial en la publicidad al destacar el producto realizándolo a través de fondos, técnica de los planos, manejo de las escalas dimensionales y volumétricas de la imagen y la utilización de efectos escénicos que obligan al cliente a mirar.

(Avendaño, W.R. 2013)

5. Metodología

El presente caso práctico tendrá una metodología mixta, donde se evaluará información cualitativa y datos estadísticos basados en estudios sobre la influencia del neuromarketing en los aspectos decisivos del consumidor, de forma que sea posible representar lo argumentado en un caso práctico realizado en Parque Caracolí, CC. Por consiguiente, será posible determinar conclusiones parciales y finales en un caso aplicado y concluir un análisis de la presente investigación en curso.

Se usará el modelo realizado por William R. Avendaño, donde analiza el neuromarketing visual en el centro comercial ventura. El universo de la población agrupa los establecimientos comerciales del Centro Comercial en las categorías de textiles, comidas, diversión y entretenimiento, libros y electrodomésticos. La muestra será de 32 establecimientos, comprendido en ropa (9), comidas (4), belleza (3), zapatos (7), bolsos (6) y vestidos de baño (3). El instrumento aplicado analiza dos dimensiones: contexto externo y contexto interno. Cada dimensión tiene un conjunto de variables e indicadores, que están relacionados con la teoría del *neuromarketing* ya analizadas en el estado del arte. Se señala que la observación se realizó en horario de la tarde, un día viernes, considerado que en esa hora se podría observar con mayor facilidad posibles conclusiones.

El universo de la población que fue estudiada se compone por los establecimientos comerciales del Centro Comercial Parque Caracolí, en las categorías de textiles, calzado, bolsos, belleza y por último comida. La muestra es de 32, teniendo en cuenta una confiabilidad del 95% y un margen de error del 5%. $z=1.96$; valor z curva normal, confiabilidad 95%. La muestra de 32 establecimientos comerciales fue clasificada de acuerdo

con cada categoría: textiles (14), calzado (6), bolsos (8), belleza (4) y comida (5). El instrumento aplicado comprende dos contextos: externo e interno. Cada uno consta de un conjunto de variables e indicadores, que se relacionan con la teoría del neuromarketing, los cuales fueron explicados en la tabla 3. Se señala que la observación se realizó un viernes en las horas de la tarde y parte de la noche, aclarando que en estas horas el Centro Comercial recibe el mayor número de visitantes.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * (p * q)}$$

p=0.50; probabilidad de éxito, en donde la mitad del total de establecimientos aplica efectivamente alguna práctica de neuromarketing.

q=0.50; probabilidad de fracaso, en donde la mitad del total de establecimientos no aplica efectivamente alguna práctica de neuromarketing.

N=35; población, es el número total de establecimientos aptos para el estudio de la teoría del neuromarketing;

E=0.05; margen de error 5% determinado.

n=32 establecimientos comerciales, muestra obtenida para elaborar el diagnóstico.

Tabla 3. Dimensiones, variables, indicadores y descriptores del instrumento de diagnóstico aplicado.

| Dimensión: contexto Interno | | |
|--|-----------|--|
| variable | indicador | descriptor |
| Elementos del espacio (Imagen) | Tamaño | D8. Establecimiento amplio y ofrece al cliente espacio para su recorrido |
| | Luz | D9. El lugar esta lo suficientemente iluminado lo que le permite al cliente detallas cada elemento al interior del establecimiento. |
| | color | D10. El establecimiento usa colores llamativos tales como el amarillo, azul, rojo, verde, rosa, violeta y negro. |
| | Temática | D11. El establecimiento presenta una temática específica acorde con su objeto social. |
| D12. Las imágenes que decoran el establecimiento son visibles. | | |
| Exhibición de los productos (imagen) | Orden | D13. Los productos del establecimiento están ordenados por categorías o criterio que permiten fácilmente su ubicación. |
| | Cantidad | D14. Los productos están expuestos en cantidades que permiten captar la atención de los cliente evitando dispérsala por la acumulación excesiva de los mismos. |

Fuente: Avendaño, W.R. (2013)

| Dimensión: contexto externo | | |
|-----------------------------------|-----------|---|
| variable | indicador | descriptor |
| Imagen | Tamaño | D1. Las imágenes del establecimiento son grandes y llamativas |
| | Luz | D2. Presencia de luz en el exterior de los establecimientos comerciales que resalta los colores |
| | color | D3. Uso de colores predominantes en el exterior de los establecimientos |
| Exhibición de los productos marca | Luz | D4. Los productos son resaltados con luz que permite su realce. |
| | Tamaño | D5. La marca es grande y visible para el publico a larga distancia (15 cm) |
| | Luz | D6. La marca es resaltada por una luz produciendo un efecto visual para el transeúnte. |
| | Color | D7. Los colores son llamativos |

Fuente: Avendaño, W.R. (2013)

6. Resultados

5.2 Contexto visual externo de los establecimientos del Centro Comercial Parque Caracolí

Tabla 4. Resultados del análisis externo

| Dimensión: contexto externo | | | | | | | |
|-----------------------------------|------------|--------------|---------------|-------------|------------|-------------|------------|
| variable | indicador | Descriptor | Categorías | | | | |
| | | | Textiles (14) | Calzado (6) | Bolsos (8) | Belleza (4) | Comida (5) |
| Imagen | Tamaño | D1. | 10 (71,43%) | 5 (83,3%) | 4 (50%) | 3 (75%) | 4 (80%) |
| | Luz | D2. | 13 (92,86%) | 6 (100%) | 6 (75%) | 4 (100%) | 3 (60%) |
| | color | D3. Amarillo | 2 (14,28%) | 0 | 0 | 1 (25%) | 1 (20%) |
| | | D4. Rojo | 1 (7,14%) | 0 | 0 | 0 | 1 (20%) |
| | | D3. Azul | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 (20%) |
| | | D3. Verde | 1 (7,14%) | 1 (16,7%) | 1 (12,5%) | 1 (25%) | 0 |
| | | D3. Naranja | 1 (7,14%) | 2 (33,3%) | 2 (25%) | 0 | 0 |
| | | D3. Rosa | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | D3. Violeta | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| D3. Negro | 4 (28,57%) | 1 (16,7%) | 1 (12,5%) | 1 (25%) | 1 (20%) | | |
| Exhibición de los productos marca | Luz | D4. | 9 (64,28%) | 5 (83,3%) | 6 (75%) | 4 (100%) | 1 (20%) |
| | Tamaño | D5. | 14 (100%) | 5 (83,3%) | 5 (62,5%) | 3 (75%) | 3 (60%) |
| | Luz | D6. | 13 (92,86%) | 6 (100%) | 6 (75%) | 4 (100%) | 5 (100%) |
| | Color | D7. | 9 (64,28%) | 5 (83,3%) | 5 (62,5%) | 2 (50%) | 4 (80%) |

Fuente: Elaboración propia

En el análisis del contexto externo de los establecimientos ubicados en el Centro Comercial Parque Caracolí se observaron variables tales como: 1. Imagen, teniendo indicadores como: tamaño, luz, color. 2. La exhibición de los productos con los indicadores: Luz, tamaño, luz y color.

Los resultados del análisis realizado en el Centro Comercial se pueden encontrar en la tabla anexada a continuación.

- a. **Textiles:** Se pudo observar que, de los 14 establecimientos examinados, 10 presentan imágenes llamativas y en un tamaño grande en el exterior del local. Adicionalmente, la mayoría poseen luz en el exterior que resalta al establecimiento. En la parte de la predominancia de los colores, dos tienen amarillo como color predominante en el exterior, un establecimiento tiene rojo, un establecimiento tiene verde, un establecimiento tiene naranja y finalmente, más de un 25% presenta como color predominante el negro. También se puede dictaminar que más de la mitad de los establecimientos presentan una luz que resalta los productos que se encuentran en el exterior, todos presentan el nombre de la marca en un tamaño grande, el 92,8% de la muestra resaltan la marca con una luz que produce un efecto visual al transeúnte y finalmente, más de la mitad tienen colores llamativos en el exterior del local.

- b. **Calzado:** A partir de la recopilación de los datos, se puede evidenciar que, de los 6 establecimientos determinados para examinar, la mitad presentan imágenes llamativas en la parte externa del establecimiento, con un tamaño grande o adecuado en el exterior de este. Adicionalmente, el 75% de los establecimientos de calzado poseen una luz en la parte externa del local, que produce un efecto llamativo para los transeúntes. Por otro lado, se evidencia predominancia en los colores naranja, negro y verde, donde dos establecimientos hacen uso del color naranja como color dominante en el exterior, uno tiene negro como color predominante en el exterior y otro establecimiento presenta como color predominante el verde. Adicionalmente, se puede afirmar que la mayoría de los establecimientos presentan una luz que resaltan los productos en el exterior, casi todos presentan el nombre de la marca en un tamaño grande, todos resaltan la marca con una luz que produce un efecto visual al transeúnte y finalmente, el 83% tienen colores llamativos en el exterior del local.
- c. **Bolso:** Los establecimientos examinados para este estudio fueron 8, de los cuales se evidencio que 5 presentan en su exterior imágenes que llaman la atención y con tamaño grande o adecuado. Por otro lado, todos los locales de bolsos tienen luz en el exterior que resalta al establecimiento, al igual que una dominancia de colores como el naranja, negro y el verde. En la variable que evalúa si existe una luz que resalta los productos, se observó que un 75% califican positivamente en esta variable, por lo cual, la mayoría usan este tipo de métodos para llamar la atención del transeúnte. Finalmente, más de la mitad presentan el nombre de la marca en un tamaño grande, el 75% de los establecimientos resaltan la marca con una luz que produce un efecto visual al transeúnte y la mitad tienen colores llamativos en el exterior del local.
- d. **Belleza:** En esta categoría de la muestra se pudo observar que, de los 4 establecimientos examinados, se evidencia que todos presentan en su exterior imágenes llamativas y con un tamaño grande en el exterior del local. Adicionalmente, más de la mitad poseen luz en el exterior que resalta al establecimiento. Además, hay una dominancia de colores amarillo, verdes y el negro en los locales estudiados. Un 75% de los locales presentan luz que resalta los productos en el exterior, casi todos tienen el nombre de la marca en un tamaño grande, todos los establecimientos resaltan la marca con una luz que produce un efecto visual al transeúnte y finalmente, solo la mitad tienen colores llamativos en el exterior del local, evidenciando la preferencia por una gama de colores neutros.
- e. **Comida:** Por último, fueron analizados 5 establecimientos de comida dentro de los cuales se observó 4 establecimientos con imágenes llamativas y en un tamaño grande en el exterior del local. Adicionalmente, todos poseen luz en el exterior que resaltan al establecimiento. En la parte de la predominancia de los colores, uno tiene amarillo como color predominante en el exterior, un establecimiento tiene rojo, un establecimiento tiene azul y finalmente, un establecimiento tiene como color predominante el negro. También se puede dictaminar solo uno de los

| Dimensión: contexto interno | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------|------------|-------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|
| Variable | Indicador | Descriptor | Categoría del establecimiento | | | | |
| Elementos del espacio | | | Textiles (14) | Calzado (6) | Bolsos (8) | Belleza (4) | Comida (5) |
| | Tamaño | D8 | 12 (84,71%) | 5 (100%) | 7 (87,50%) | 4 (100%) | 5 (100%) |
| | Luz | D9 | 13 (92,86%) | 6 (100%) | 6 (75%) | 4 (100%) | 3 (60%) |
| | Color | D10 | 11 (78,57%) | 5 (83,33%) | 4 (50%) | 4 (100%) | 5 (100%) |
| | Temática | D11 | 11 (78,57%) | 6 (100%) | 5 (62,50%) | 2 (50%) | 3 (60%) |
| | | D12 | 6 (42,86%) | 2 (33,33%) | 2 (25%) | 8 (50%) | 4 (80%) |
| Exhibición de productos | Orden | D13 | 9 (64,29%) | 4 (66,67%) | 4 (50%) | 4 (100%) | 5 (100%) |
| | Cantidad | D14 | 9 (64,29%) | 4 (66,67%) | 6 (75%) | 2 (50%) | 5 (100%) |

establecimientos presentan una luz que resaltan los productos en el exterior, más de la mitad presentan el nombre de la marca en un tamaño grande, todos los establecimientos resaltan la marca con una luz que produce un efecto visual al transeúnte y finalmente, la mayoría usa en el exterior del local colores llamativos.

Tabla 5. Resultados del análisis interno

Fuente: Elaboración propia

6.2. Contexto visual interno de los establecimientos del Centro Comercial Parque Caracolí

En el análisis del contexto interno de los establecimientos ubicados en el Centro Comercial Parque Caracolí se observaron variables tales como: 1. Los elementos del espacio, teniendo indicadores como: tamaño, luz, color y temática. 2. La exhibición de los productos con los indicadores: orden y cantidad.

Los resultados del análisis realizado en el Centro Comercial, se pueden encontrar en la tabla anexada a continuación.

- f. **Textiles:** Se puede observar que la mayoría de los establecimientos son amplios, así ofreciendo un espacio cómodo y altamente iluminado al cliente, con la posibilidad de recorrer el local sin ningún inconveniente. Los colores más utilizados por este tipo de establecimientos son el amarillo, el negro, azul, naranja, y rojo, sin embargo, también se pudo observar que se hace uso de la gama de los blancos y grises, haciendo que se presente una neutralidad y no que se destaque. La mayoría hace uso de temáticas, sin embargo, pocas hacen uso de imágenes que representen las prendas que están dispuestas a la venta. Un poco más de la mitad de los establecimientos organizan sus prendas por categorías, a su vez que los exponen de manera adecuada para la vista. Se recomienda que se haga uso de otra gama de colores distintos al blanco, y que se usen más imágenes que pueda cautivar la atención del cliente.

- g. **Calzado:** El espacio de los establecimientos de calzado en su mayoría son amplios y ofrecen espacio para que sea recorrido por los clientes. Los colores más usados son blancos, verdes, marrón, negro, azul, y rojo. En el indicador de la temática, todos los establecimientos cumplieron hicieron visible la temática para el cliente, como se pudo percibir en uno de los establecimientos donde venden productos hechos con cuero, por esto, su tienda estaba decorada con temas relacionado al cuero y proceso que lleva la realización de este tipo de productos, sin embargo, solo 2 establecimientos hacen uso de imágenes junto a la exhibición de los productos. Más de la mitad de los establecimientos tienen sus productos por categorías, facilitando la toma de decisiones por parte del cliente, a su vez que están exhibidos de manera no recargada.
- h. **Bolso:** como se puede observar, la mayoría de los establecimientos poseen espacios luminosos y amplios, los cuales prestar al cliente un lugar apto para ser recorrido sin ningún inconveniente. Sin embargo, es importante recalcar que no se hace uso de una gama apta de colores, debido a que los colores que usan principalmente son blancos, el cual no permite que los compradores respondan a los impulsos que son transmitidos por parte de los establecimientos a través de los colores. Más de la mitad de los establecimientos hacen uso de temáticas, pero solo dos de los 8 establecimientos tienen imágenes visibles al público. La mitad de los establecimientos tienen sus productos exhibidos de forma categorizada, facilitando la toma de decisiones por parte del cliente, así mismo que 6 establecimientos presentan los productos de forma que no haya un exceso de estos.
- i. **Belleza:** Dentro de los establecimientos analizados en esta categoría, podemos ver que en sus mayoría de variables tuvieron un porcentaje del 100%, esto incluyendo variables tales como: tamaño y luz, estos tienen un uso correcto de la iluminación, a su vez, del espacio que brindan al cliente, hacen uso de gamas de colores correctas, que permiten crear una conexión con el futuro comprador, para que este responda de buena manera a los estímulos, y por último los productos son presentado de forma categorizada, de esta forma se facilita la toma de decisiones de los clientes. Por otro lado, también se observó que solo 2 de las 4 tiendas tienen un desarrollo de temáticas en su establecimiento, a su vez que no se hace uso de herramientas visuales tales como las imágenes visibles, y los productos que son exhibidos se presentan en exceso, siendo esto algo pesado para la vista del cliente, resultando en un fracaso en la potencial compra.
- j. **Comida:** Por último, fueron analizados 5 establecimientos de comida dentro de los cuales se observó que todos cumplen con el criterio de tamaño, brindando un espacio para que el cliente se pueda sentir cómodo y tranquilo, sin embargo, solo 3 de los establecimientos hacen un uso adecuado de la iluminación. Los colores son temas cruciales en los estímulos que se quieren transmitir a los consumidores en este tipo de establecimientos, teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que todos los establecimientos cumplieron correctamente con esta variable, a su vez que permiten crear un diferencial entre cada negocio de comida. El 60% de estos negocios hacen uso de la temática y el 70% hacen uso de imágenes, lo cual es importante debido a que de esta forma llegan de forma más contundente al cerebro del cliente. Por último, el 100% de los establecimientos tiene una correcta exhibición de sus productos sin incurrir a un exceso de estos mismos.

7. Conclusiones

De acuerdo al caso práctico que se realiza en la presente investigación sobre Neuromarketing aplicado en el Centro Comercial Parque Caracolí, usando la metodología suministrada por William R. Avendaño en un estudio de su autoría, se puede observar una aplicación satisfactoria en los establecimientos estudiados, sobre prácticas relacionadas a la teoría del neuromarketing.

Como resultados para este análisis se obtuvo que el manejo del tamaño y espacio para recorrer dentro de los establecimientos es la variable que se realiza con un mayor éxito, sin embargo, estos no utilizan un uso adecuado de la luz, ya sea porque utilizan luces que no permiten que se pueda observar de una manera correcta, o porque utilizan poca iluminación, por consiguiente, hay muchos espacios de oscuridad.

La gama de colores más usado por parte de estos establecimientos son el negro, amarillo, naranja, rojo y por último azul, los cuales son usados tanto interna como externamente, sin embargo, se emplean en un mayor grado dentro del lugar. Estos colores lo que buscan es transmitir confianza, a través del color azul, emociones intensas tales como fuerza y energía, a través del color rojo, juventud y energía a través del color naranja, felicidad, diversión y simpatía a través del color amarillo y por último a través del color negro se busca transmitir autoridad, fortaleza y elegancia.

Un punto a resaltar es que la mayoría de los establecimientos tienen sus productos organizados por categorías, lo cual es un factor fundamental porque es un beneficio netamente para el cliente potencial, y también permite que el establecimiento sea mucho más llamativo debido a que no solo hacen uso de la categorización de sus productos, sino que también la mayoría de los establecimientos analizados tiene sus productos exhibidos teniendo cuidado de que no se presenten de forma excesiva.

Finalmente, se evidenció que los establecimientos comerciales tienen preferencias en el uso de luces en los letreros que se encuentran en el exterior de cada uno de estos, al igual que se observó una preferencia en el uso de un tamaño grande para estos—a excepción de los establecimientos de comida-, teniendo en cuenta lo anterior, lo que se busca con el uso de estas técnicas es producir un efecto llamativo el cual se encarga de captar la atención de las personas que se encuentran dentro del centro comercial. Concluyendo, un resultado a recalcar él es hecho de que los restaurantes de comida no implementan las teorías del neuromarketing como son implementadas por los demás establecimientos del centro comercial, encontrando un mayor problema en la implementación de una luz en el exterior que resalta el producto que se está ofreciendo.

8. Referencias Bibliográficas

Renvoisé, P., & Morin, C. (2006). Neuromarketing: El nervio de la venta. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Rios, L. (2016). DEL MARKETING AL NEUROMARKETING [Revista Científica]. Recuperado 11 agosto, 2019, de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n12/v7n12_a06.pdf

Braidot, N. (2011). Neuromarketing en acción. ¿Por qué los clientes te engañan con otros si dicen que gustan de ti? Buenos Aires, Argentina: Granica

Levitt, T. (1960). La miopía en el marketing. Recuperado de https://www.falconi.com/wp-content/uploads/2015/11/artigo_08.pdf

Baptista, M., León, M., & Mora, C. (2010). View of Neuromarketing: Conocer al Cliente por sus Percepciones (Neuromarketing: know customers through their perceptions) [Revista Científica]. Recuperado 11 agosto, 2019, de https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/637/562

Avendaño, W. (2013). Un caso práctico para el análisis del neuromarketing visual en el Centro Comercial Ventura Plaza (Cúcuta, Colombia) [Libro en pdf]. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n49/v29n49a03.pdf>

Geffner, D. (s.f.). Capítulo 2: El cerebro organización y función [Libro en pdf]. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n49/v29n49a03.pdf>

XPLANATIONS. (2003). NEUROMARKETING: CONVENCER A TRAVÉS DEL CEREBRO PRIMITIVO [Ilustración]. Recuperado 11 agosto, 2019, de <http://www.editorialuoc.cat/media/resources/public/26/2692/269286e63ba64921bec27010808cecc7.pdf>

Comportamiento del intercambio Comercial de Colombia frente al bloqueo economico CAN 2010-2017

Salas Hernández, Isaurys¹, Silva Melchan, Alejandra Jessica²

¹Universidad Simón Bolívar (Gestión Organizacional, facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar), isaurys.salas@unisimon.edu.co

²Universidad Simón Bolívar (Gestión Organizacional, facultad de Administración y negocios, Universidad Simón Bolívar), jsilva18@unisimon.edu.co.

Resumen

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) es un organismo intergubernamental que promueve la integración regional con el fin de establecer un Unión Aduanera en áreas como el comercio, transporte, cooperación educativa y científica. Este estudio presenta un análisis cuantitativo de las relaciones comerciales que tiene Colombia con los países miembros de la CAN entre los años 20010-2017 comparando los indicadores de comercio exterior (PIB, PIB per cápita, importación y exportación) de cada uno de las naciones miembros bajo un análisis longitudinal, retrospectivo de datos procedentes de fuentes de información secundarias, con el fin de describir e identificar las oportunidades comerciales que brinda el marco de CAN para la economía colombiana. Como resultado se obtuvo, que la dinámica comercial dentro del bloque está creciendo. Se concluye, que la apertura a este bloque económico trae beneficios arancelarios al comercio de los países latinoamericanos, aspecto que debería tener en cuenta Colombia para potencializar su mercado a nivel internacional.

Abstract

The Andean community of Nations (CAN) is an intergovernmental organization that promotes regional integration with the Customs Union in areas such as trade, transport, educational and scientific cooperation. This study presents a quantitative analysis of the trade relations that Colombia has with the member countries of the CAN between the years 2008-2017 comparing foreign trade indicators (PIB, per capita PIB, import and participation) of each of the member countries. Analysis longitudinal, retrospective data from secondary information sources, in order to describe and identify the commercial opportunities that are offered in the framework of CAN for the Colombian economy. As a result it was obtained, the commercial dynamics within the block is growing. It is concluded that the opening to this economic bloc brings tariff benefits in the trade of Latin American countries, an aspect that Colombia should take into account in order to boost its international market.

Palabras clave

Exportación, importación, comercio, mercado, economía.

Keywords

Export, import, trade, market, economy.

9. Introducción

La presente investigación se refiere al tema de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que es un organismo intergubernamental donde se promueve la integración regional con el fin de establecer un Unión Aduanera en áreas como el comercio, transporte, cooperación educativa y científica. Donde se hizo con el fin de estudiar el comportamiento de Colombia

ante los demás países miembros de la CAN para analizar si han presentado un crecimiento o decrecimiento a lo largo de estos años, debido a las indagaciones que teníamos y la motivación al querer saber sobre estos temas que son de nuestro interés.

10. Objetivos

2.1. Objetivo general

Analizar el comportamiento del intercambio comercial de Colombia con los demás integrantes de la comunidad Andina de Naciones (CAN).

2.2. Objetivos específicos

- Relacionar el nivel de crecimiento económico de Colombia frente a los países pertenecientes al bloque económico CAN
- Comparar los principales indicadores de comercio exterior de Colombia con los demás países miembros de CAN en el periodo 2009-2018

11. Estado del Arte

Teoría de comercio exterior.

Los mercantilistas se preocuparon siempre por la acumulación de grandes cantidades de Metales preciosos amonedados: oro y plata fundamentalmente. La oferta de ambos metales Preciosos era relativamente fija, por lo que los mercantilistas pensaban que una nación podía aumentar sus existencias de oro y de plata a expensas de otra. Por tanto, para los mercantilistas. Las exportaciones eran buenas, puesto que permitían el ingreso de metales preciosos al país; en tanto que las importaciones las consideraban como nocivas, porque generaban la salida de oro y de plata de las fronteras nacionales. Consecuentes con esos principios, los autores mercantilistas abogaban por una política comercial proteccionista: fomentar las exportaciones a través de subsidios, y restringir las importaciones a través de altos aranceles a las mismas. De esa manera, se generaría un superávit comercial y la consecuente acumulación de metales preciosos al interior del país que pusiera en práctica tal política comercial. El proteccionismo permitía ganar a unos países lo que otros perdían: un juego de suma cero en todo su esplendor.

Martin Ramales Osorio. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso (2000)

Integración comercial.

Todo aquel proceso que favorezca la actitud cooperaria de los estados independientes apenas trascienda la mera coordinación espontánea y posea algún grado de institucionalidad formal y hasta que la profundización del proceso abandone el ámbito de las relaciones

internacionales regladas a partir del principio de independencia propio del atributo de la soberanía, para ingresar en el campo del derecho político interno, en el marco de una idea de supremacía propia del poder central del Estado (...). El mismo autor, establece que el concepto de integración y el de soberanía son conceptos que se “complementan y que la integración profunda, la de raíz comunitaria, estructurada a partir del atributo de la supranacionalidad, es una forma de reforzar la capacidad de decisión independiente de los Estados en una nueva y difícil circunstancia histórica Heber Arbuét (1997).

También este estudio tomara en consideración indicadores provenientes de fuentes secundarias como el Banco Mundial, La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD.

12. Metodología

Esta es una investigación correlacionar, porque estamos analizando el nivel de crecimiento económico de Colombia frente a los países pertenecientes al bloque económico CAN a manera de investigación, descriptiva, con un enfoque metodológico, cuantitativo.

Diseño: Longitudinal, Descriptivo, analítico y enfoque cuantitativo.

Muestra: Países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia)

Procedimiento:

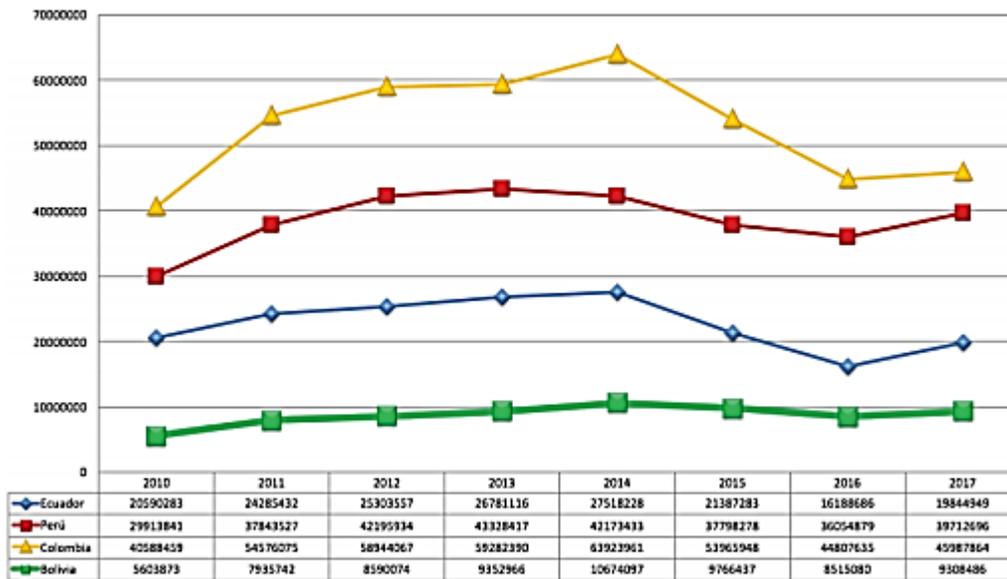
- Identificación de las fuentes de información seleccionadas, estadísticas de y datos Macroeconómicos relevantes.
- Clasificación de datos por países.
- Elaboración de tablas comparativas, perfiles de países y gráficos.
- Comparación de indicadores de importación y exportación entre Colombia y los distintos países con los cuales hacen parte de CAN.
- Análisis vertical y horizontal del comportamiento de las exportaciones e importaciones entre Colombia y los distintos países integrantes de CAN entre 2009 a 2018.
- Relación entre los productos más exportados desde Colombia e importados a Colombia dentro de CAN al año 2018.

13. Resultados

Esta investigación espera presentar entre sus resultados un análisis del comportamiento del intercambio comercial de Colombia con los demás integrantes de la comunidad Andina de Naciones (CAN), así mismo determinara el nivel de crecimiento económico de Colombia en el periodo 2009-2018, y establecerá un análisis comparativo de los principales indicadores de Comercio exterior entre los países miembros de CAN en el periodo 2009-2018.

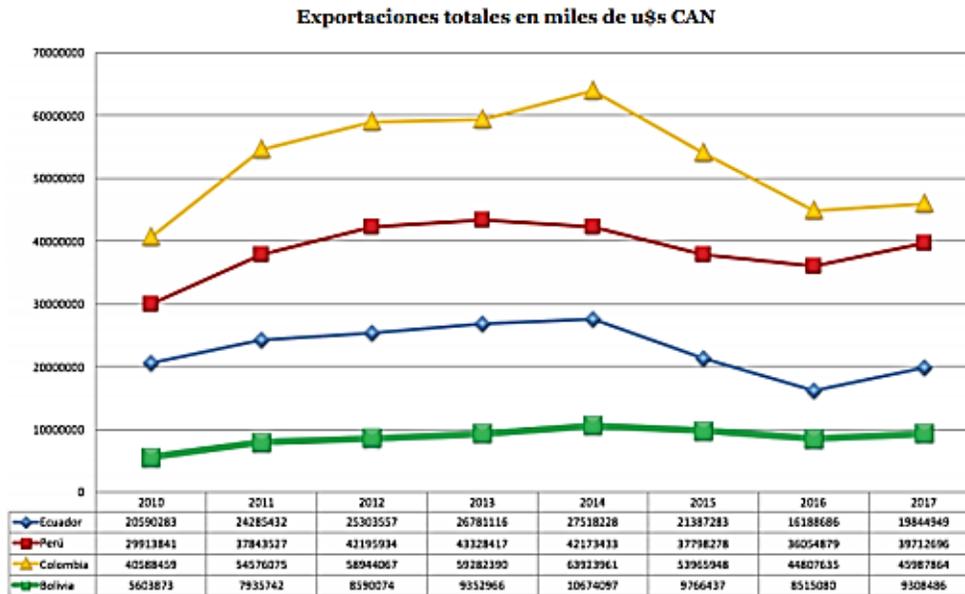
Entre los resultado encontrados podemos observar que en las importaciones totales en miles de u\$s CAN, el país que mayor crecimiento obtuvo en estos ocho años fue el de Bolivia en un 66,11% donde el año que más aumento fue en el 2014 un (10.674.097) y disminuyo en el 2010 un (5.603.873), ahora vemos que el país que le sigue es Perú con un crecimiento del 32,76% donde el año que más aumento fue en el 2013 un (43.328.417) y disminuyo en el 2010 un (29.913.841), posteriormente el país que le sigue es Colombia con un crecimiento del 13,30% donde el año que más aumento fue en el 2014 un (63.923.961) y disminuyo en el 2010 (40.588.459), llegado a este punto aseguramos que el país con menor decrecimiento en estos ocho años fue el de Ecuador con un -3,62% donde el año que más disminuyo fue en el 2016 un (16.188.686), y aumento en el 2014 un (27.518.228)

Importaciones totales en miles de u\$s CAN



En las exportaciones totales en miles de u\$s CAN percatamos que, el país que mayor crecimiento obtuvo en estos ocho años fue el de Perú en un 25,15% donde el año que más aumento fue en el 2011 un (44.687.003) y disminuyo en el 2015 un (31.903.760), seguidamente es Bolivia con un crecimiento del 13,33% donde el año que más aumento fue en el 2014 un (13.034.217) y disminuyo en el 2016 un (7.228.169), luego el país que le sigue es Ecuador con un crecimiento de 9,33% donde el año que más aumento fue en el 2014 un

(25.724.433) y disminuyó en el 2010 (17.489.907), en este momento aseguramos que el país con menor decrecimiento en estos ocho años fue el de Colombia con un $-4,49\%$ donde el año que más disminuyó fue en el 2016 un (31.768.350), y aumento en el 2014 un (13.034.217).



14. Conclusiones

Como resultado de los análisis e investigaciones anteriormente concluimos a través de tablas, datos y graficas comparativas que a lo largo de los años algunos países miembros de la CAN mejoraron sus posiciones, a través del desarrollo de estrategias y la integración entre ellos obteniendo beneficios mutuos, como resultado de la investigación se estudió el comportamiento del intercambio de estos países, logrando disminuir las diferencias de desarrollo existentes, dado que algunos países aceleraron su desarrollo y crecimiento cooperando económicamente entre si y socialmente.

15. Referencias Bibliográficas

- ALADI (2019). Sistema de Información de Comercio Exterior, Recuperado de:
<http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>
- CAN (2018) Comunidad Andina de Naciones. Recuperado el 11 de Abril del 2019, de
<http://www.comunidadandina.org/>
- Bernal-Meza, R., & Mazera, G. (2008). El retorno del regionalismo. Aspectos políticos y económicos en los procesos de integración internacional. Revista Aportes para la Integración Latinoamericana, 1-18.
- Casas, J. (2015). Diversificación de las exportaciones y su impacto sobre el crecimiento Económico en Colombia. Cali: Universidad del Valle.
- Dankhe. (1986). Diferentes diseños, tipos de investigación. Colombia: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Jiménez, L., & Daconte, T. (2013). Análisis de las relaciones comerciales entre Colombia y Panamá en el marco de un Tratado de Libre Comercio. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Maesso, M. (2011). La integración económica. Información Comercial Española ICE (858), 119-132.
- Mankiw, G. (2002). Principios de economía. España: Mc Graw Hill.
- Ministerio de industria y turismo. (1 de Noviembre de 2017). Ministerio de Industria y Turismo. Recuperado el 3 de Noviembre de 2017, de Tratados vigentes:
<http://www.tlc.gov.co/index.php>
- PNUD. (2016). Objetivos de Desarrollo Sostenible, Colombia. Herramientas de Aproximación al contexto local. Colombia: ONU.
- Sabino, C. (1986). El proceso de investigación.
- Salazar, E. (2014). Impacto de los tratados de libre comercio (TLC) en la economía Colombiana. Desarrollo Gerencial Revista de la Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, 47-87.

El aporte de la Teoría de las Organizaciones al Desarrollo Sostenible: El caso de las Ecoaldeas.

Sanchez Reyes, Jimmy¹, Fernandez Pinto, Henry²

¹ESAP Bucaramanga, Programa de Administración Pública; dr.j.sanrey@gmail.com

²UPB Bucaramanga, Facultad Administración Negocios Internacionales,
Henry.fernandez@upb.edu.co

Resumen— El Este trabajo busca aportar elementos científicos para el abordaje de las organizaciones que requiere el Desarrollo Sostenible, pues deben ser nuevas organizaciones que sean armónicas con el medio ambiente. Por ello, tomando como marco teórico el Desarrollo Sostenible y la Teoría de la Organización, se analiza el caso de las ecoaldeas; organizaciones que se encuentran aportando a esta corriente, pero que poco han sido estudiadas desde la Administración. Posteriormente, a través de un análisis descriptivo e interpretativo de la información recolectada de forma directa a 42 ecoaldeas de 22 países por medio de un cuestionario-encuesta, se analizan las variables de la gestión administrativa que son determinantes en la sostenibilidad de estas organizaciones.

Como resultados principales se presenta un amplio estudio de las ecoaldeas como organizaciones, mostrando dentro de sus aspectos generales su aporte al Desarrollo Sostenible y sus objetivos de sostenibilidad ecológica, social, y espiritual; dentro de la dimensión de sostenibilidad social ecoaldeana se retoman elementos que hacen alusión a la gestión administrativa y se aportan nuevos elementos, con ello se procede a revisar el estado de las principales variables que explican la gestión administrativa de las Ecoaldeas y se innova aplicando una Regresión Logística para determinar que variables son las que explican la ausencia o presencia de crisis que podrían finalizar estos proyectos, evidenciándose dos variables que pueden ser consideradas atractores de la gestión administrativa –variables que explican las demás variables- y son la Cultura y la Motivación como variables que explican y determinan la permanencia de las ecoaldeas.

Abstract— This inquiry aims to provide scientific evidence that organizations require Sustainable Development and must be in harmony with the environment. Therefore, on the theoretical framework Sustainable Development and Organization Theory, this research is conducted in the case of ecovillages; organizations that are contributing to this trend, but little has been studied from the Administration. Subsequently, through a descriptive and interpretative analysis of the information collected directly from 42 ecovillages in 22 countries by a survey questionnaire, is to analyse the administrative management variables that are decisive in the sustainability of these organizations.

The main results of a comprehensive study of ecovillages as organizations, showing in its general aspects their contribution to sustainable development and goals of ecological and social sustainability, this is presented within the dimension of ecovillage social sustainability elements that refer to administrative management and provide new evidence. Taking in account that, it proceeds to review the status of the main variables that explain the administrative management of the Ecovillage and innovates by applying a logistics regression to determine which variables are the ones that explain the absence or presence of crisis that could

affect these projects, showing two variables that can be considered attractors of administrative management - variables explaining other variables- and are the Culture and Motivation. These variables explain and determine the permanence of ecovillages.

Keywords/Palabras clave—Sustainability Organization, Ecovillages, Sustainable development, Administrative Management / Sostenibilidad Organización, Ecoaldeas, Desarrollo sostenible, Gestión administrativa

1. Introducción

El desarrollo científico del siglo XVI produjo un cambio en la relación del hombre con la naturaleza; pues esta ha sido mediada en función del aprovechamiento económico que el hombre puede obtener de ella como satisfactor de sus necesidades e ideales; por ello, la redujo a términos como “medio ambiente” o “recursos naturales” y se ha mantenido al margen de sus procesos de desarrollo como ente externo que la explota. Este alejamiento del hombre con respecto a la naturaleza -de la cual hace parte- ha generado una crisis que está a punto de colapsar, pues es un hecho que los recursos son finitos y que el crecimiento tiene un límite; por tanto, la naturaleza se está esforzando por soportar una explotación en aumento derivada del crecimiento poblacional y del aumento en los niveles de consumo.

Como consecuencia de esta tendencia, se ha venido generando un cambio de paradigma, que parece anunciar una nueva era, que al igual que la transición de la Edad Media a la Era de la Ciencia, anuncia la transición de esta última a la Edad Ecológica, caracterizada por una preocupación en la armonía de la interacción del hombre con los de su especie y con todos los demás seres vivos (Dawson, Jackson & Norerg-Hodge, 2010).

Enmarcado en este nuevo paradigma, se han venido creando "micro-tendencias" de grupos de personas y organizaciones que están tratando de aportar alternativas de solución a la crisis; dentro de estas se encuentran las ecoaldeas como un sistema alternativo que propone experiencias comunitarias a pequeña escala, intentando construir una sostenibilidad a nivel local en armonía con la naturaleza.

Una ecoaldea es un asentamiento sostenible, en el campo o en la ciudad, que respeta y restaura los sistemas circulatorios de los 4 elementos: tierra, agua, fuego y aire, en la

naturaleza y en la gente. Comprende todos los aspectos para la vida humana: estructuras físicas (tierra), infraestructura (agua), estructuras sociales (fuego) y cultura (aire). (Jackson, 1998).

En el mundo -para el año 2014- existían 642 ecoaldeas, ubicadas en 98 países; la mayor cantidad de ecoaldeas se encuentra en la subregión Europa/África/Medio Oriente con 290 casos, seguida por Las Américas con 257 y Oceanía/Asia con 95 (GEN, 2014).

En las Américas, el norte presenta el mayor número de casos (124 en Estados Unidos y 29 en Canadá), seguidos por 39 casos de la región andina (15 en Colombia, 6 en Venezuela, 8 en Ecuador, 6 en Perú y 5 en Bolivia), 31 casos en el sur del continente (18 ecoaldeas en Brasil, 9 en Argentina, 3 en Chile y 1 en Uruguay), e igual número de casos en Mesoamérica (14 en México, 10 en Costa Rica, 2 en Belice, 1 en El Salvador, 2 en Nicaragua, 1 en Guatemala y 1 en Panamá). El menor número de casos están en el Caribe, con 3 experiencias (1 en Puerto Rico, 1 en Haití y 1 en Jamaica). (GEN, 2014)

En el año 2008, habían registradas 281 ecoaldeas en el directorio de la Red Global de Ecoaldeas (Global Ecovillage Network - GEN) correspondientes a 68 países (Blaitt, 2010).

Los anteriores datos demuestran cómo estas experiencias se han incrementado sustancialmente en número y en cobertura geográfica, llegando a más del doble en un periodo de seis años y apareciendo en 30 países más.

Otro dato importante sobre el impacto de las ecoaldeas, es que, en el año 1998, las ecoaldeas ocuparon el primer lugar dentro de la lista de 100 Mejores Prácticas de las Naciones Unidas, destacadas como excelentes modelos de vida sostenible. (GEN, 2014).

Es claro que el impacto de estos esfuerzos se enmarca en lo local, sin embargo, para que tengan mayor éxito y difusión, deben ir acompañados de cambios en las políticas a nivel nacional e internacional, para que no sólo sean vistos como intentos de base aislados y

dispersos, sino para que contribuyan a estimular políticas gubernamentales que promuevan la pequeña escala a gran escala, dando más espacio para que las economías comunitarias florezcan y se expandan.

También para que esto suceda se requiere que estas organizaciones sobrevivan o por lo menos estudiar los aspectos que garantizan el éxito en el cumplimiento de su misión, para que con este conocimiento se repliquen experiencias de similares características con estructuras más durables que garanticen un impacto en el tiempo e inspirar la creación de nuevas estrategias de desarrollo.

Lo anterior es relevante debido a que este tipo de organizaciones son inestables y presentan crisis que terminan afectando su permanencia. Como lo expresa Max-Neff (1998) este tipo de organizaciones tiene un rasgo característico que “es su inestabilidad, evidenciada por sus elevadas tasas de nacimiento y muerte. Tales organizaciones encuentran serias dificultades para sobrevivir individualmente” (p. 101). Lo anterior se respalda por los hallazgos de Christian (2003, 2007) quien realizó un estudio de ecoaldeas y comunidades intencionales de América, encontrando que sólo el 10% lograron sus objetivos, mientras que el 90% perecen en el camino.

A pesar de estos problemas, estas organizaciones han sido tratadas fundamentalmente como una opción viable para contribuir a una visión holística del mundo que puede ayudar de manera más eficaz y eficiente a la sostenibilidad ambiental.

Pero también son importantes otros aspectos que han sido poco tratados o a los cuales se les ha dado menos relevancia, como lo son, los aspectos administrativos de las mismas, que podrían explicar la permanencia o finalización de estos proyectos. Estos aspectos han sido poco estudiados, dado que la mayoría de los estudios realizados han partido de otras ciencias diferentes a la Administración y han empezado definiendo a las ecoaldeas como “comunidades intencionales”, “comunidades alternativas” o como “movimientos sociales”, pero no como organizaciones y, por tanto, no han sido incluidas dentro del campo de estudio

que se encarga del estudio de la generalidad de las mismas, es decir, dentro de la Teoría de la Organización.

Por ello, es importante comprender el aporte que hacen las ecoaldeas al Desarrollo Sostenible y realizar el abordaje de las mismas desde la Teoría de las Organizaciones, tratando de indagar por los aspectos administrativos particulares que determinan su éxito o fracaso en términos de permanencia, tratando de responder a las preguntas: ¿Qué factores explican los resultados de la gestión administrativa en las ecoaldeas? y ¿Qué papel juega la sostenibilidad social en la gestión administrativa de las mismas?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

- Analizar las variables de la gestión administrativa que determinan la sostenibilidad de las Ecoaldeas como organizaciones modernas dentro del desarrollo sostenible

2.2. Objetivos específicos

- Revisión teórica de los antecedentes, conceptos y vertientes de la teoría de la organización y gestión administrativa
- Realizar un análisis descriptivo-interpretativo a 42 Ecoaldeas de 22 países en las variables de la gestión administrativa que son determinantes de la sostenibilidad organizacional

3. Estado del Arte

Sólo hasta el siglo XX y debido a la evidencia de la crisis ambiental, después de 1950, se ha empezado a contemplar por primera vez una acepción más amplia y multidisciplinar del desarrollo, que se ha venido enriqueciendo con múltiples aportes, confluyendo en la actualidad en la aceptación y validez universal –desde su aparición en 1980–, del concepto de Desarrollo Sostenible. A éste, le siguen “los planteamientos propuestos por las Naciones

Unidas en torno al Desarrollo Humano y en estos momentos, estamos siendo testigos de un nuevo concepto: el Desarrollo Humano Sostenible, que intenta integrar las dos visiones anteriores” (Aguado et al., 2006, p. 2).

Es a partir del primer informe del Club de Roma “Los límites del crecimiento” (1972), donde aparecen los primeros estudios científicos del desarrollo que abogan por el cese del crecimiento (Meadows et al., 1972). El debate suscitado por este informe, originaría la publicación en 1987 del Informe de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo, titulado “Nuestro Futuro Común”, más conocido como el “Informe Brundtland” (CMMAD, 1987). Es a través de éste último que se institucionaliza el concepto de Desarrollo Sostenible, que trasciende del plano académico al político.

Este informe define que “El Desarrollo Sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD, 1987).

Desde este planteamiento, el Desarrollo Sostenible incorporaba implícitamente una percepción tridimensional en la que se integraban las dimensiones: económica, ecológica y social. En este mismo sentido, el primero en estudiar el Desarrollo Sostenible bajo este marco triangular fue el Banco Mundial. De igual forma, bajo este enfoque, la Unión Europea tomó estos tres pilares básicos en su Estrategia de Desarrollo Sostenible (CCE, 2001).

Basados en la ecuación IPAT – propuesta por Ehrlich & Holdren (1971) - los autores Cendra & Stahel (2006) proponen una visión más amplia, con nuevas dimensiones y principios del Desarrollo Sostenible. La ecuación IPAT mide el Impacto Ambiental derivado de la Población, el Consumo y la Tecnología; de modo que el Impacto Ambiental depende de la población que lo genera, del nivel de consumo de bienes y servicios de esa población y de la Tecnología empleada para producirlos. De cada variable se desprende una dimensión, quedando así: del Impacto Ambiental se deriva la Dimensión ambiental; de la Población la

Dimensión demográfica; del Consumo la Dimensión oikonomica; de la Tecnología la Dimensión tecno-social; añadiendo la Dimensión global/local y la Dimensión cultural como contexto de las anteriores, a la vez que a cada una se asignan una serie de principios y subprincipios derivados de los documentos y encuentros más importantes en el tema ambiental.

En el año 1990, aparece respondiendo al Desarrollo Sostenible el Desarrollo Humano. Este aporte realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y cuyo colaborador principal fue Amartya Sen (1989), exponía que la causa de la pobreza no radicaba en la no disponibilidad de recursos suficientes sino en su falta de accesibilidad.

El Desarrollo Humano conlleva “un proceso por el cual se amplían las oportunidades del ser humano” (PNUD, 1990, p. 34), el objetivo es lograr una vida de calidad, prolongada y saludable, no se trata de que las personas aseguran el desarrollo cuando pueden consumir más bienes o servicios materiales sino cuando adquieren mayores capacidades para aprovechar estas oportunidades.

Buscando hacer medible este concepto, el PNUD, Amartya Sen y Gustav Ranis, proponen el Índice de Desarrollo Humano (IDH). Este índice busca además de tener en cuenta el nivel de ingresos, medir otros aspectos cualitativos como lo son las condiciones educativas y sanitarias de la población, entre otras.

Derivado del concepto de Desarrollo Humano, surge el concepto de Desarrollo Humano Sostenible, que, al igual que el primero, también plantea situar al ser humano en el centro de sus preocupaciones, considerando primordial mejorar las capacidades del mismo para satisfacer sus necesidades. Sin embargo, en este enfoque, se incorpora la dimensión ambiental, poniéndose de manifiesto la incompatibilidad del modelo de desarrollo que se da en los países ricos con la satisfacción de las necesidades del conjunto de la población mundial. Esta incompatibilidad, se debe, principalmente, a la imposibilidad de que el nivel

de consumo de los recursos naturales de los primeros, se haga extensible al resto de los países (Aguado et al., 2006, p. 26).

En la actualidad, el Desarrollo Sostenible es imperativo y se ha convertido en un desafío difícil de operativizar por los individuos y sus organizaciones en todo el globo. Esto se vuelve más complejo cuando revisando la literatura al respecto vemos que no existe consenso en la noción de sostenibilidad, pues esta depende de las visiones de mundo y de los intereses de los diversos actores sociales, lo que ha imposibilitado la generación de acuerdos respecto a la configuración socioeconómica sostenible.

Por todo lo anterior, sigue siendo válido y decisivo, encontrar colectivamente alternativas de solución que permitan la aplicabilidad del Desarrollo Sostenible. Se debe encontrar propuestas que contemplen la armonía entre sus aspectos teóricos y conceptuales, por un lado, y la posibilidad de su aplicación con las comunidades en los territorios, a través de las organizaciones existentes y nuevas formas organizativas.

A pesar de la resistencia global a recorrer otro camino, en la actualidad, existen ya minorías significativas que se caracterizan por formas de vida sencillas, integradoras y armónicas con la naturaleza. El elemento común de esas personas es el holismo. Prefieren alimentos naturales, asistencia sanitaria holística, equilibrio entre trabajo, ocio, consumo y crecimiento interior. Según el Institute of Noetic Sciences esas personas han cambiado de: la competencia a la reconciliación y asociación; la codicia y carestía a la suficiencia y afluencia; depender de fuentes externas de “autoridad” a otras internas de “conocimiento”; concepciones del mundo moldeadas siguiendo pautas mecanicistas a enfoques enraizados en principios; separación a reconocimiento de la integración de todos los aspectos de la vida (www.noetic.org) (como se citó en Bermejo, 2014, p 27-28).

Entre este tipo de minorías se encuentran las ecoaldeas, que vienen mostrando experiencias de relacionamiento de armonía social y natural. Una forma de entender cómo debe buscarse

el Desarrollo Sostenible, interpretando lo planteado por Gilman (1995), es alcanzando la armonía entre estos aspectos: nuestra relación con el medio natural, con los demás respecto a los temas políticos y sociales y la relación con nosotros mismos en términos de salud, crecimiento personal y espiritualidad. Estos aspectos son los fines de que persiguen las ecoaldeas.

Las ecoaldeas han sido poco estudiadas, por lo menos desde una perspectiva organizacional, aunque han sido tratadas en alguna medida desde otras perspectivas asociadas a disciplinas de las ciencias sociales diferentes a la Administración como lo son la Psicología, la Sociología, la Economía y el Derecho.

Albuquerque y Pérez (2014) manifiestan que, a pesar de los aportes valiosos de estas disciplinas para la Teoría de la Organización, se debe reconocer que este tipo de organización han sido “escasamente –por no decir nulamente– estudiados desde una perspectiva organizacional, cuyo abordaje resulta trascendental para avanzar en su conocimiento en particular, y en el conocimiento de las organizaciones en general” (p. 315).

Para demostrar lo anterior, las autoras citadas: Tras una revisión sobre el tema de las ecoaldeas en las diez principales revistas a nivel mundial referidas al estudio de las organizaciones, no se encontró ningún artículo referido a las ecoaldeas dentro de sus diversos números. Solamente se encontró una revista enfocada al estudio de las organizaciones y a múltiples dimensiones del ambiente titulada *Organization & Environment* en la cual de 1987 a 2014 se encontraron únicamente cuatro artículos, de los cuales sólo uno tiene como objeto de estudio las ecoaldeas (Ergas, 2010), los otros tres (Kasper, 2009; Blühdorn, 2011; Clement, 2010) refieren las mismas sólo dentro de las referencias bibliográficas consultadas. Asimismo, Wargner (2012) realizó una revisión de 59 estudios encontrados en diversos catálogos y bases de datos académicas referentes a la ecoaldea, de lo cual derivó un mapeo sobre las categorías temáticas que han abordado el estudio de la ecoaldea: de los 59 estudios encontrados, 49 corresponden a las ciencias sociales y humanidades y solo 10 a

las ciencias naturales; a su vez, los estudios realizados en las ciencias sociales y humanidades los clasifica en tres categorías: 1) análisis de la perspectiva de los individuos; 2) investigaciones sociológicas y 3) investigaciones etnográficas y culturales. Lo interesante de este estudio es que ofrece evidencia de que la perspectiva organizacional es prácticamente nula en lo que al estudio de las ecoaldeas se refiere (Alburquerque y Pérez, 2014, p. 315-316).

Existe una oportunidad de estudiar las ecoaldeas entendidas como organizaciones dentro del campo de estudio que se encarga del estudio de la generalidad de las mismas, es decir, dentro de la Teoría de la Organización -vinculada a la Administración-.

Hall (1996) recogió los aportes de diferentes autores sintetizando el conocimiento de la Teoría de la Organización, de modo que describe los elementos que debe poseer una organización para ser considerada como tal: Una organización es una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membrecías; esta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad (p. 33).

Según lo anterior, una Ecoaldea si cumple con estos principios puede ser considerada como una organización. Realizado este ejercicio, “es posible reiterar y afirmar que en estricto sentido la Ecoaldea es una organización” (Alburquerque y Pérez, 2014, p. 323).

4. Metodología

En este estudio se realizaron dos tipos de análisis: uno descriptivo y uno interpretativo; el segundo será un resultado del primero, aunque cada uno tendrá un proceso metodológico particular conveniente para su grado de complejidad. El análisis descriptivo se utilizará para la presentación de los elementos propios de la gestión administrativa de la ecoaldeas derivados del procesamiento de los datos arrojados por las encuestas diligenciadas por 42

ecoaldeas ubicadas en 22 países. Por su parte, el análisis interpretativo se hará a través de modelos de regresión logística binomial, para explicar las variables de la gestión administrativa (inmersas en la Dimensión Social) que afectan en mayor medida la sostenibilidad de las ecoaldeas.

Las variables que se utilizarán para nuestro análisis descriptivo son variables cualitativas (categóricas) dicotómicas y politómicas nominales. En todos los casos, las variables tomadas, representan la elección de un atributo entre dos o más opciones no jerarquizadas.

Derivado del análisis descriptivo anterior, se seleccionan variables para un análisis interpretativo que permita determinar relaciones causales no lineales con el fin de explicar la presencia o ausencia de un fenómeno concreto. Este fenómeno es la sostenibilidad en una organización –vista desde la dimensión social del Desarrollo Sostenible y bajo los parámetros de la gestión administrativa sugeridos desde la Teoría de la Organización-, para nuestro caso, tomaremos la variable que más podría acercarse a este concepto y es la variable que denominaremos “Crisis”.

Dado que los datos que usaremos son cualitativos y se hace evidente la complejidad de las relaciones entre los mismos derivados de considerar a la organización como un sistema abierto -donde queda claro que no existe una relación lineal entre las variables, sino por el contrario que existen interdependencias y relaciones complejas- utilizaremos un modelo de regresión logística para hacer este tipo de análisis, dado que es el más idóneo.

5. Resultados

Análisis descriptivo

Las ecoaldeas en su mayoría (85%) son organizaciones formales, es decir, están legalmente constituidas; sólo una minoría del 15% se encuentran en la informalidad, lo que no quiere decir, que exista ausencia de procesos estructurados y caos en su interior, tan solo estamos hablando de que existe un acuerdo entre personas que no han querido o no han visto la necesidad de registrarse con una personería jurídica ante un ente estatal.

La estructura organizativa de una Ecoaldea, vista como un organigrama, es horizontal en la gran mayoría de los casos (77%), mientras que un 23% mantienen o han preferido usar una estructura tradicional, vertical. Coincidente con una estructura organizativa horizontal asumido por la mayoría de las ecoaldeas, se pone en práctica un sistema de autoridad no jerárquico, que podríamos denominar para la mayoría, como una Holocracia. Este tipo de sistema de organización se presenta en el 77% de las ecoaldeas, mientras un 30% mantiene un sistema jerárquico, que resulta más conveniente a las estructuras verticales. En esta misma línea, que se desprende del tipo de estructura organizativa, encontramos que el método de gobierno usado para la Toma de Decisiones en la mayoría de las ecoaldeas es la Sociocracia (64%), es decir, se privilegia el acercamiento al Consenso sobre la Democracia -que es usada en un 36%-.

A continuación, se revisan algunos aspectos que son considerados elementos importantes de la gestión administrativa de cualquier organización y que se describen a continuación:

- Reglas y procedimientos: Se manifiesta en la mayoría de las ecoaldeas, la existencia de reglas y procedimientos (91%), mientras en un 9% no existen.
- Las metas organizacionales: En el 73% son claras, comparado con un 27% en las que no lo son.
- Manejo de contabilidad: El 87% de las ecoaldeas tienen establecido un sistema contable y el 13% restante, no lo tienen.
- Fondo de recursos común: Hay existencia de un fondo de recursos financiero para necesidades comunitarias en el 76% de las ecoaldeas, mientras un 24% no posee esta herramienta.
- Liderazgos: En el 85% de las ecoaldeas se presenta la existencia de liderazgos positivos que fomentan el trabajo en equipo.
- Personal capacitado en temas administrativos: El 67% de las ecoaldeas cuenta con personal idóneo para su gestión administrativa; aunque es un

porcentaje alto, el 33% restante mostraría una debilidad en un punto que podría mejorar su organización y desempeño. Es el porcentaje más bajo de los aspectos presentados en la parte izquierda de la Figura 25.

- Además, el 47% de las ecoaldeas no tienen definidos los roles de los miembros de la organización; en el 45% no hay motivación constante en el equipo de trabajo y en el 44% no tienen definidos mecanismos para la resolución de conflictos.

Incorporando un enfoque diferencial poblacional al análisis de la gestión administrativa, encontramos que factores de diferenciación social afectan los resultados, encontrándose que las diferencias en el nivel de ingresos de los miembros de las ecoaldeas es un factor que afecta en el 50% de las ecoaldeas, seguido por el nivel educativo (33%), las edades (30%), factor étnico-cultural (27%), estado de salud (26%), situación de discapacidad (23%), sexo (16%).

Con los resultados anteriores, se puede entender mejor por qué el 47% de las ecoaldeas han pasado por episodios de crisis donde han estado a punto de finalizar.

Análisis interpretativo

Para el análisis interpretativo se usó el software estadístico SPSS, en donde se realizó una Regresión Logística con las variables correspondientes a cada dimensión de la gestión administrativa de las ecoaldeas, tomándolas como variables independientes que explican la variable dependiente -Crisis-. De estas, se observó cuales tienen significancia (con un Nivel de confianza del 95%), conservando para cada dimensión sólo las que cumplían un nivel de significancia $\leq 0,05$.

Las dos variables encontradas que más afectan la sostenibilidad de las ecoaldeas son la Cultura y la Motivación, por encima de todas las variables incluidas en el análisis, demostrándose que nuestro modelo es significativo ($p=0,011<0,05$), más significativo que con cualquiera de las dos variables anteriores introducidas por separado, de forma que se puede concluir que con estas dos variables mejora la predicción del modelo.

Es decir, a pesar de que tienen un papel importante variables externas y variables internas como el tipo de estructura, la forma en que se toman decisiones, los aspectos de la comunicación y otros aspectos administrativos y sociales, no son las variables que ejercen la mayor influencia sobre las demás variables y la organización vista como un sistema abierto.

6. Conclusiones

Se evidencia aquí que con la ayuda de la Teoría de la Organización se pueden rescatar saberes e integrar los nuevos aportes de las diferentes disciplinas para avanzar en el diseño y gestión administrativa de las Organizaciones del Desarrollo Sostenible. Organizaciones que buscan una visión integral de la sostenibilidad, vista como la complementariedad económica, social y ambiental, consideradas como sistemas abiertos cambiantes, que afectan al medio, son afectados por el mismo y se interrelacionan entre sí. Organizaciones que apuestan al crecimiento económico no material y que más allá de la búsqueda de un éxito mercantil y de su permanencia, contribuyen a una cambiante realidad que favorezca la armonía del medio social con el natural. Estas organizaciones más allá de su relación con el entorno y de verse a sí mismas como organismos vivos, están proponiendo nuevas formas de gestión administrativa que deben ser estudiadas y potenciadas, ya que como se evidencia en este estudio, aunque tienen en cuenta aspectos administrativos no los consideran un eje central ni articulador en su desempeño –pues a pesar de que algunos se encuentran en su dimensión social no se contemplan de manera específica-, ignorando o rehusándose a aplicar herramientas que podrían contribuir a un mejor desempeño, apostando a la par por la

implementación de nuevas estructuras horizontales, nuevos esquemas de autoridad, toma de decisiones y comunicación de forma rápida sin dar espacio a su asimilación y adaptación.

Se observa como las ecoaldeas poseen estructuras definidas pero procedimientos desarticulados y debilidades sobre todo en cuanto a la asignación de roles, funciones y tareas, descuidando en alguna medida los aspectos financieros (de hecho, las diferencias en el nivel de ingresos es considerado por el 50% de las ecoaldeas como el principal aspecto social que puede afectar su gestión administrativa), deficiencias en la implementación de métodos de resolución de conflictos y estrategias de motivación para sus miembros, aspectos que explican por qué el 47% de las ecoaldeas han pasado por episodios de crisis que han estado a punto de causar la finalización de estos proyectos.

Al introducir un método innovador en este tipo de estudios, como lo es la aplicación del modelo de Regresión Lógica para datos cualitativos que tiene en cuenta el carácter no lineal de las relaciones entre variables, es decir, que tiene en cuenta un carácter aditivo no lineal, se puede explicar de mejor forma la complejidad de esta nueva forma organizativa. Aportando un análisis interpretativo de la comprensión de la sostenibilidad de las ecoaldeas, relacionada con su permanencia que puede verse finalizada por la presencia de crisis explicadas por el estado de las variables de su gestión administrativa; encontrándose dos variables consideradas como “atractores” que afectan las demás variables y la organización en su conjunto, estas son la Cultura y la Motivación.

Los hallazgos de esta investigación, nos demuestran que no es posible comprender la dinámica organizacional sino a través de aportes multidisciplinarios y una comprensión interdisciplinar, pues es evidente que los atractores encontrados pueden ser mejor entendidos con los aportes de la Psicología y la Sociología. Además, que se pone en evidencia la multitud de variables que afectan y determinan el funcionamiento de una organización en el marco de la sostenibilidad, las interrelaciones de las mismas y los marcos interpretativos limitados con

los que contamos, mostrando que requerimos cada vez más de un saber integral que nos ayude a entender la multidimensionalidad y la visión sistémica.

Recomendaciones

La coherencia teórico conceptual propuesta en esta investigación junto con la provisión de las herramientas complementarias pueden resultar convenientes y de utilidad en diferentes ámbitos relacionados con el Desarrollo Sostenible, la Administración, la Teoría de las Organizaciones y las Ecoaldeas, algunos de ellos son:

Gestión sostenible de organizaciones: relacionado con las interacciones entre los grupos humanos y los ecosistemas que los soportan.

Desarrollo Sostenible: Brindar herramientas para la práctica del Desarrollo Sostenible más allá de su fundamentación teórica y adhesión política y normativa.

Organizaciones y movimientos sociales: Se ofrece un marco de entendimiento de las organizaciones buscando se puedan tener en cuenta elementos que permitan una mejor gestión de las mismas coherente con la búsqueda del objetivo ambiental.

Desarrollo local y regional: El desarrollo sostenible es un proceso acumulativo de las prácticas individuales y grupales que se van agregando y no un resultado global que se va individualizando, por ello es desde los territorios y sus ocupantes que con prácticas diarias se van a lograr los objetivos del mismo.

Los ODM: Se debe tener una mayor comprensión para la gestión de estos a nivel organizacional tanto público como privado y convertirlos en lineamientos posibles y operativizables en cualquier escala.

7. Referencias Bibliográficas

- Aguado, I., Barrutia, J., & Etxebarria, C. (2006). El desarrollo sostenible a lo largo del pensamiento económico. Memorias de la X Jornadas de Economía Crítica: ¿Alternativas al capitalismo? p. 1-32.
- Alburquerque, M., y Pérez, M. (noviembre de 2014). Introduciendo a la ecoaldea en el campo de estudio de las organizaciones: reflexiones preliminares. XII Congreso Internacional de Análisis Organizacional Organizaciones e instituciones: tradición, desarrollo y multiculturalidad, 1, pp. 314-329. Cancún, México.
- Bermejo, R. (2014). Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis. Bilbao, España: Editorial Hegoa.
- Blaitt, R. (2010). La estructura social de comunidad y su aporte en la búsqueda de sostenibilidad. El caso de las ecoaldeas. Cuaderno de Investigación Urbanística 69, 14-39.
- Cendra, J., y Stahel, A. (2006). Hacia una construcción social del desarrollo sostenible basada en la definición de sus dimensiones y principios, articulados a partir de la ecuación IPAT. Aproximación a sus implicaciones y debates. Revista Sostenibilidad, Tecnología y Humanismo, 1, 1-32.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Desarrollo sostenible en Europa para un mundo mejor: Estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible. Propuesta de la Comisión ante el Consejo Europeo de Gotemburgo. Bruselas, Bélgica: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- Comisión Mundial del Medio Ambiente-Naciones Unidas. (1987). Nuestro Futuro Común. Madrid, España: Alianza.
- Christian, D. L. (2003). Creating a life together: Practical tools to grow an ecovillage or intentional community. Gabriola Island, Canada: New Society Publishers.
- Christian, D. L. (2007). Finding community: how to join an ecovillage or intentional community. Gabriola Island, Canada: New Society Publishers.
- Dawson, J., Jackson, R., & Norerg-Hodge, H. (2010). Economía de Gaia. Vivir bien dentro de los límites del planeta. Hampshire, Reino Unido: Permanent Publications.

- Ehrlich, P., y Holdren, J. (1971). Impact of Population Growth: Complacency concerning this component of man's predicament is unjustified and counterproductive. *Science*, 171 (1), 211-217.
- GEN. (2014). About Ecovillages. Recuperado de <http://gen.ecovillage.org/>
- Gilman, R. (1995). ¿Por qué Ecoaldeas? Ecoaldeas y comunidades sostenibles (Modelos para el siglo XXI). Huesca, España Selva Vida Sostenible.
- Hall, R. (1996). Organizaciones. Estructuras, procesos y resultados. México D.F., México: Prentice Hall.
- Jackson, H. (1998). ¿What is an ecovillage? Recuperado de http://www.gaia.org/mediafiles/gaia/resources/HJackson_whatIsEv.pdf
- Max-Neef, M. (1998). Desarrollo a escala humana: Conceptos, aplicaciones y reflexiones. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Meadows, D.H., Meadows, D.L., Randers, J., y Behrens, W.W. (1972). Los límites del crecimiento: informe del Club de Roma sobre el predicamento de la humanidad. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- PNUD. (1990). Informe de Desarrollo Humano. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo editores.
- Sen, A. (1989). Sobre ética y economía. Madrid, España: Alianza Universidad.

Factor Crítico de la Dinámica Empresarial como Eje Fundamental de la Competitividad en el Departamento de Córdoba

Jorge Alberto Nieto Zumaqué¹, Laura Vanesa Castillo Peña², Valeria Lozano Narváez³

¹profesional en negocios internacionales (ASPIRANTE), Universidad Del Sinú,
jorgenieto@unisinu.edu.co

²profesional en negocios internacionales (ASPIRANTE), Universidad Del Sinú,
lauravcastillo@unisinu.edu.co

³profesional en negocios internacionales (ASPIRANTE), Universidad Del Sinú,
valerialozano1@unisinu.edu.co

Resumen La competitividad de manera general es la capacidad de una nación de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, a nivel departamental esta es medida anualmente por el índice Departamental de Competitividad, presentado por el Consejo Privado de Competitividad, el departamento de Córdoba según el último informe, es el vigésimo primer departamento más competitivo de 27 evaluados en Colombia, de 10 pilares que son tenidos en cuenta para la determinación de una calificación general de competitividad, este trabajo hace énfasis en el pilar de innovación y dinámica empresarial, donde ya se observa una deficiencia de Córdoba, por lo que el propósito es analizar soluciones por medio de políticas públicas que impulsen el dinamismo de las empresas y por ende mejore la situación competitiva del departamento; la metodología que emplea este estudio investigativo es de tipo descriptiva.

Palabras clave: Competitividad, Dinámica empresarial, políticas públicas.

Recibido: xx de febrero de 20xx. *Aceptado:* xx de Junio de 20xx
Received: February xx, 20xx *Accepted:* June xx, 20xx

Abstract Competitiveness in general is the ability of a nation to produce goods and services that can be successfully overcome the test of international markets, at the departmental level this is measured annually by the Department of competitiveness index, presented by the private Council for competitiveness, the Cordoba Department according to the latest report, is the twenty first most competitive Department of 27 evaluated in Colombia, of 10 pillars which are taken into account for the determination of a rating General competitiveness, this work makes emphasis on the pillar of innovation and entrepreneurial dynamics, which already shows a deficiency of Cordoba, so the purpose is to analyze solutions through public policies that boost the dynamism of enterprises and thus improve the competitive situation of the Department; the methodology used by this research study is descriptive.

Keywords: Competitiveness, entrepreneurial dynamics, public policies.

1. Introducción

Necesidades de la sociedad, en el campo de la competitividad, estas están plasmadas en los planes regionales de competitividad, que son un instrumento de planeación de corto, mediano y largo plazo, que priorizan acciones e incorporan nuevos insumos de transformación productiva de acuerdo con los lineamientos de políticas de productividad y competitividad.

El IDC, mide a través de diez pilares la competitividad, estos son: Instituciones, infraestructura, tamaño de mercado, educación básica y media, salud, medio ambiente, educación superior y capacitación, eficiencia de mercado, sofisticación y diversificación e innovación y dinámica empresarial; según el informe departamental de competitividad 2018, de 27 departamentos evaluados, Córdoba es el vigesimoprimer departamento más competitivo de Colombia con un puntaje general de 4,21, destacándose en pilares como, tamaño del mercado, donde ocupó el puesto 14 y educación básica y media ubicándose en el puesto 15; no obstante, en los pilares de salud, infraestructura e innovación y dinámica empresarial, en el marco competitivo, el departamento debe mejorar, en estos obtuvo las posiciones 21, 23 y 19 respectivamente.

En el último pilar antes mencionado, perteneciente al factor de sofisticación e innovación, en dinámica empresarial (subpilar) obtuvo un puntaje de 3,12, dándole el puesto 19 junto con investigación e inversión en ACTI al departamento de Córdoba; la dinámica empresarial, es medida a través de variables tales como: tasa de natalidad empresarial neta, densidad empresarial y participación de medianas y grandes empresas.

En contraste con Bogotá D.C que obtuvo el puntaje más elevado en el factor, pilar y subpilar (sofisticación e innovación, innovación y dinámica empresarial, dinámica empresarial) la calificación de este departamento (9,49) es 3 veces (aproximadamente) la calificación del departamento de Córdoba (3,12) la tasa de natalidad empresarial en la capital del país es bastante elevada, pues el mayor número de empresas del país está en esa zona, mientras que en Córdoba en auge empresarial está en Montería, su capital, pero esto no justifica que el

departamento se vea en ese dinamismo empresarial bastante deficiente, porque este factor más allá de medir el número de empresas creadas y la relación de la población y dicho número de empresas, lo que pone en duda es la INICIATIVA, especialmente en la variable de densidad empresarial que es la relación entre el número de empresas existentes y la población multiplicado por 1000; la densidad empresarial de Bogotá D.C supera en 9,32 puntos la de Córdoba, lo que significa que Córdoba la iniciativa de creación de empresas es bastante cuestionable.

Por todo lo mencionado anteriormente, el propósito de este trabajo es analizar mecanismos de solución, como las políticas públicas enfocadas al dinamismo empresarial que mejoren la situación de las empresas del departamento y por ende la competitividad del mismo.

2. Consideraciones Conceptuales

2.1 Competitividad: es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales. (Labarca, 2017)

2.2 Competitividad empresarial: capacidad de una empresa para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores. (Labarca, 2017)

2.3 Plan regional de competitividad: instrumento de planeación a corto, mediano y largo plazo, cuya formulación y ejecución es una tarea prioritaria de las comisiones regionales de competitividad (CRC) las cuales cuentan con insumos nacionales, regionales y sectoriales para su elaboración. Las CRC priorizan acciones e incorporan nuevos insumos de transformación productiva de acuerdo con los lineamientos de la política de productividad y competitividad. (Medio, s.f.)

2.4 Índice Departamental De Competitividad (IDC): es una publicación anual la cual tiene por objetivo medir de manera robusta, diferentes aspectos que inciden sobre el nivel de competitividad de los departamentos en Colombia. (Competitividad, s.f.)

2.5 Densidad Empresarial: según el Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, es el cociente resultante de dividir el número total de empresas entre el total de la población multiplicado por cada mil habitantes.

2.6 Tasa de natalidad empresarial: creación o surgimiento de nuevas empresas en un determinado territorio

2.7 Políticas públicas: acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de factibilidad, para atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía. (Corzo, 2014)

3. Método

El método de esta propuesta de investigación es de tipo descriptiva que según el autor venezolano Fidas G. Arias “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto al nivel de profundidad de conocimiento se refiere”

El objetivo aquí es describir y por ende caracterizar la situación deficiente actual del dinamismo empresarial en el departamento de Córdoba, para luego a través de políticas públicas buscar soluciones de alto rendimiento que impulsen a las empresas del departamento y por consecuencia su competitividad.

4. Resultados y Conclusiones

Siendo esta una investigación en curso, los resultados y conclusiones no se han determinado por completo.

5. Referencias Bibliográficas

Competitividad, C. P. (s.f.). Índice Departamental De Competitividad. Obtenido de <https://idc.compitem.com.co>

Corzo, J. F. (22 de Septiembre de 2014). Universidad IEXE. Obtenido de www.iexe.edu.mx/blog/que-son-las-politicas-publicas.html

Labarca, N. (2017). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial . Revista Omnia, 160-161.

Medio, C. d. (s.f.). Cámara de comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño. Obtenido de www.ccmma.org.co/que-es-un-plan-regional-de-competitividad/

Analysis of the strategic and economic environment of Cemex and causes that generated the implementation of its strategic reforms

Análisis del entorno estratégico y económico de Cemex y causas que generaron la implementación de sus reformas estratégicas

José G. Vargas-Hernández, M.B.A.; PhD.

Research professor, Department of Administration

University center for Economic and Managerial sciences Guadalajara

Periférico Norte 799 Edif G201-7 Núcleo Universitario los Belenes

Zapopan, Jalisco, 45100, México

Tel. +52 33 37703340 Ext. 25685

jvargas2006@gmail.com

Ing. Miguel Ángel Navarro Morán

Maestría en Negocios y Estudios Económicos

Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas. Universidad de Guadalajara

manavarromoran@hotmail.com

Abstract

Cemex is one of the most recognized Mexican companies in the Mexican business sector, which, since the crisis of 2008, was forced to face a high debt generated by the combination of multiple factors resulting from a growth based system in the acquisitions of global competitors. The acquired financial obligations led her to channel her efforts in the reduction of her debt through plans of disinvestment, reduction of costs and expenses, as well as aggressive increases in the prices of her products in markets where she is the leader of a market of oligopolistic character, having as consequence this endeavor of efforts a loss of market share at a national and global level.

Keywords: *market, oligopoly, vertical integration, strategy, cement industry.*

JEL: L11, L13, L22, L61

Resumen

Cemex es una de las empresas mexicanas más reconocidas en el ámbito empresarial mexicano, la cual, a partir de la crisis del año 2008 se vio obligada a hacer frente a una alta deuda generada por la combinación de múltiples factores producto de un sistema de crecimiento basado en las adquisiciones de competidores a nivel global. Las obligaciones financieras adquiridas la orillaron a encausar sus esfuerzos en la disminución de su deuda mediante planes de desinversión, de reducción de costos y gastos, así como incrementos agresivos en los precios de sus productos en mercados donde se ostenta como el líder de un mercado de carácter oligopólico, teniendo como consecuencia este encauce de esfuerzos una pérdida de cuota de mercado a nivel nacional y global.

Palabras clave: mercado, oligopolio, integración vertical, estrategia, industria cementera.

1. Introduction

It is essential to generate a business introduction of Cemex, beginning by defining the bases or with a schematization and explanation of its vertical integration process based on its products and services ending with its geographical scope at a national and global scale.

1.1 Background of the company

In 1906 the history of Cemex began in the city of Monterrey, Mexico, with the opening of its first plant, the so-called Cementos Hidalgo. In 1912 the company faced its first major crisis due to the Mexican Revolution, where the war conditions that the country lived, had causing the plant to be inoperable during the battle due to lack of human and productive resources. In 1919 the plant restarted operations introducing to its productive process a modern furnace for the time, called of dry process, for 1930 it installs a second furnace of the same type increasing its productive capacity in a 100%. It is then that in 1931 Cementos Mexicanos S.A. is born from the merger of Cementos Hidalgo and Cementos Portland Monterrey, and it is due to this unification that in 1948 the company can already boast a production four times greater than it had when it was started.

For the year 1966 Cemex presents a constant expansion of its plant in the north of the country, and in order to solve the demand in the south of the country it acquires the Cementos Maya plant in Mérida. During the following five years it increases its productive capacity in an important way with its new plants in the Huasteca region, as well as in Torreón. 1976 turns out to be a key year for the company, as it starts its listing on the Mexican Stock Exchange, which in turn acquires Cementos Guadalajara and becomes the main cement producer in the Mexican Republic.

Running the year 1989 Cemex becomes one of the ten largest cement companies in the world to acquire Cementos Tolteca and Cementos Anahuac. This due to a focus on export efforts through co-investments with US cement companies. For 1999 it detonated its growth plan, based on international acquisitions, where it had already acquired some of the largest cement companies in Africa, Spain, the United States, Venezuela, Panama, the Dominican Republic, Colombia, the Philippines and Costa Rica.

Beginning the new millennium Cemex starts trading on the New York Stock Exchange, and acquires the American Southdown Inc, becoming the leading cement producer in the United States. For 2007,

it becomes a global leader thanks to the purchase of the Australian cement plant Rinker for \$ 15,300 million dollars. It is then that it acquires a debt that is complicated by the economic crisis of 2008, being the real estate industry and the construction of the hardest hit, resulting in a low demand for cement that shakes the company. The already difficult scenario is further complicated by the unexpected death of the president of the council and general manager, Lorenzo Zambrano, who had directed the company for the last 30 years, it is then that Cemex suffers a managerial change forced with the arrival of Fernando González to the general direction and Rogelio Zambrano to the presidency of the council.

Under the baton of the new administration is that the company faces the new challenges, coming from the acquired debt attacked by means of a disinvestment plan worldwide, concentrating on keeping intact, as far as possible, the assets in Mexico and the United States, which are its strongest markets, as well as a decrease in costs and expenses in its processes and increases in the prices of its products in oligopolistic markets where it holds leadership.

1.2 Products and services

It can be cataloged the products sold by Cemex in 3 defined groups: cement, aggregates and ready-mix concrete. These three groups are used in different projects, as well as in different phases of the construction processes.

a. Cement

Cement is a fine powder obtained from the calcination at 1,450 ° C of a mixture of limestone, clay and iron ore. The product of the calcination process is the clinker, the main cement ingredient, which is finely ground with gypsum and other chemical additives to produce cement. Cemex has several presentations of cement according to the specific needs of resistance, setting and climate, its sale to

the public is in bags of cement of 50 kg. Its manufacture is carried out in clinker transformer kilns, the raw materials of the clinker are extracted from quarries through the drilling and detonation of the natural resource.

b. Aggregates

The aggregates are composed of geological materials such as stone, sand and gravel. They can be used in their natural state or crushed and become smaller fragments depending on the constructive needs that are required. Cemex has quarries from which the aggregates are extracted, its sale to the public is done by means of transportation, usually to the construction site with a previous crushed stone and gravel according to the dimensions of the aggregate required by the client and project.

c. Ready-mix concrete

It is the material resulting from the conjunction of cement, aggregates and water in different proportions according to their use and destination. Concrete can be molded in different ways, it is durable and it is the most attractive building material in terms of its resistance to compression since it offers the greatest resistance per unit cost. Its sale to the public is given by units of cubic meters in revolving trucks, which are programmed by the client to reach a certain place and time with the properties desired by the project and ready to make the placement of the concrete without the need for extra work. in the place.

1.3 Vertical multiscale integration of Cemex

According to Vargas and others (2014) vertical integration can be defines as intermediate goods for final goods that diversify processes and are owned by the company. It is observed that Cemex has a multiscale vertical integration system, that is, it has total control of its intermediate goods that are manufactured with the objective of creating the final goods that it produces, where at the same time, it can generate benefits when making the sale of these same intermediate goods to the general public, each intermediate good becoming a final good. See figure 1 below.

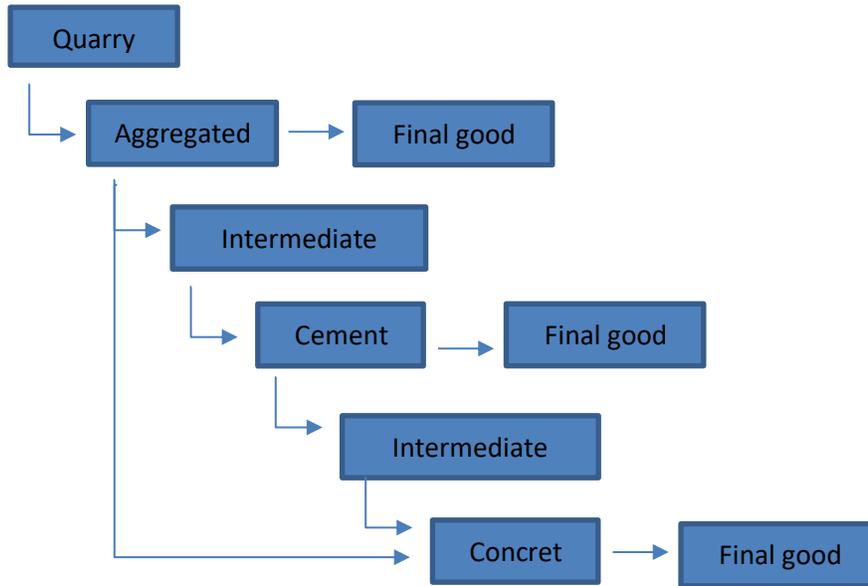


Figure 1. Vertical multiscale integration of the company.

Source: Own elaboration

From the exploitation of its quarries can get the aggregates (intermediate goods) that will serve for the creation of clinker that is the main material of the cement (final good). In turn, it can be analyzed cement as an intermediate good necessary to produce concrete (final good), through the fusion of aggregates (intermediate goods) that are born as a result of the exploitation of its quarries. An important advantage that the company finds in the vertical integration process is that they can take control of the quality of their products, such as cement and concrete, since the resulting quality of these products is based on the same quality that they possess. The raw materials with which they are manufactured, that is to say, the mineral products of the quarry, where it was already explained, are part of their vertical integration process. The aggregates when passing to the furnace and through a chemical process produce the cement. Concrete arises from the conjunction of aggregates and cement. It is then that each intermediate good can become a final good.

1.4 Geographical reach of Cemex

Cemex has presence in more than 50 countries established in America, Europe, Africa and Asia, with a relevant presence in the Middle East. The company has more than 42,000 employees, as well as 258 distribution centers and 64 maritime terminals. See table 1, below.

Table 1. Cemex global presence in 2018.

| | <i>México</i> | <i>EUA</i> | <i>South America</i> | <i>Europa</i> | <i>Asia African</i> | <i>y Others</i> | <i>Total</i> |
|-------------------------------|---------------|------------|----------------------|---------------|---------------------|-----------------|--------------|
| <i>Employees</i> | 9,697 | 8,617 | 5,701 | 10,720 | 3,047 | 4,242 | 42,024 |
| <i>Cement plants</i> | 15 | 11 | 16 | 21 | 4 | - | 67 |
| <i>Concrete plants</i> | 256 | 327 | 107 | 719 | 81 | - | 1490 |
| <i>Quarries of aggregates</i> | 12 | 64 | 22 | 177 | 9 | - | 284 |

Source: (CEMEX Integrated Report, 2018)

2. Contextualization of the debt, derivative cause of the strategic reforms

The purpose of this section is to set out the bases for the implementation of the strategy of the program under study, establishing the financial fundamentals that led to the need to implement a reengineering of the company's own strategies.

2.1 Acquisition of the Australian Rinker

Cemex has largely based its growth strategy on acquisitions of its competitors. This growth model was implemented in the first instance at the national level, presenting a scaling up worldwide with the purchase of important concrete and international cement companies. Hennart (1988) argues that a company will favor acquisitions on joint ventures when the assets it needs are not mixed with other assets that are not necessary within the company that supports them, therefore, they can be acquired in said negotiation. Such is the case of Cemex, where its acquisitions were of competitors with similar characteristics and identical markets, so the decision to grow was based on acquisition as a measure of growth.

Hennart and Reddy (1997) maintain a problem of post-acquisition integration, where they mention that there is an effect that arises after making acquisitions of the companies due to the costs of integration of the labor force of the target company, so, it is easy to deduce that making an acquisition of a target company with large business dimensions and complex organizational structures, it is imperative to take even greater care to reduce the costs of post-acquisition integration. Such is the case of the acquisition of the concrete firm of Australian origin Rinker, called a hostile purchase by specialists at the time of the transaction, where Peng (2010) defines hostile possessions those that are carried out against the wishes of the management and administration of the target company, which rejects the offer of the acquisition.

In 2007, after 5 months of trading and a 30% increase in the initial offer, Rinker's main shareholders agreed to the sale of the company. Ketelhöhn and Marin (2009) mention that one of the possibilities for companies to pay a high price may be the arrogance of the bidding managers, as well as symptoms of inexperience in acquisitions. It should be noted that the acquisition of Rinker by Cemex was called the first hostile transaction by the Mexican company. It is mentioned that the then president of Rinker,

John Morschel, received a call notifying that an unsolicited offer of purchase would be made public, with only one hour in advance (Expansión, 2007).

Roll (1986) mentions that the evidence for and against the hypothesis of arrogance is given by a balanced adjustment of supply, against the variation in the market value of the company. That is, there is evidence of a behavior in favor of the hypothesis of arrogance when there are average increases in supply, which are not explained if there are average decreases in the market value of the target company.

Rinker's market value at the time of the offer was accompanied by great uncertainty because the company's strong market was in Florida, which was already beginning to present the symptoms of the nascent economic crisis in the real estate sector. It is for this reason that, after the offer of the Mexican cement company, there were no subsequent interested parties, which helped Cemex to impose conditions on the offer price due to the absence of other bidders.

The transaction was valued at \$ 15,300 MDD, which was made almost entirely thanks to financial leverage. Bodie and Merton (1999) mention that financial leverage is simply the use of borrowed money used to boost returns on capital invested, but in doing so they increase their sensitivity to the fluctuation of profitability. It is then that to use a financial leverage subject to the investors to a financial risk, as well as to a risk of operation of the company. The transaction generated a positive effect on the increase of Cemex's net sales in 2007, of the order of 12.6% compared to 2006, together with this it became the third largest cement company in the world. It is therefore that the acquisition agrees with the ideas of Walter and Barney (1990) where one of the objectives to achieve an acquisition must be achieved through the acquisition of greater competitiveness based on an increase in market share or position within the market.

Derived from the conditions imposed by the US Department of Justice to approve the transaction, Cemex was forced to sell part of its plants in Florida and Arizona, and the proceeds from the sale of

these plants were used to lower their liabilities. Despite this, the debt grew between 2006 and 2007 to 225% going from \$ 5,811 MDD to \$ 18,904 MDD. The company maintained a positive vision for the future, maintaining its hopes and, therefore, the tranquility of its investors in the purchase of Rinker itself, hoping that with the effective flow that it would generate they could lower their level of leverage that was 9.0 times to only 2.7 times.

2.2 Environment of the debt since the economic crisis of 2008

In 2008, the economic crisis triggered by subprime mortgages in the United States financial system detonated, with the construction industry being one of the most affected sectors since there were no credits for the promotion of infrastructure and consequently the demands of cement and concrete suffered a major collapse impacting Cemex greatly.

It is then that, in the last four months of 2008, as of the detonation of the crisis and the cut in its profit expectations for the same year, the stock price of its certificates fell drastically, with an accumulated decrease of around 45% of its shares, both in the Mexican stock exchange and in New York, in addition to this the Venezuelan government chaired by Hugo Chávez nationalized the cement companies where the Mexican company reached an adverse agreement which did not obtain the expected results of the forced sale of its assets in the South American country.

Derived from the above, in 2009, rating agencies such as Standard & Poor's Rating Services, as well as Fitch Ratings, cut their investment grade to "B-" which further complicated the outlook as the company could not acquire with easy financing. From 2009 until 2014, the company's net sales presented three important annual decreasing periods in its final reports. Coupled with this, its level of leverage continued to generate uncertainty about the company, which led to a discouraging outlook for the company. The change of investment grade by rating agencies, by May 2014, the leader for the last 30 years, Lorenzo Zambrano, had unexpectedly died.

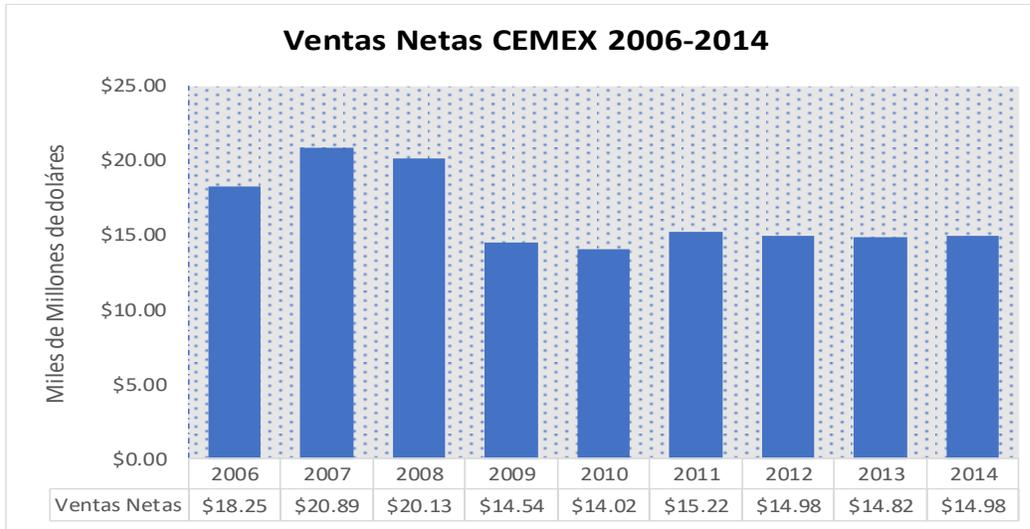


Figure 2. Annual behavior of the sales of the company including the study period from the history of the purchase of Rinker until the year of the death of its CEO.

Source: Cemex Integrated Reports (2012-2016).

Table 2. Cemex Financial Restrictions 2008-2015

| <i>Leveraging ratio</i> | | | | | |
|-------------------------|-------------------------|------|-------------|-------------------------|-----|
| | <i>Calculated Limit</i> | | | <i>Calculated Limit</i> | |
| 2008 | 4.04 | 4.50 | 2012 | 5.44 | 7.0 |
| 2009 | - | - | 2013 | 5.49 | 7.0 |
| 2010 | 7.43 | 7.75 | 2014 | 5.19 | 6.5 |
| 2011 | 6.64 | 7.0 | 2015 | 5.21 | 6.0 |

Source: Cemex Integrated Reports (2008-2015).

3. Description of the strategic reforms implemented

After the change of management fronts in the board of directors, forced by the death of the general director Lorenzo Zambrano, the implementation of a divestment and financial strengthening plan necessary to achieve an investment-grade capital structure and subsequent replacement was accelerated. the market.

The mechanisms to achieve the goal set by Cemex focused on achieving debt reduction by:

- a. Reduction of costs and expenses.
- b. Improvement of generation of operating flows.
- c. Sale of assets.

Based on the execution of the three points mentioned above, the company considered reducing the large debt it had, and receiving from the rating agencies a better investment grade. Apparently, the strategic investment reforms showed that the company understood that it had to clean up its finances that were weakened due to its same growth strategy based on acquisitions.

3.1 Reduction of sales costs and operating expenses

Despite the fact that Cemex had a permanent cost and expense reduction strategy, it was based on the managerial change that it strengthened this same strategy in order to operate its sales and operations in an efficient and effective manner. The strategy of the company was based on reducing costs and expenses without affecting the training programs of its technical and operational staff, as well as not compromising safety due to the high-risk work performed by part of its workers.

The cost reductions were made in part by specific strategies to reduce energy costs in search of alternative energies, reduction of costs for employee injuries, reduction of freight costs by hiring private maritime transport, as well as transportation of the company and a reduction of costs in exploration activities for possible quarries for extraction of mineral resources.

3.2 Improvement of generation of operating flows

Cemex defines operating flows as operating income before other expenses, net plus depreciation and amortization. This flow does not include other income and expenses that are not directly related to the main activity of Cemex, which are unusual and infrequent in accordance with financial reporting standards. The operating flow is not a metric used under generally accepted accounting principles.

Cemex focused its efforts on the improvement of cash flow generation with an increase in consolidated volumes placed mainly in key markets. The idea of obtaining constant annual increases in the generation of operating flows is conceived in the payment of the debt thanks to these positive circumstances in the flows.

4. Sale of assets

The company carried out a total reform process based on the divestment, which consists in the sale of its assets to its competitors in order to achieve the leverage and return to an optimal investment grade. The divestments were carried out in so-called non-key markets for the company mainly in Europe, the assets for sale consisted almost entirely of quarries of aggregates and concrete plants.

The divestment reform has the goal, for the company, of selling assets with a value between US \$ 1,500 and US \$ 2,000 million by the end of the year 2020, which are not fundamental in its portfolio. The idea of selling assets is based on releasing more cash flow to achieve a faster financial leveraging.

4.1 Results of the application of the program in the reduction of the debt.

As explained above, Cemex made a debt that increased significantly from certain events and decisions. In this section of the chapter we will analyze the results obtained in the achievement of the target set for debt reduction from the redefinition of corporate

4.2 Sales costs and operating expenses

As of 2014, the company set itself the goal of reducing its debt by focusing its efforts on making its sales and operations more efficient. The factors of cost of sales and operating expenses are quantified by Cemex in relation to the net sales of the company measured as a percentage.

Operating expenses consist of administrative, sales and distribution and logistics expenses. The administrative expenses represent: the expenses of the personnel, services and equipment associated with the management activities and support to the management of the company. The selling expenses represent: the expenses of the personnel, services and equipment associated specifically to the activities of sale of products. Distribution and logistics expenses refer to: storage costs at the points of sale, including depreciation and amortization, as well as the freight expenses of finished products between plants and points of sale and between points of sale and the location of the clients.

It can be observed in figure 3, that from the acquisition of Rinker it was that Cemex increased its operating expenses, possibly due to a natural destabilization effect due to the notable increase of

capital in a short period. However, a pattern of regularization is noted in a certain range over the years. The costs of sales are composed of the cost of production of inventories at the time of sale, including the depreciation, amortization and depletion of productive assets, storage costs in production plants, freight expenses of raw materials in the plants and the specific delivery costs of the concrete. There is a general tendency to decrease or, failing that, an apparently controlled increase in costs, these sales costs by their nature tend to be highly variable due to the variation in the prices of energy.

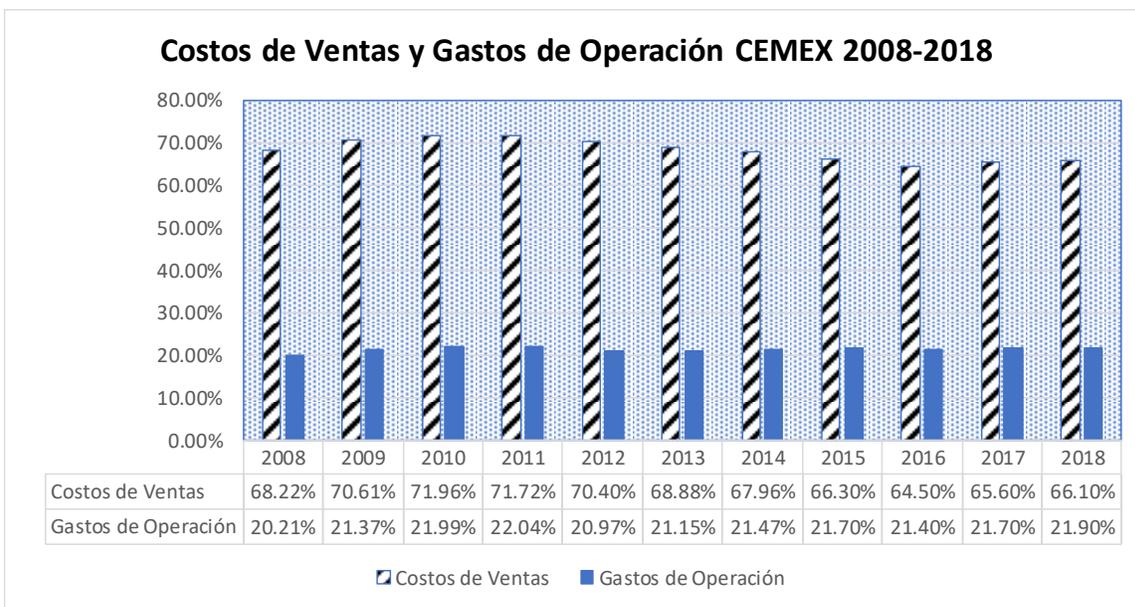


Figure 3. Comparison of sales costs and annual operating expenses from 2008 and up to the last integrated report issued by the company.

Source: Cemex Integrated Reports (2008-2018).

5. Operating flows

Cemex defines them as the result of operations before other expenses, net plus depreciation and amortization. Since the intensification of the company's efforts to increase operating flows and offset the debt it contracted, it is observed that the efforts have not delivered the expected results, since it

has shown an erratic behavior with significant ups and downs. Cemex has focused its efforts on the performance of its two main markets, such as Mexico and the United States, with a dynamic of volumes and prices, which have enabled it to reduce the annual decreases in operating cash flows and leading factors in the increases of the same flows.

It is important to note the high flows that the company had after the purchase of Rinker in 2008, acting as a possible determinant on the positive, but erratic, estimates of the company to future years, causing a possible animosity to contract the debt (see figure 4).

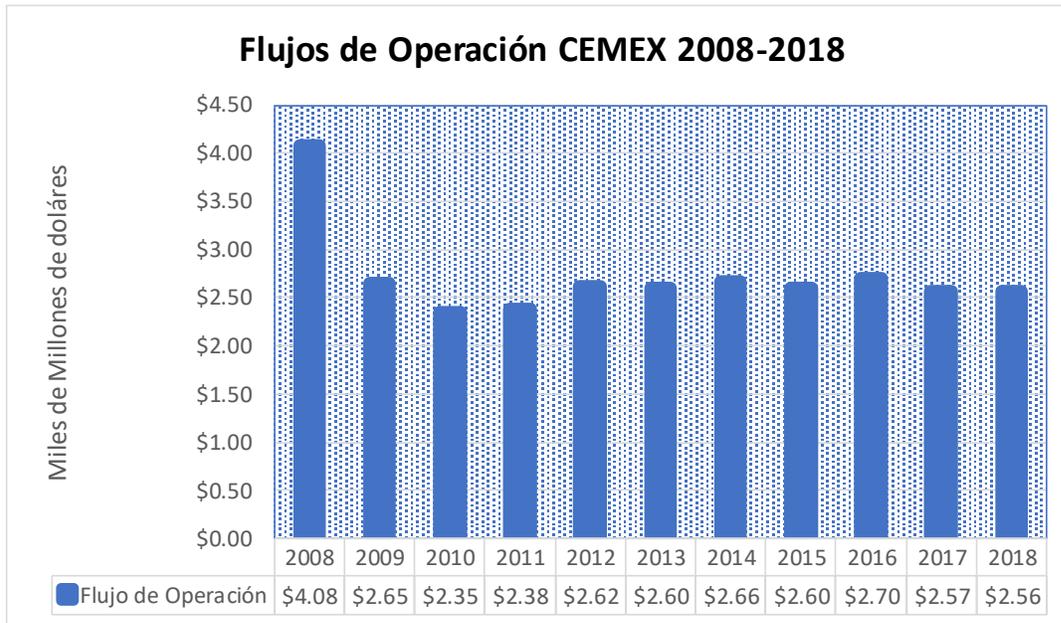


Figure 4. Cemex Operation Flows in the last 10 years.

Sources: Cemex Integrated Reports (2008-2018).

6. Sale of Assets

Due to its debt, Cemex was forced to redefine its portfolio, seeking to focus on the markets with the greatest potential in the long term. To balance this portfolio, the company set itself the goal of selling

assets valued between US \$ 1,500 and US \$ 2,000 million by the end of 2020 and earmarking them for debt repayment. The process of selling Cemex's assets has been somewhat delayed and stumbled because all sales of its assets to the competition have to pass through the competition regulatory bodies according to the respective geographic area of the sale. The main assets sold are assets located in the United Kingdom, Spain, France, Mexico and the United States.

7. Net sales

The company's net sales offer a clarifying picture of the adverse conditions experienced by Cemex over the years and since the global economic crisis, where its sales plummeted 27.77% from 2008 to 2009, from US \$ 20.13 billion to US. \$ 14.54 billion. Likewise, there was a period of decline regarding sales after the change of general direction and chairmanship of the board (see figure 5).

Although the company expects to continue increasing its sales year after year, it is essential to note that due to the policy of selling assets, the company has fewer production factors and therefore needs to have an efficient production strategy that allows it to continue selling assets. to reach its goal of the year 2020 while optimizing costs and maintaining or increasing its market share to maintain an increase in sales.

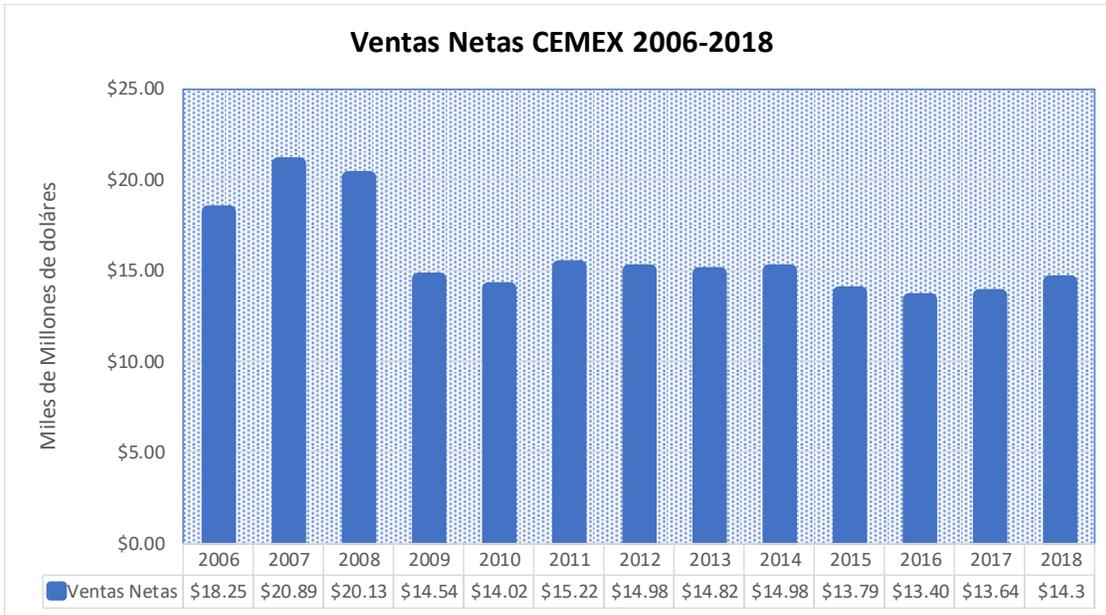


Figure 5. Cemex net sales, which offer a synthesized and clear perspective of the company's environment as of 2006.

Sources: Cemex Integrated Reports (2006-2018).

8. Net Debt and Leverage Ratio

Given the disinvestment and optimization program established by the company to reduce the debt, it is observed that it shows a continuous decline from 2013 until 2018, having decreases of the order between 6.07% and 14.3% with respect to its previous immediate years. The leverage ratio has also had favorable results, decreasing continuously since 2013. It is observed that as its debt decreases, it decreases the maximum allowable leverage of the company to ensure compliance with its credit agreements.

The company aims to reduce the debt by the end of 2020 to have a total of US \$ 3,500 million at the end of the same, so the company will continue to maintain its plan called "Building a stronger Cemex" to continue strengthening the positioning of the company. Please see figure 6.

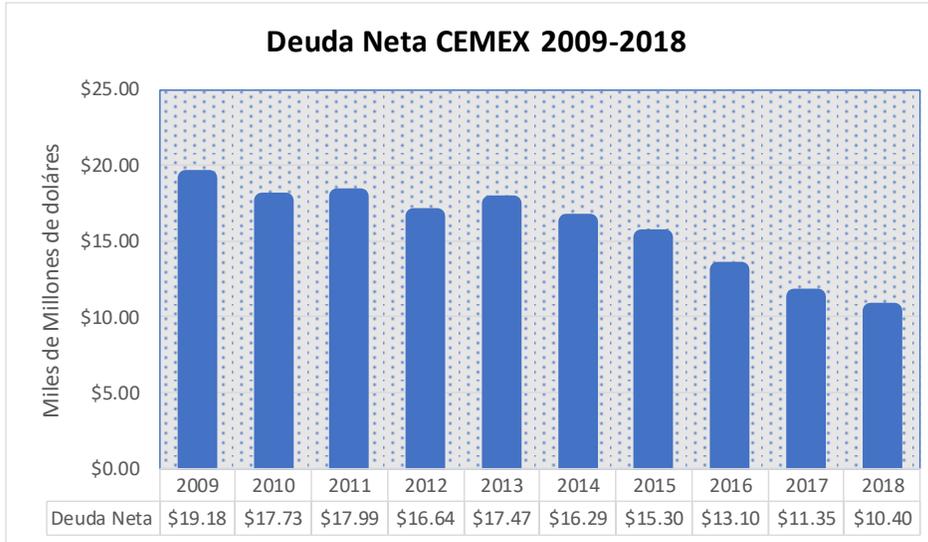


Figure 6. Net debt of the company as of 2009 and until the last annual report issued by the company.

Source: Cemex Integrated Reports (2009-2018).

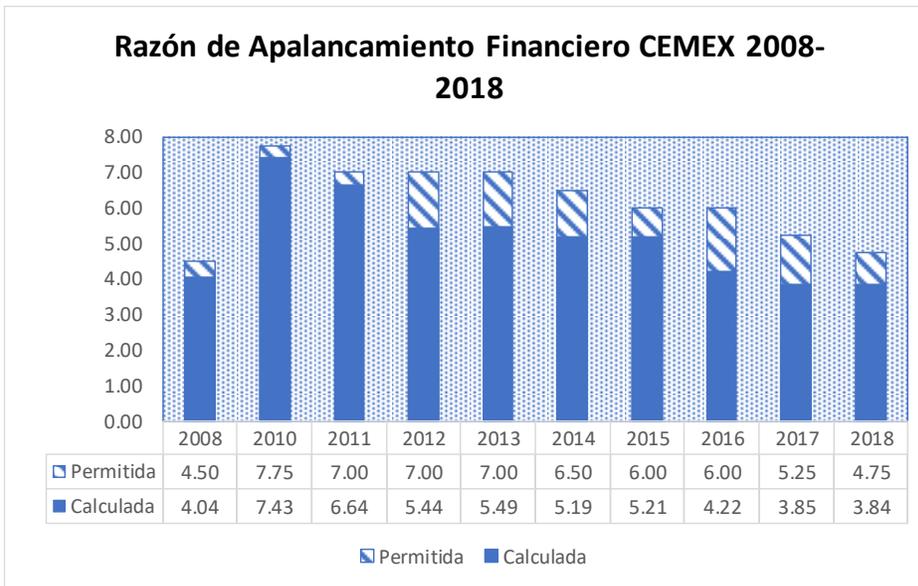


Figure 7. Cemex financial reasons.

Source: Cemex Integrated Reports (2008-2018).

9. News and Challenges of Cemex in Mexico from the reforms

In this section Cemex's current situation is analyzed according to the role and participation it has in the Mexican market, in the context of the company after having implemented its disinvestment program, as well as reducing costs and expenses.

9.1 Concentration index and market structure.

George, Joll and Link (1992) mention that the concentration of the market is a substantial element for the industrial organization, which forces its study to initially determine the structure of the market, in order to determine its behavior and subsequently evaluate the performance of the companies that are within the market analyzed. The market concentration analyzes within this subchapter will be done using the concentration coefficient method of the four companies and the Herfindahl-Hirschman index (HHI). The information for the calculations will be taken from Table 3.

The concentration coefficient of the four companies is the percentage share of the four largest companies in the industry under study. A value of 0% denotes an industry with perfect competition, however, a value of 100% indicates a case of monopoly.

No. of Plants of the four largest companies = 29

Plants of the rest of companies = 6

Total plants in the industry = 35

$$\text{Producers} = \frac{4 \text{ largest companies}}{\text{Total in the industry}} (100) = \frac{29}{35} (100) = 82.85\%$$

Coefficient of concentration = 82.85%

Parkin (2010) concludes that a concentration coefficient of four companies that exceeds 60 percent is considered evidence of a highly concentrated market dominated by few companies in an oligopoly. Flint (2002) mentions that the IHH is calculated by adding the squares of the individual market participants for all the participants.

$$IHH = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

$$IHH = 42.86^2 + 8.57^2 + 11.43^2 + 8.57^2 + 20.00^2 + 8.57^2$$

$$IHH = 2587.96$$

On the basis of Parkin (2010) between lower value, the IHH calculation will be talking about a more competitive market, if a market has an HHI above 1,800, it can be concluded that we are talking about a non-competitive market.

9.2 Key Market: Mexico

It is observed that in Mexico the cement industry is represented by a market structure with oligopolistic characteristics. There are companies that produce a homogeneous good and which are dependent to fix their prices. In an oligopoly market structure, the benefit of the participating companies is not only a function of their level of production, but also in terms of the production of the rest of the companies.

Over the years, Cemex has behaved as the dominant company in this market structure, since it is the price setter in the national market and the rest of the companies follow the price that Cemex stipulates. The information obtained for this article shows that by 2015 there was an industry with a high concentration of production in a small group of companies for the Mexican market.

Table 3. Companies that make up the cement industry in Mexico (2015)

| <i>Company</i> | <i>No. de Plants</i> | <i>Participation in %</i> |
|---|----------------------|---------------------------|
| Cemex | 15 | 42.86% |
| Cementos Moctezuma | 3 | 8.57% |
| Cementos y Concretos Nacionales (Cruz Azul) | 4 | 11.43% |
| GCC Cemento | 3 | 8.57% |
| Holcim-Asasco | 7 | 20.00% |
| Cementos Fortaleza (Lafarge) | 3 | 8.57% |

Source: Belem Vázquez, Salvador Corrales.

At the beginning of the year 2018 Cemex announced new increases in the price of the cement bag, as well as the price of ready-mix concrete by 12% and 6% respectively. These increases are not subject to any regulation and causes a domino effect as company's independent concrete companies also increase their prices. The increases that have been presented since previous year's show an upset on the part of the construction chambers and drivers of infrastructure, such is the case of the Mexican Chamber of the Construction Industry (CMIC) and the National Chamber of the Development Industry and Promotion of Housing (Canadevi), which in 2017 caused the departure of Cemex from the ranks of these organizations.

It is then that the strategy implemented by Cemex's board of directors of "value on volume" to address the debt with increases in its revenues based on increases in its products makes more sense. Coupled with these increases by Cemex continued increases in its cement competitors according to CMIC reports, which leads to think about the notoriety of an oligopoly market structure, with the company under study behaving as the leading company in the market.

Although it is observed that Cemex can increase its prices to achieve a decrease in its debt, without being a problem to acquire a conflict with the chambers and associations of the industry, it has to pay special attention to the behavior of the construction industry and the promotion of the infrastructure that the country will have in the following years, as well as the growth and participation of the market that is gaining its national competence.

An increase in the construction sector represents an increase in the volume of sales, which causes an increase in revenues from the cement company, but since there are investors who are betting heavily on increasing their market share, such is the case of Cementos. Fortaleza owned by Carlos Slim and the renowned Del Valle family, is that Cemex can find threats to the continuity of its leadership position within the market.

10. Results and discussion

It is observed that the growth plan to which Cemex bet was quite risky, the acquisition of its competition based on financial leverage took its toll clearly detonating from the global economic crisis of 2008 leading to a plan of total strategic restructuring. Given the results obtained, it can be seen that the strength of Cemex, which has helped it to have notable decreases in its debt, was its market power in key markets and its ability to increase the prices of its products, generating higher sales. It is then that it is observed the importance of being a leader in a market with oligopolistic characteristics.

The challenge for the company the following years is to reach a level of stable debt, which allows them to have the possibility of starting a plan to recover the position and strength in the markets in which they lost it and become a leader in world level as it was in 2007. However, recovering the position of the market that it lost will not be a simple task, since while Cemex focused its resources on reducing its financial obligations, both national and international competitors focused on increasing its technology and market share.

11. References

Bodie, Z. & Merton, R. (1999). Finanzas. México: Prentice Hall.

Cemex (2007) *Informe anual 2007*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27575876/InformeAnual.pdf/af4b8439-48af-fffa-76af-fcad7e7f427>

Cemex (2008) *Informe anual 2008 "Enfoque"*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27553067/InformeAnual.pdf/759042ab-b63f-c031-85fa-16e57b5ec884>

Cemex (2009) *Informe anual 2009 "Seguimos avanzando"*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27545814/InformeAnual.pdf/77afb05c-3ce4-ccc9-664b-b6c6678b8c55>

Cemex (2010) *Informe anual 2010 "Construyendo cimientos más sólidos"*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27530708/InformeAnual.pdf/67600bb4-e800-fce5-cba6-10ee54abccee>

Cemex (2011) *Informe anual 2011 "Transformando nuestro mundo para un mejor futuro"*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/21838705/InformeAnual.pdf/7778b207-13c8-ac02-530d-9ce541a5837f>

Cemex (2012) *Informe anual 2012*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27355806/CemexInformeAnual2012.pdf/05bb7c57-94ca-e2a2-427a-c4985f1874cf>

Cemex (2013) *Informe anual 2013 “Cumpliendo”*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27380035/CemexInformeAnual2013.pdf/8a3a395e-df23-6041-c524-8f9c78e32d71>

Cemex (2014) *Informe anual 2014 “Este es un gran momento para formar parte de CEMEX”*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27466184/CemexInformeAnual2014.pdf/cfa9b1c8-558e-d5e4-7e27-5be568b378f1>

Cemex (2015) *Informe anual 2015 “Construyendo un mejor futuro”*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27442787/CemexInformeAnual2015.pdf/f3459cce-973e-161a-c56f-527b0f8eb262>

Cemex (2016) *Reporte Integrado 2016 “Estrategia integrada para un mejor futuro”*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/27360435/ReporteIntegrado2016.pdf/112336e4-abd5-d9fc-9325-09eff3539347>

Cemex (2017) *Reporte Integrado 2017 “Liderando la transformación digital de la industria”*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/0/ReporteIntegrado2017.pdf/fe97c8e5-9bc8-a8f5-ebb5-209f49ff0dd7>

Cemex (2018) *Reporte Integrado 2018 “Construyendo un Cemex más fuerte”*. Recuperado de <https://www.cemex.com/documents/20143/47791895/ReporteIntegrado2018.pdf/0379b081-5dd4-e96a-5937-ae31a2c913a>

de la Garza, O., & Arteaga, J. (2011). Análisis de la competencia en la industria cementera en México. *EconoQuantum*, 8(1-2), 73-89. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-66222011000200004&lng=es&tlng=es

- Expansión (19 de octubre de 2007). “Zambrano estrena un nuevo Cemex way” Recuperado de <https://expansion.mx/negocios/2007/10/19/el-nuevo201d-cemex-way>
- Valle, A. (2018). Los años en los que Cemex vivió peligrosamente. Abril 25, 2019, de Expansión. Recuperado de <https://expansion.mx/empresas/2018/08/03/los-anos-en-los-que-cemex-vivio-peligrosamente>
- Flint, P (2002). *Tratado de defensa de la libre competencia* (Primera Ed) Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Pérez, L. (2017). Cemex, firme en la lucha por recuperar el tiempo perdido. Abril 25, 2019, de Forbes México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/cemex-firme-en-la-lucha-por-recuperar-el-tiempo-perdido/>
- George, K. D., Joll, C., & Lynk, E. L. (1992). *Industrial Organization: Competition, Growth and Structural Change* (Vol. 4th ed). London: Routledge. Retrieved from <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=137956&site=ehost-live>
- Serrano, J. (2017). El mito de Cemex. Abril 27, 2019, de Grupo Milenio. Sitio web: <https://www.milenio.com/opinion/julio-serrano/apuntes-financieros/el-mito-de-cemex>
- Hennart, J. y Reddy (1997). The choice between mergers/acquisitions and JVs. *SMJ*, 18: 1-12.
- Hennart, J.F. (1988). A transaction costs Theory of equity joint ventures, *Strategic Management Journal*, 9(4), pp. 361-374.
- Ketelhöhn, N. y Marin, J. N. (2009). Determinantes de éxito en fusiones y adquisiciones. *INCAE businessreview*. Vol. 1(7), (Enero-Abril 2009) pp. 16-23
- Parkin, M. y Loría, E. (2010) *Microeconomía Versión para Latinoamérica*. (Novena Ed) Pearson Educación.
- Peng, M. (2010). *Estrategia global. México*: Cengage Learning.

- López, G. (2008). *Acciones Cemex se desploman por guía resultados 2008*. Mayo 1, 2019, de *Discover Thomson Reuters* Sitio web: <https://lta.reuters.com/articulo/idLTAN1241970920080912>
- Roll, R. (1986). The hubris hypothesis of corporate takeovers. *The Journal of Business*. Vol.59(2), (April, 1986) pp. 197-216.
- Vargas, J., Guerra, E., Bojórquez, A. y Bojórquez, F. (2017). *Análisis de la gestión estratégica (Segunda Ed.)*. Fondo Editorial Universitario.
- Vásquez, B. & Corrales, S. (2017, enero). Industria del cemento en México: análisis de sus determinantes. *Revista Problemas del Desarrollo*, 188 (48), pp.113-138.
- Walter, G. A. and Barney, J. B. (1990). Management objectives in mergers and acquisitions. *Strategic Management Journal*, Vol. 11(1), (January, 1990) pp. 79-86

Estado Actual del Proceso de Internacionalización de las Empresas que Conforman la Cadena Global de Valor del Sector Cacaotero en el Departamento de Santander

Paola Martínez Higuera, Gladys Mireya Valero, Julio Ramirez Montañez

Resumen El presente proyecto de investigación tuvo como propósito central determinar el estado actual del proceso de internacionalización de las empresas que conforman la cadena global de valor del sector cacaotero en el Departamento de Santander. Esta investigación buscó determinar si el sector cacaotero cuenta con las características necesarias para convertirse en una actividad económica de enclave y aglomeración a raíz de la cual sea posible apuntalar el desarrollo económico y social del territorio. Para este propósito se utilizó una metodología de carácter explicativo hacia la identificación de cadenas de valor global de productos de cacao en el contexto internacional y un componente evaluativo sobre el cumplimiento de la cadena de los requerimientos para el ingreso a dichas cadenas globales. Con el resultado de esta investigación se pretende aportar en el proceso fortalecimiento de la cadena productiva del cacao que se gestiona en la región, y así alinear la investigación desde los estamentos de la Universidad con las directrices sociales de contribución al crecimiento económico que se trazan en las políticas de la región.

Abstract—

The main purpose of this research project was to determine the current state of the internationalization process of the companies that make up the global value chain of the cocoa sector in the Department of Santander. This research sought to determine the cocoa sector has the characteristics to become an economic activity of enclave and agglomeration as a result of which it is possible to underpin the economic and social development of the territory. For this purpose, it is an explanatory function towards identification of global value chains of cocoa products in the international context and an evaluative component on the fulfillment of the chain of requirements for entering these global chains. With the result of this research, it is about contributing, in the process, the production chain, the cocoa, the management of the region, and in this way, the research of the university's estates. The policies of the region.

Keywords/Palabras clave— Internacionalización, cadenas globales de valor, sector cacao, departamento de Santander

16. Introducción

Santander ocupa el primer lugar en departamentos productores de cacao, con el 25% de la producción de Colombia, el sector es considerado estratégico para la región por la presencia de unidades productivas a lo largo de la cadena productiva y uno de los considerados con

potencial de internacionalización a los mercados con los que Colombia tiene acuerdos comerciales. En el año 2013 las exportaciones santandereanas de cacao alcanzaron 6,8 millones de dólares, representadas principalmente por cacao en grano a los mercados de México (76%) y la Unión Europea (16%). Entre el año 2012 y el año 2013 el crecimiento fue del 170%.

Sin embargo, las unidades productivas del sector cacaotero de Santander en la mayoría de los casos están constituidas por pequeños productores, quienes desconocen los mecanismos de acceso a las cadenas globales de valor, es decir, desconocen las reglas de juego impuestas por los países desarrollados y por las firmas que gobiernan las cadenas de valor para tener acceso a las mismas.

Por ello los enfoques productivos de las unidades empresariales en Santander, casi nunca están dirigidos hacia los requerimientos de entrada a las cadenas de valor, es decir, no hay un enfoque hacia las tendencias de la demanda, ni al cumplimiento de las barreras que imponen las firmas a nivel internacional para la exportación de los productos. Es más, en casi ningún caso los productores de bienes líderes han identificado quienes son las empresas que lideran las cadenas globales y cuáles son los requerimientos para hacer parte de las mismas.

Para las empresas de Santander, el hecho de pertenecer a una cadena global de valor representa múltiples ventajas en los procesos de internacionalización y de mejoramiento continuo; esto se acentúa más para unidades productivas agrícolas y agroindustriales que deben cumplir altas exigencias impuestas por los países desarrollados para el ingreso de sus productos. Se supone que al ingresar a países desarrollados se obtienen mayores dividendos y las exportaciones son más sostenibles, continuas y altos volúmenes.

Las cadenas globales de valor no son estructuras explícitamente institucionalizadas o constituidas mediante algún registro; son dinámicas implícitas surgidas a partir de sinergias y relaciones de confianza enfocadas a agregar valor y aumentar la competitividad de un bien

o servicio. Por tanto, su identificación se hace a partir de las empresas líderes en el contexto internacional que han logrado mantener sus productos y expandirlos internacionalmente. Además, cuentan con marcas reconocidas para sus productos que son reconocidas en los mercados mundiales.

Para la aplicación del concepto de cadenas globales de valor y el análisis del funcionamiento de estas cadenas, se toma como referencia el sector cacao de Santander, porque corresponde a un sector agroindustrial que genera especialmente bienes primarios (comodities) que sirven como materia prima para la elaboración de productos de alto contenido de valor agregado, como cacao en grano y la manteca de cacao. Genera además un producto terminado como el chocolate de mesa. Se puede, de manera preliminar, inferir cadenas globales de valor entorno a las empresas suizas de chocolatería, empresas multinacionales de cosméticos que usan manteca de cacao como materia prima para sus productos y multinacionales de alimentos con contenido de cacao.

Este es un sector estratégico en la región que cuenta con unidades productivas que integran labores de cultivo, cosecha, pos cosecha, acopio, comercialización y empresas productoras de bienes finales y además ha presentado exportaciones en los últimos años.

17. Objetivos

17.2. Objetivo general

Determinar el estado actual del proceso de internacionalización de las empresas que conforman la cadena global de valor del sector cacaotero en Santander.

2.2. Objetivos específicos

2.2.1 Caracterizar la capacidad organizacional para la internacionalización de las empresas que conforman la cadena global de valor del sector cacaotero de Santander.

2.2.2 Caracterizar la capacidad organizacional para la internacionalización de las empresas que conforman la cadena global de valor del sector cacaotero de Santander.

2.2.3 Determinar el portafolio exportable de las empresas productoras y transformadoras que conforman la cadena global de valor del sector cacaotero de Santander.

18. Estado del Arte

La presente investigación tiene como eje teórico el estudio de las cadenas globales de valor y la internacionalización. A continuación, se presenta los aspectos teóricos más relevantes de estas temáticas:

3.1 Cadenas Globales de Valor:

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 competitividad 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).

3.2 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 especializadas 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)

19. Metodología

Según (Ynoub, 2007) existen tres grandes tipos de diseños de investigación según sea el número y la manera de tratar las unidades de análisis, las variables, y las mediciones que se realizan a lo largo del tiempo. Estos tres tipos son: investigaciones descriptivas, investigaciones explicativas e investigaciones interpretativas. Así mismo, estas pueden ser de carácter cuantitativo o cualitativo.

La presente investigación fue de enfoque cualitativo y de tipo descriptivo sobre las características de los vínculos en la cadena productiva del sector cacao de Santander. Tiene un componente explorativo hacia la identificación de cadenas de valor global de productos de cacao en el contexto internacional y un componente evaluativo sobre el cumplimiento de la cadena de los requerimientos para el ingreso a dichas cadenas globales.

En este sentido, para (Malhotra, 2008) el objetivo de la investigación descriptiva es precisamente hacer una descripción de un objeto de estudio, generalmente revelando sus características, identificando unas variables precisas en una muestra de unidades de análisis que permitan hacer inferencia sobre toda una población y para ello las principales técnicas asociadas a este enfoque son: las encuestas y la observación. En esta misma línea (Ynoub, 2007) afirma “Las investigaciones descriptivas se ocupan de identificar las variables relevantes del objeto de estudio y luego averiguar cómo se comportan dichas variables” (p.82).

Dentro del enfoque explicativo se asumirá dos tipos de diseño: En primer lugar, la investigación trabajará con una muestra de empresas de la cadena de valor del sector cacao del departamento de Santander con datos de corte transversal. En segundo lugar, se trabajó con datos de corte longitudinal (Datos estadísticos históricos secundarios), a partir de información suministrada por Instituciones públicas y privadas como, Fedecacao, DANE, PROEXPORT, Ministerios de Agricultura, Alcaldías y Gobernación de Santander.

La investigación utilizará datos de empresas no exportadoras y exportadoras de la cadena de valor, con el objetivo de contribuir a un mejor entendimiento de la capacidad organizacional para la internacionalización de las mismas. La investigación de campo recogerá información primaria a partir de informantes claves dentro de las empresas que conforman la cadena de valor como dueños de las unidades productivas, administradores, técnicos de proyecto, y personal con información y trayectoria dentro de las empresas. La colección de datos será obtenida, en su mayoría, por la aplicación de un instrumento de investigación (encuesta) que se puede acompañar de entrevistas semiestructuradas y complementadas por documentación de otras fuentes de datos como procesos de participación-observación en reuniones, informes de proyectos, informes anuales y páginas web corporativas; entre otros.

Para la determinación de la muestra, se definen criterios de inclusión relacionados principalmente con aspectos como: estar formalmente constituido como empresa, tener planta de producción y operaciones en Santander y/o estar dentro del registro de bases de datos de productores, transformadores, comercializadores y/o exportadores de cacao y otros

criterios que se definirán en el transcurso del desarrollo del proyecto. Para el diseño del instrumento de investigación, se tomarán referencias de otros estudios realizados y se adecua y complementa a las características del contexto. La información recolectada con la aplicación del instrumento se analiza mediante procesos de tabulación con ayuda de estadística descriptiva; se complementa con información proveniente de otros estudios directamente relacionados con el tema, y se contrasta con resultados de otras investigaciones.

La presente investigación será desarrollada en cinco fases:

1. **Fundamentación:** Esta primera fase estableció una búsqueda profunda de información teórica, estadística, económica y legal sobre el tema, construyendo bases de datos cualitativas y cuantitativas. Esta fase incluye un diseño y una planeación estratégica de la investigación. Se definirán las unidades de análisis concretas, los instrumentos de medición, y las variables o datos secundarios a utilizar.
2. **Acceso a las unidades de la Cadena de Valor:** Esta fase consistió, en la definición y aplicación del instrumento de investigación. Para el acceso a las unidades de la cadena de valor se gestiona apoyo de Fedecacao, Cámara de Comercio de Bucaramanga y otras entidades que puedan facilitar el proceso.
3. **Recolección y procesamiento de información:** Se reúne toda la información (cuantitativa-cualitativa, primaria-secundaria) de las unidades de análisis (miembros de la cadena de valor) de forma ordenada para su procesamiento.
4. **Análisis y síntesis:** Esta fase posibilita la ratificación o refutación de hipótesis y modelos teóricos; así mismo deja ver aspectos concretos de la investigación.
5. **Presentación de resultados:** Construcción y presentación del informe final de investigación en donde se exponen los hallazgos teóricos y empíricos encontrados en la investigación.

20. Resultados

5.1 Caracterización Del Sector

5.1.1 Importancia Del Sector En La Economía Colombiana

Como se muestra en la figura 1, la producción a nivel mundial durante el año cacaotero 2016/2017, creció en 740.000 toneladas con respecto al año inmediatamente anterior, lo que se traduce en un incremento del 19%. La producción de cacao en África representa el 76% de la producción mundial, mientras que América participa con un 16% y Asia y Oceanía con un 8%. (MinAgricultura, 2018)

Figura 1. Producción mundial de cacao

| País | Producción (Mil Ton) | | | |
|-----------------------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2013/14 | 2014/15 | 2015/16 | 2016/17 |
| CAMERÚN | 211 | 232 | 211 | 240 |
| COSTA DE MARFIL | 1.746 | 1.796 | 1.581 | 2.020 |
| GHANA | 897 | 740 | 778 | 970 |
| NIGERIA | 248 | 195 | 200 | 230 |
| OTROS PAISES | 97 | 105 | 150 | 144 |
| TOTAL AFRICA | 3.199 | 3.068 | 2.920 | 3.604 |
| BRASIL | 228 | 230 | 140 | 174 |
| COLOMBIA | 47 | 51 | 52 | 55 |
| REP. DOMINICANA | 70 | 82 | 80 | 75 |
| ECUADOR | 234 | 250 | 231 | 270 |
| PERU | 80 | 83 | 108 | 110 |
| OTROS PAISES | 67 | 64 | 65 | 66 |
| TOTAL AMERICA | 726 | 760 | 676 | 750 |
| INDONESIA | 375 | 325 | 320 | 290 |
| MALASIA | 6 | 7 | 7 | 6 |
| NUEVA GUINEA | 36 | 36 | 36 | 40 |
| INDIA | 14 | 16 | 17 | 20 |
| OTROS PAISES | 16 | 18 | 17 | 23 |
| TOTAL ASIA Y OCEANÍA | 447 | 401 | 397 | 379 |
| TOTAL MUNDIAL | 4.372 | 4.230 | 3.993 | 4.733 |

Fuente: (MinAgricultura, 2018)

Por otro lado, (MinAgricultura, 2018) afirma que a nivel mundial Costa de Marfil es el primer productor con una participación del 42,7% del mercado mundial, seguido por Ghana con una participación del 20,5%. Ecuador ocupa el quinto lugar con una participación del 5% y Colombia el décimo lugar con una participación del 1,2%. Como se puede evidenciar en la siguiente figura, la relación entre la producción y su respectiva participación a nivel mundial.

Figura 2. Producción a nivel mundial 2016/2017

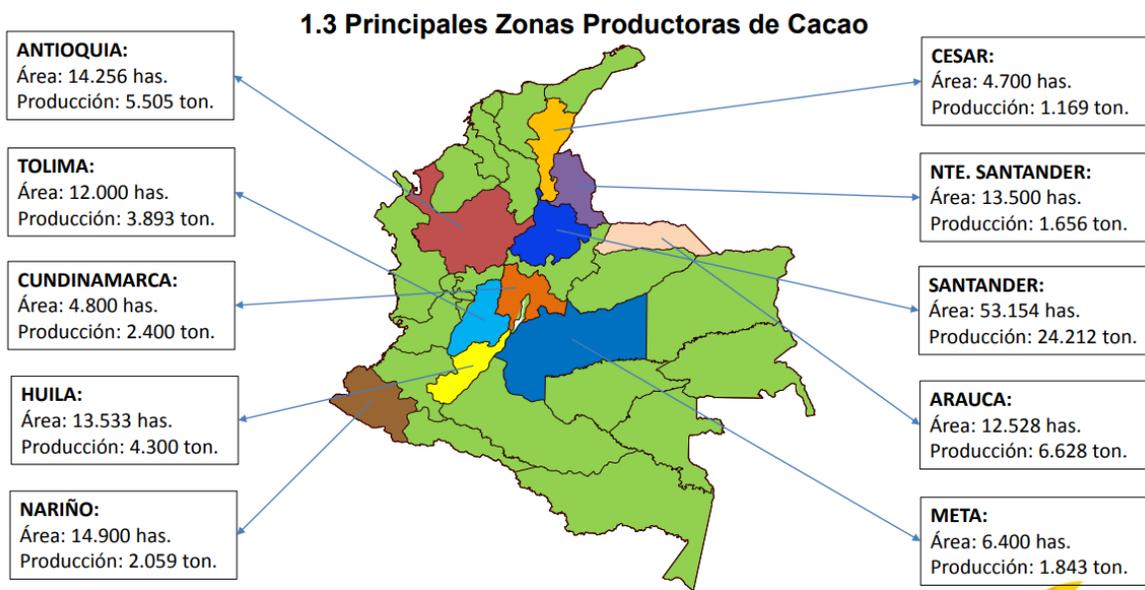
| PRODUCCION A NIVEL MUNDIAL 2016/2017 | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------|
| PAIS | PRODUCCION (Millones de ton.) | % PARTICIPACION |
| COSTA DE MARFIL | 2.020 | 42,7 |
| GHANA | 970 | 20,5 |
| INDONESIA | 290 | 6,1 |
| CAMERÚN | 240 | 5,1 |
| ECUADOR | 270 | 5,7 |
| NIGERIA | 230 | 4,9 |
| BRASIL | 174 | 3,7 |
| PERU | 110 | 2,3 |
| REP. DOMINICANA | 75 | 1,6 |
| COLOMBIA | 55 | 1,2 |
| NUEVA GUINEA | 40 | 0,8 |
| INDIA | 20 | 0,4 |
| MALASIA | 6 | 0,1 |
| OTROS PAISES | 233 | 4,9 |
| TOTAL MUNDIAL | 4.733 | 100,0 |

Fuente: (MinAgricultura, 2018)

En el caso de Colombia, el grano colombiano es reconocido a nivel mundial como fino de sabor y aroma, características que sólo posee el 5% de la producción mundial. La cadena agroindustrial está conformada inicialmente por productores de cacao en grano (producción primaria), acopiadores regionales, grandes superficies, distribuidores de chocolates, exportadores de productos semielaborados, exportadores de grano (comercio) y productores de chocolates y confites. (FINAGRO, s.f)

Además, se cuentan con cultivos de producción cacaotera en más de diez departamentos, entre los cuales destacan Santander, Arauca y Antioquia con una producción de más de 30.000 toneladas. En la figura 3 y 4, se muestran las principales zonas de producción con su información respectiva de producción, área y rendimiento.

Figura 3. Principales zonas productoras de Cacao en Colombia



Fuente: (MinAgricultura, 2018)

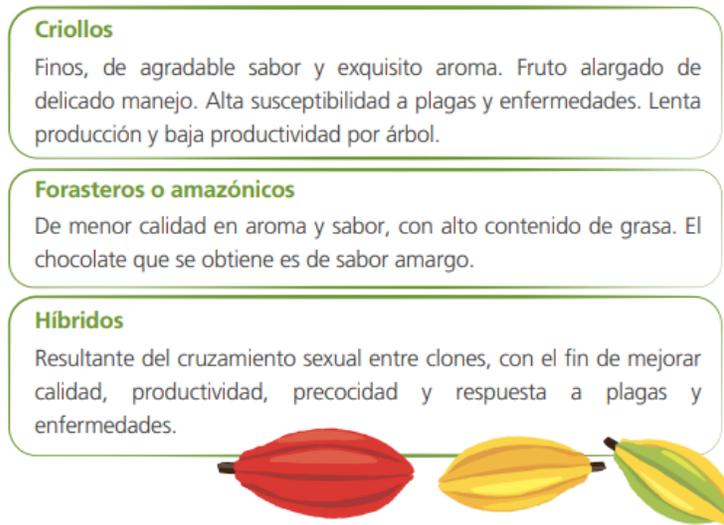
Figura 4. Producción departamental de Cacao

| Departamentos | Área (Ha) | | | | Producción (Tn.) | | | | Rendimiento (Tn/ha) | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Santander | 49.781 | 51.500 | 52.200 | 53.154 | 19.085 | 22.424 | 22.117 | 24.212 | 0,44 | 0,45 | 0,49 | 0,49 |
| Arauca | 10.691 | 11.200 | 12.084 | 12.528 | 5.448 | 5.629 | 6.398 | 6.628 | 0,50 | 0,55 | 0,64 | 0,68 |
| Antioquia | 13.320 | 13.450 | 14.708 | 14.256 | 3.593 | 4.391 | 5.285 | 5.505 | 0,42 | 0,42 | 0,44 | 0,45 |
| Huila | 12.282 | 13.100 | 13.300 | 12.553 | 3.301 | 3.787 | 4.159 | 4.300 | 0,41 | 0,42 | 0,42 | 0,42 |
| Tolima | 10.700 | 10.700 | 11.600 | 12.000 | 2.515 | 3.547 | 3.527 | 3.893 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 |
| Cundinamarca | 4.203 | 4.300 | 4.500 | 4.800 | 1.573 | 1.604 | 2.141 | 2.400 | 0,37 | 0,37 | 0,32 | 0,32 |
| Otros | 59.300 | 60.756 | 64.816 | 66.139 | 12.217 | 13.416 | 13.158 | 13.597 | 0,38 | 0,37 | 0,39 | 0,38 |
| Total | 160.277 | 165.006 | 173.208 | 175.430 | 47.732 | 54.798 | 56.785 | 60.535 | 0,42 | 0,43 | 0,45 | 0,45 |

Fuente: (MinAgricultura, 2018)

Sin embargo, hay que tener en cuenta que, para el caso de Colombia, se producen tres tipos de cacao, los cuales son criollos, forasteros o amazónicos e híbridos, como se evidencia en la siguiente figura:

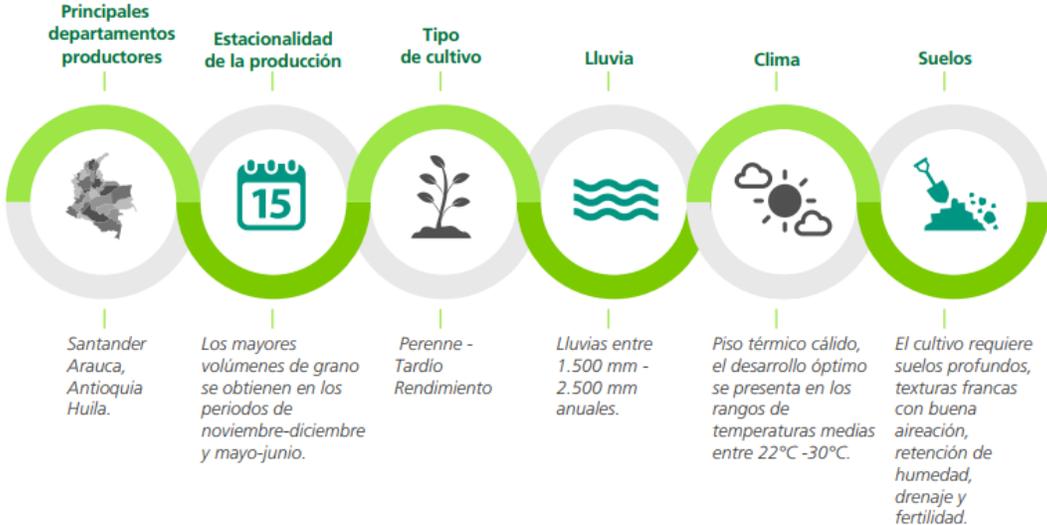
Figura 5. Tipos de cacao producido en Colombia



Fuente: (FINAGRO, s.f)

Además, como se muestra en la figura 6, el proceso de la producción de este requiere un proceso, en el cual, se debe tener en cuenta el suelo, el clima, la estacionalidad, el tipo de cultivo y la lluvia.

Figura 6. Proceso de producción de cacao



Fuente: (FINAGRO, s.f)

Es por esto que, el Ministerio de Agricultura (2018) afirma que el departamento de Santander es el principal productor a nivel nacional con una participación del 40% del total de la producción, seguido por Arauca con una participación del 11%, Antioquia 9% Huila 7%, Tolima 6% y Cundinamarca 4%. (MinAgricultura, 2018)

Dicha producción genera que alrededor de 38.000 familias productoras de cacao, las cuales pertenecen a un estrato social bajo en su mayoría. Se ubican en zonas económicamente deprimidas (bajos niveles de escolaridad, dificultad en vías de acceso y bajos ingresos) y en muchos casos de difícil orden público (Tumaco, Arauca y Catatumbo). (MinAgricultura, 2018)

Por otro lado, es importante tener en cuenta que la producción ha venido incrementando gracias al proceso de paz que está atravesando el país, debido a que en muchos casos el cultivo de cacao ha sido usado como alternativa de sustitución de cultivos ilícitos. Los productores poseen en promedio 3 Hectáreas, con bajos niveles de tecnificación y productividad, lo cual solo les permite su propio auto-sostenimiento.

Es por esto, que como afirma (Saavedra, 2016) Si el cacao continúa su senda de crecimiento, en el mediano y largo plazo, podría lograr el mismo protagonismo del café. En tal sentido, según el ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Aurelio Iragorri Valencia, “esta buena hora del sector cacaotero se proyecta al futuro teniendo en cuenta que este cultivo se perfila como una de las estrellas para el posconflicto y es uno de los productos priorizados en Colombia Siembra”.

Vale recordar que en el cuarto trimestre de 2015 el PIB de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca creció 4,8% frente al mismo periodo del año 2014. Los productos agrícolas sin café aumentaron en 2,9% explicado por el aumento en la producción de los cultivos permanentes en 3,5%, (principalmente por cacao) y de los cultivos transitorios en 0,3%. (Saavedra, 2016)

Por primera vez en muchos años, el agro logró ser el primer sector de la economía colombiana siendo el gran impulsor del PIB en los últimos tres meses del año anterior. No

obstante, algunos críticos dicen que es sólo café, y por supuesto este es un sector de suma importancia, pero hay otros productos que crecieron muy por encima como el cacao con un 32,6%, palma 30%, arroz 24% y café 22.8%, indicó Iragorri Valencia.

Además, en relación de la contribución al empleo por parte del sector cacaotero sigue creciendo ya que personas de diferentes ramas laborales han sido vinculadas laboralmente al sector de cacao; esto se trata básicamente de técnicos, operarios de campo, agrónomos, ingenieros agrónomos y administradores, sumado a los campesinos que se encargan al proceso de recolección.

Son alrededor de 54.883 empleados bajo este sector que continua en aumento bajo la proliferación y éxito de este. Muchas de las contrataciones con ingenieros y administradores se hace bajo el marco de varios convenios que tiene la Federación Nacional de Cacaoteros – Fondo Nacional del Cacao, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Corpoica y la Unidad de Consolidación Territorial.

Después de la reducción del conflicto la federación cacaotera en conjunto del ministerio de agricultura siguen mejorando y tecnificando el sector, renovando plantaciones y educando su mano de obra en este caso los campesinos, lo que los ha llevado a un aumento de familias del sector rural involucradas en este negocio, las cuales llegan a más de 38.000 familias, el sector demuestra querer seguir creciendo en al menos un 7%, tasa que se quiere seguir manteniendo en el pasar de los años y la cual va directamente proporcional al aumento del empleo y generando un panorama positivo para los colombianos, las estadísticas demuestran que en el 2017 el país alcanzó su máxima producción en la historia, 60.000 toneladas de cacao.

Este sector va en aumento y la obra de mano requerida va a ser cada vez mayor, además de la proyección de exportación que el sector tiene planeada y la activación del precio a nivel internacional. En esta proyección se planea llegar a países como Canadá y estados unidos. Cabe resaltar que ya tienen presencia en países tales como México, Italia y España. Pro Colombia está generando una estrategia en conjunto del ministerio de agricultura para

promocionar el café colombiano en el mundo. Todas estas medidas llevan al crecimiento del sector y como está dicho anteriormente a un crecimiento en la contribución de empleo para el país.

Por otra parte, la balanza comercial del grano de cacao para Colombia, como se muestra en la figura 7, ha presentado un comportamiento positivo en los últimos años. Las exportaciones del año 2017 superaron las 11 mil toneladas valoradas en USD 27 millones, siendo los principales destinos Estados Unidos, México, Ecuador, como se evidencia en la figura 8. Las importaciones alcanzaron 428 toneladas por valor de USD 877 mil, provenientes de Venezuela y Ecuador.

Roldan (2000) señala que en la dinámica de las cadenas agroindustriales e industriales descansa parte fundamental de la actividad económica productiva de un país. La concepción teórico-práctica de la naturaleza de una cadena, parte de las relaciones intereslabores que se dan en función de los distintos productos, primarios, intermedios y finales, generados por las unidades productivas que la constituyen.

En ese sentido, la cadena agroindustrial del sector cacao es un sector estratégico en la región que cuenta con unidades productivas que integran labores de cultivo, cosecha, post cosecha, acopio, comercialización y empresas productoras de bienes finales y además ha presentado exportaciones en los últimos años. La tradición ancestral en torno al cultivo del cacao, del cual Santander es pionero, ha permitido que a lo largo de los años se tenga especial cuidado en los principales factores relacionados con el ciclo del producto, desde el mismo momento de la siembra, hasta el secado del producto y la obtención del bien final. (Roldan, 2000)

Asimismo, el subsector de la chocolatería y de la confitería hace parte del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que busca mejorar la competitividad sectorial mediante alianzas público-privadas y planes de negocios. Este hecho favorece al sector del cacao en Santander con la creación de relaciones directas con los comercializadores internacionales porque tienen el respaldo para las negociaciones.

El reconocimiento oficial de la organización de la cadena Cacao-Chocolate se realizó ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, dando cumplimiento a la Ley 811 de 2003 y sus decretos reglamentarios, en tal forma el 17 de Noviembre de 2009, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural mediante la Resolución 000329 de 2009, “Reconoce la Organización de la Cadena de Cacao y su Agroindustria”, así como al Consejo Nacional Cacaotero y a sus integrantes: productores (Fondo Nacional del Cacao – Fedecacao – y Asociaciones de Productores), sectores académicos y de Investigación, Gobierno Nacional, comercializadores e industriales como el “cuerpo consultivo del Gobierno Nacional en materia de política para el subsector del cacao” (Artículo 2 de Resolución 000329/09).

Este Consejo está integrado como se presenta en la tabla No 1

Tabla No 1 Consejo Nacional Cacaotero

| Representantes Industria | Representantes Gremios | Instituciones Publicas |
|--|-------------------------------|--|
| Casa Luker Compañía Nacional de Chocolates Chocolate Girones | Fedecacao ANDI | Ministerio de Agricultura. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Programa de Transformación Productiva. Corpoica Instituto Colombiano Agropecuario - ICA |

Elaboración Propia

Esta cadena suscribió el Acuerdo Nacional de Competitividad en octubre de 2001, actualizado en el año 2013 y en el cual se establece como visión de la cadena: “Incrementar la producción nacional hasta alcanzar como mínimo 200.000 toneladas de grano en el año 2022, brindando sostenibilidad económica, social y ambiental a todos los eslabones de la cadena, conservando las características de grano fino para satisfacer las exigencias de los mercados Nacionales e internacionales, y posicionando a Colombia dentro de los principales países exportadores de productos elaborados y de cacaos especiales.”.(Contreras, 2017).

Para analizar la cadena de valor del sector cacao del departamento de Santander se ha tomado como referencia la metodología diseñada por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) denominada minicadenas productivas. Esta

metodología está plasmada en un manual para orientar a los diferentes organismos e instituciones de apoyo en los procesos de identificación, conformación y desarrollo de minicadenas productivas. Este análisis se desarrolló mediante el uso articulado de herramientas de gestión como la vigilancia tecnológica y análisis por eslabones de cadenas productivas.

ONUDI (2004) define a la minicadena como el agrupamiento de micro y pequeñas unidades productivas que se pueden articular alrededor de actividades económicas conexas y sostenibles, las cuales comprenden la producción de materias primas e insumos, la transformación y la comercialización, y usualmente hacen parte de una vocación económica regional. A través del agrupamiento las unidades productivas buscan aumentar sus posibilidades de desarrollo sostenible (ONUDI, 2004).

El estudio sigue un esquema de análisis por eslabones a lo largo de la minicadena y las variables de análisis se presentan en la tabla No 2.

Tabla No 2 Modelo Minicadenas Productivas (ONUDI)

| Eslabón | Análisis |
|--|---|
| Eslabón de materias primas e insumos: | Comprende las empresas dedicadas a la producción de materiales básicos para la obtención del Producto final. |
| Eslabón de producción | Abarca las empresas que transforman las materias primas e insumos para la obtención del producto o Servicio final y subproductos derivados. |
| Eslabón de comercialización | Incluye las empresas encargadas de la distribución y entrega del producto o servicio a los consumidores finales. |
| Componente socio empresarial | Comprende las instituciones y entidades que proporcionan apoyo al proceso de consolidación de las minicadenas. Se incluyen en este componente |

| | |
|---|---|
| | <p>el Gobierno nacional, los gobiernos regionales y locales, las instituciones de capacitación y asistencia técnica (Sena, universidades, centros tecnológicos y de innovación), y entidades gubernamentales de apoyo específico a la pequeña y mediana empresa</p> |
| <p>Componente entorno- infraestructura</p> | <p>Comprende los servicios necesarios para el funcionamiento de los eslabones de la minicadena tales como servicios públicos, infraestructura de transporte, entidades financieras, servicios de salud y entidades reguladoras de la actividad empresarial</p> |

Fuente: ONUDI, 2004, Elaboración Propia

A continuación, se procede a presentar los resultados de la aplicación de este modelo en la cadena agroindustrial del cacao en Santander.

5.1.2 Aplicación Modelo Minicadenas Productivas ONUDI al Sector Cacao de Santander

La cadena de cacao de Santander posee una gran cantidad de procesos y actores que inciden en la calidad del producto, pues el cacao en grano es la materia prima para las industrias de confitería y de producción de chocolates, cosméticos y farmacéuticos. La cadena productiva del cacao comprende tres tipos de bienes: El bien primario tomando como referencia al grano de cacao; Los bienes intermedios como aceite, manteca, polvo y pasta de cacao y los bienes finales como chocolate y sus preparados. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2016).

En esta sección se presentan los resultados de la aplicación de la metodología diseñada por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) denominada minicadenas productivas, tomando como referencia a cada uno de los eslabones de la cadena del sector cacao en el departamento de Santander

5.1.3 Análisis del Eslabón de Materias Primas e Insumos de la Cadena del Cacao de Santander:

Para realizar el análisis del eslabón de materias primas del sector cacao de Santander se han tomado como variables de análisis los proveedores de insumos en la cadena agroindustrial del cacao del departamento, las características en el cultivo del grano en el departamento de Santander y la producción agrícola de la cadena.

5.1.4 Proveedores de Insumos en la Cadena del Cacao en Santander:

Los proveedores de insumos integran las actividades de quienes comercializan insumos y materias primas necesarias para el cultivo del cacao y para los procesos de transformación propios de la agroindustria. Los proveedores de insumos en la cadena se clasifican en dos grandes grupos: los proveedores de insumos para el cultivo, donde se encuentran aquellos comercializadores de material vegetal, agroquímicos y pesticidas, y los proveedores de herramientas y equipo para el cultivo del cacao en las fincas; por otro lado, se encuentran aquellos proveedores de insumos y materias primas para la agroindustria dedicada a la transformación. (DNP, 2014)

De acuerdo a Oliveros (2014) la gran mayoría de los productores de cacao de Santander compran sus insumos en los pueblos más cercanos a sus cultivos, lo que les da a los proveedores un amplio control sobre la obtención de las materias primas. Los principales productos demandados por los productores de cacao son fertilizantes como la urea, triple 15 tradicional y cafetero, DAP; entre otros, con precios que oscilan desde los \$54.000/bulto hasta los \$95.000/bulto; el siguiente grupo de productos demandados son los cicatrizantes de podas, tales como cal dolomita, pasta cicatrizante, oxiclórico de cobre, entre otros, con precios que varían desde los \$7.500/kg hasta los \$23.000/kg; en tercer grupo se encuentran los herbicidas, fungicidas e insecticidas, donde se resalta el uso de glifosato. (Contreras, 2017)

5.1.5 Características de los Cultivos del Cacao en Santander:

El cacao es un sistema completo de cultivo que requiere la utilización de mano de obra intensiva y configura una explotación típica de economía campesina, con un desarrollo lento

en el caso del departamento de Santander, debido a factores de orden social y económico. Santander se constituye en un departamento productor, con unas potencialidades de desarrollar mayor valor a la cadena global del cacao que puede ser desarrollado por empresas que transformen el producto con altos estándares de calidad y mayor tecnología de punta. (Oliveros, 2014)

Oliveros (2014) destaca que el cultivo del cacao en el departamento de Santander, es una labor que se ha venido realizando de generación en generación. Desde el punto de vista social y económico la producción de cacao tiene especial importancia en Santander, teniendo en cuenta que cuenta con las condiciones aptas de suelos y clima para llevar a cabo este cultivo, adicional a esto es importante mencionar que es un cultivo de bajo costo lo que es conveniente para los campesinos dedicados a producir cacao ya que en su mayoría son de escasos recursos.

De acuerdo a Lozano & Varilla (2017) los agricultores dedicados a la producción de cacao en Santander en su gran mayoría son arrendatarios, dueños o empleados, y la cosecha obtenida del cultivo es el único medio de subsistencia de su familia. La rivalidad de los cacaoteros es alta dada la gran cantidad de agricultores de la zona rural Santandereana, y dado que las condiciones de suelos y climáticas en este departamento son óptimas para que la producción de cacao pueda llevarse a cabo en casi todo el departamento. Adicional a esto las fincas dedicadas a este cultivo tienen una extensión promedio entre 1 y 20 hectáreas, por lo cual el cultivo se da incluso en fincas de pequeña extensión generando mayor rivalidad por la cantidad de productores dedicados a este cultivo.

En cuanto a la rivalidad entre los productores de cacao en Santander Oliveros (2014) es enfática al señalar que la competencia entre los agricultores del departamento es extremadamente alta debido a la gran cantidad de agricultores de la zona y a las barreras emocionales ancestrales entre ellos.

Otro factor de análisis fue el tamaño de cultivos de cacao en el departamento. En este punto se puede señalar que en San Vicente del Chucurí y el Carmen de Chucurí el tamaño promedio de los cultivos de cacao es de seis hectáreas, éstas se hallan concentradas en un 67,1 % en tamaños comprendidos entre tres y diez hectáreas, principalmente se trata de

cultivos de tipo familiar para el sustento de los integrantes del núcleo familiar, pero no están concebidos como unidades agrícolas familiares. (Oliveros, 2014)

Finalmente, en cuanto al factor de valoración de la mano de obra en la cadena agroindustrial del cacao del departamento de Santander, según estudio reciente publicado por el Banco de la Republica (2016) las labores agrícolas relacionadas al cacao son desempeñadas por mano de obra de baja calificación. Por otra parte, la explotación del cacao es de carácter familiar, hecho que propicia una amplia participación de los integrantes de este núcleo en la producción, siendo las actividades de recolección, apertura y desgrane las de mayor participación de mano de obra femenina. En muchos casos y durante buena parte del año, la unidad productiva necesita personal temporal adicional para las labores de manejo del cultivo tales como la poda, deshierbe, cosecha y desgrane. Lo anterior se torna crítico al considerar que las actividades más delicadas del proceso (fertilización y control de plagas) requieren de personal calificado.

5.1.6 Producción Agrícola del Cacao en Santander 2014-2016

Este cultivo se da a lo largo de todo el país, sin embargo, el 60.1% de la producción nacional se concentra en los departamentos de Santander, Norte de Santander, Arauca y Antioquia. El departamento de Santander, es el mayor productor del país, concentrando casi el 32 % de la producción nacional en el año 2016.

La tabla presentada a continuación señala la producción de cacao en el año 2016 expresada en toneladas. El cacao ha venido mostrando unas cifras de crecimiento interesantes en el país, logrando una producción record de 62,000 toneladas para el año 2016. En la tabla No 3 se observa que la producción nacional de cacao recae en mayor parte en los cultivos del departamento de Santander, especialmente en los municipios de San Vicente de Chucuri y Carmen del Chucuri con una producción de 19.957 Toneladas en el año 2016. Lo siguen muy de lejos los departamentos de Arauca, Antioquia y Huila con tan solo el 7 % de los cultivos en cada departamento.

Tabla No 3 Cifras de Producción Departamento 2014-2016

| Departamentos | Área (Ha) | | | Producción (Ton) | | | Part. 2016 |
|---------------|----------------|----------------|----------------|------------------|---------------|---------------|-------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | |
| Santander | 49.078 | 52.078 | 58.078 | 18.173 | 19.720 | 19.957 | 32% |
| N. Santander | 12.874 | 13.174 | 15.396 | 2.411 | 2.652 | 2.845 | 4% |
| Nariño | 12.648 | 12.948 | 14.448 | 3.586 | 3.715 | 3.894 | 6% |
| Huila | 12.314 | 12.614 | 13.614 | 4.164 | 4.280 | 4.324 | 6.9% |
| Antioquia | 11.670 | 12.170 | 12.870 | 3.777 | 3.900 | 4.005 | 6.45% |
| Arauca | 10.376 | 10.676 | 11.126 | 2.224 | 2.462 | 4.687 | 7% |
| Otros | 44.054 | 51.340 | 54.468 | 13.397 | 18.021 | 22.288 | 35% |
| Total | 153.014 | 165.000 | 180.000 | 51.023 | 54.750 | 62.000 | 100% |

Fuente: (Fedecacao, 2016)

De acuerdo a la información obtenida de Fedecacao se puede observar la producción nacional del producto en los departamentos de Colombia. En la primera posición se ubica Santander, el cual ha mantenido durante los siete últimos años la mayor producción de cacao a nivel nacional

Tabla No 4 Producción de Cacao por Municipio de Santander año 2017

| Municipio | Área Cosechada(ha) | Producción(t) |
|------------------------|--------------------|---------------|
| San Vicente De Chucuri | 11,458 | 6,302 |
| El Carmen De Chucuri | 11,501 | 6,096 |
| Landázuri | 5,385 | 2,854 |
| Rionegro | 4,735 | 2,699 |
| Cimitarra | 1,673 | 1,004 |
| Santa Helena Del Opón | 788 | 402 |
| Lebrija | 1,01 | 515 |
| El Playón | 1,164 | 559 |
| La Belleza | 811 | 430 |
| Sucre | 626 | 307 |
| Girón | 482 | 256 |
| La Paz | 179 | 108 |
| Betulia | 442 | 340 |
| Bolívar | 305 | 147 |
| El Peñón | 407 | 232 |

| | | |
|--------------------|-----|-----|
| Bucaramanga | 318 | 169 |
| Guadalupe | 295 | 216 |
| El Guacamayo | 325 | 185 |
| Vélez | 282 | 138 |
| Florián | 226 | 142 |
| Guapota | 183 | 145 |
| Chima | 183 | 143 |
| Simacota | 165 | 112 |
| Barrancabermeja | 166 | 85 |
| Chipata | 184 | 90 |
| Piedecuesta | 85 | 40 |
| Socorro | 164 | 140 |
| Puerto Parra | 72 | 36 |
| Sabana De Torres | 116 | 64 |
| Hato | 114 | 56 |
| Palmas Del Socorro | 96 | 56 |
| Zapatoca | 96 | 46 |
| Contratación | 74 | 46 |
| Galán | 28 | 15 |
| Oca monte | 29 | 18 |
| Matanza | 33 | 20 |
| Valle De San José | 27 | 11 |
| Paramo | 27 | 15 |
| Floridablanca | 37 | 27 |
| Palmar | 19 | 8 |
| Oiba | 15 | 12 |
| San Benito | 15 | 11 |
| Charta | 3 | 3 |

Fuente: Datos Abiertos (2017)

En la tabla No 4 se puede apreciar que el cultivo del cacao se registra en 42 municipios del departamento de Santander. Sin embargo, el 80% de las áreas cosechadas y la producción de la cadena agroindustrial del sector cacao se limita a cinco municipios. El más importante de ellos es San Vicente De Chucuri con una producción de 6,302 toneladas en el año 2017, lo sigue muy de cerca El Carmen De Chucuri con 6,096 toneladas, y con menor producción Landázuri con 2,854, Rionegro con 2,699 y Cimitarra con 1,004 Toneladas registradas en el año 2017. El resto de municipios presentan cifras inferiores a las 500 toneladas en el año 2017.

La síntesis del Eslabón de materias primas e insumos se presenta en la matriz 1:

Matriz 1 Resultado Eslabón de materias primas e insumos de la cadena del cacao de Santander

| | |
|----------------|-----------------|
| Eslabón | Análisis |
|----------------|-----------------|

| | |
|---|---|
| <p>Eslabón de materias primas e insumos:</p> | <p>Actividades: Estos son los pasos a seguir para la obtención del grano de cacao: Análisis del suelo, control de malezas, manejo de Sombra, plan de fertilización, la poda, control fitosanitario, recolección de mazorca maduras, partida de la mazorca, desgranado, fermentación, secado, clasificación con Zaranda, empacado en sacos de fique.</p> <p>Zona Productora: La zona productora de cacao se encuentra localizada en la Montaña Santandereana, Vertiente Occidental de la Cordillera Oriental, que recorre al departamento de sur a norte, bordeando el valle del río Magdalena. En esta subregión, se encuentran localizados, Landázuri, El Carmen, San Vicente, Rionegro, El Playón y Lebrija</p> <p>Actores: Dueños de tierras, agricultores, productores de insumos. Productores pequeños y medianos 98%. Predomina el pequeño y mediano productor, de economía campesina, con escasos recursos especialmente de capital e infraestructura para la producción.</p> <p>Proveedores: Los proveedores de insumos en la cadena se clasifican en dos grandes grupos: los proveedores de insumos para el cultivo, donde se encuentran aquellos comercializadores de material vegetal, agroquímicos y pesticidas, y los proveedores de herramientas y equipo para el cultivo del cacao en las fincas; y por otro lado se encuentran aquellos proveedores de insumos y materias primas para la agroindustria dedicada a la transformación</p> <p>Insumos Específicos: Material vegetal, agroquímicos y pesticidas; herramientas y equipo para el cultivo del cacao y para la transformación.</p> <p>Los principales son fertilizantes como la urea, triple 15 tradicional y cafetero, DAP; entre otros, con precios que oscilan desde los \$54.000/bulto hasta los \$95.000/bulto; el siguiente grupo de productos demandados son los cicatrizantes de podas, tales como cal dolomita, pasta cicatrizante, oxiclورو de cobre, entre otros ,con precios que varían desde los \$7.500/kg hasta los \$23.000/kg; en tercer grupo se encuentran los herbicidas, fungicidas e insecticidas, donde se resalta el uso de glifosato</p> <p>Características del Eslabón: mano de obra intensiva de baja calificación y configura una explotación típica de economía campesina; Tecnología baja</p> |
|---|---|

Elaboración Propia

5.1.7 Análisis del Eslabón de Producción de la Cadena del Cacao de Santander:

Es importante tener presente que actualmente la producción de cacao del departamento es demandada por la industria chocolatera nacional casi en su totalidad, solo un porcentaje muy bajo es exportado, y la oferta actual no satisface por completo la demanda interna por lo que se importa cacao de otros países. (Lozano & Varilla, 2017)

El eslabón industrial de la Cadena se refiere a las diversas preparaciones del cacao para su comercialización dirigida al consumo final, el cacao del departamento de Santander

principalmente es destinado para la fabricación de diversos productos, entre ellos tenemos, manteca de cacao, cacao en polvo, chocolate para mesa y confites con chocolate. En la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), a cinco (5) dígitos, los dos subsectores que agrupan la actividad de esta Cadena son el 31191 correspondiente a la fabricación de chocolates y preparados de Cacao y el 31192 correspondiente a la fabricación de confites con chocolate.

Las principales empresas del sector en Colombia son Compañía Nacional de Chocolates y Casa Luker y el restante entre la industria nacional está compuesta por aproximadamente 20 empresas medianas y 30 pequeñas, siendo las más destacadas Colombina S.A., Chocolate Andino, Chocolate Girones, Comestibles Italo, Tolimax, Chocolates Tumaco, entre otros. La industria chocolatera es la encargada de la transformación de los granos de cacao bajo dos modalidades, i) Subproductos de cacao, en los que se encuentran el licor de cacao, manteca de cacao y torta y ii) Producto terminado, principalmente Barras de chocolate, bombonería, coberturas, chocolate de mesa y chocolate artesanal. (Contreras, 2017)

La industria procesadora realiza el proceso de tostión, descascarillado y molienda para producir licor de cacao. Una porción importante del licor se dirige a la producción de chocolates. En el caso del chocolate para mesa, el cacao molido es mezclado con mientras que, para la producción de confites o coberturas de chocolate, se mezcla el licor de cacao con azúcar, leche y manteca de cacao. El licor que no se destina a la producción de chocolate para mesa, se somete a un proceso de filtración mediante el cual se separa las tortas, o sólidos de cacao, de la manteca de cacao (líquido). Las tortas de cacao se pulverizan para darles la presentación final de “cacao en polvo” o Cocoa. La Manteca de cacao se centrifuga, atempera o cristaliza y, por último, se moldea y empaca. (Montoya, 2010)

En el departamento de Santander se han identificado 16 empresas procesadoras de cacao en donde se destaca Chocolate y Café Casero Girones S.A. y Grupo Alimenticio Alba Del Fonce S.A.S.

Tabla No 5 Principales Compañías Procesadoras de Cacao en Santander

| | Compañía |
|----|---|
| 1 | Compañía Bosques De Chocolate S.A. |
| 2 | Grupo Alimenticio Alba Del Fonce S.A.S. |
| 3 | Garabatos Candy Market |
| 4 | Café Y Chocolate Flor |
| 5 | Cocoa & Kanela |
| 6 | Café Colonial |
| 7 | Cafe Y Chocolate Colosal |
| 8 | Cafe Y Chocolate Guanenta |
| 9 | Chocolate San Antero |
| 10 | Cafe Y Chocolate Chucureño |
| 11 | Cafe Y Chocolate Chucureño |
| 12 | El Festín Chocolatería |
| 13 | Distribuciones César Augusto Sepúlveda |
| 14 | Dulce Arte |
| 15 | Chocolate Y Café Casero Girones S.A. |
| 16 | Compañía Bosques De Chocolate S.A. |

Fuente: FEDECACAO (2017). Elaboración Propia.

5.1.8 Retos del Eslabón de Producción del Cacao de Santander

Oliveros (2013) manifiesta que Santander cuenta con buenos estándares de calidad y con el reconocimiento de la industria nacional. A pesar de ello, la industria regional posee una estructura artesanal, maquinaria obsoleta de baja eficiencia y tecnología que le impide ampliar su producción, por lo que ofrece básicamente chocolate de mesa a un mercado bastante limitado. Debido a la escasez de mano de obra, no se realiza adecuadamente el beneficio del grano y prefiere venderlo en estado húmedo, lo que incide en la calidad final, aroma y sabor, y por supuesto, en las ganancias obtenidas (Bueno, 2004). Estos aspectos plantean la necesidad de fortalecer prácticas en la cadena que promuevan la producción de un grano de mejor calidad.

Otro de los aspectos negativos del eslabón de producción de la cadena del sector cacao de Santander se encuentra que la calidad del cacao como producto final en grano seco

es baja por tener establecidas operaciones de cosecha y pos cosecha con mínimo control de calidad, lo cual conduce a una heterogeneidad en el grado de fermentación (Contreras, 2017). Esta situación de baja calidad se debe en gran medida a que las operaciones de transformación del cacao en fresco, realizadas por los productores, se desarrollan de manera tradicional, tal como se ha enseñado de generación en generación. Así mismo, se han identificado falencias tecnológicas que se adaptan a las condiciones de cada unidad productiva: los productores transforman distintos volúmenes de masa de cacao según épocas de cosecha y/o necesidades, desde cantidades inferiores a 10 kg hasta más de 400 kg. (Fedecacao ,2004).

Se suma a lo anterior, un profundo desconocimiento de las demandas y tendencias del mercado, que conlleva a una falta de incentivo para los productores de cacao, quienes no reciben una prima económica adicional por comercializar un producto diferenciado, con valor agregado de transformación, que responda a estándares de calidad y que se caracterice por procesos rigurosos de transformación, desde la cosecha, operaciones pos cosecha (apertura de mazorca, fermentación, secado, etc.), hasta la comercialización y factores clave de la cadena como la trazabilidad, entre otras. (Barragán & Rey, 2004)

Por otro lado, a los productores se les compra el producto sin restricciones y sin ninguna exigencia de calidad, lo que determina que el precio sea uniforme y que se desarrolle el fenómeno conocido como “circulo vicioso del modelo”, donde el productor no produce con calidad debido a que esto no repercute en un mejor precio y las compañías no pagan más porque no existe calidad (Espinosa & Ríos, 2015)

Matriz 2 Resultado Eslabón de Producción del Cacao de Santander

| Eslabón | Análisis |
|----------------|--|
| | <p>Actividades: Procesamiento, Torrefacción, Trillado, alcalinización, Molido, Prensado, refinación.</p> <p>Actores: <i>Industria farmacéutica, de cosméticos y de alimentos:</i> Manteca de cacao y cocoa <i>Industria procesadora de chocolate:</i> Chocolate para mesa, cobertura de chocolate, chocolate granulado, confites, manteca de cacao, torta de cacao, licor de cacao.</p> <p>Principales Empresas: Compañía Bosques De Chocolate S.A., Grupo Alimenticio Alba Del Fonce S.A.S., Garabatos Candy Market, Café Chocolate Flor, Cocoa & Kanela, Café Colonial, Café Y Chocolate Colosal, Café Y Chocolate Guanenta, Chocolate San Antero, Café Y Chocolate Chucureño. Café Y Chocolate Chucureño. El Festín Chocolatería,</p> |

| | |
|-------------------------------------|--|
| <p>Eslabón de producción</p> | <p>Distribuciones César Augusto Sepúlveda, Dulce Arte, Chocolate Y Café Casero Girones S.A., Compañía Bosques De Chocolate S.A.</p> <p>Asociatividad: En Santander han existido varios intentos de organización de productores de cacao que no han prosperado, hecho que se corrobora con organizaciones como: ASOCAR (Asociación Cacaotera del Carare); ASOCAMI (Asociación de productores de Cacao de Cimitarra); LECACAOS (Asociación de Productores de Cacao de Lebrija); PLAYCACAO (Asociación da Productores de Cacao del Playón), RIOCACAO (Asociación de Productores de Cacao de Rionegro), PROCACAO (Asociación de Productores de Cacao de Santander); ASOCASANVI (Asociación de Productores de Cacao de San Vicente).</p> <p>Características: la industria regional posee una estructura artesanal, maquinaria obsoleta de baja eficiencia y tecnología que le impide ampliar su producción, por lo que ofrece básicamente chocolate de mesa a un mercado bastante limitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Debido a la escasez de mano de obra, no se realiza adecuadamente el beneficio del grano y prefiere venderlo en estado húmedo, lo que incide en la calidad final, aroma y sabor, y por supuesto, en las ganancias obtenidas. ▪ Desconocimiento de los requisitos de ingreso a mercados internacionales por parte de los productores de Santander. ▪ Desconocimiento de parámetros de calidad por parte de los productores. <p>Tecnología: El 78,3% de las explotaciones de cacao de Santander, poseen tecnologías de producción baja, el 22,9% poseen tecnologías de nivel medio y menos del 1%, poseen tecnologías altas de producción</p> |
|-------------------------------------|--|

Elaboración Propia.

5.4 Análisis del Eslabón de Comercialización de la cadena agroindustrial del sector cacao de Santander

Para realizar el análisis del eslabón de comercialización de productos de la cadena agroindustrial del sector cacao de Santander se han tomado como variables de comercialización interna y exportaciones de productos del sector.

5.1.9 Comercialización Interna de Cacao de Santander

Durante del eslabón de comercialización interna del cacao se realiza la transacción económica entre el proveedor y el comercializador o intermediario, quien ayuda también como agente de calidad al revisar los granos de cacao para comprobar que cumple con las especificaciones de aroma, color y humedad necesarias. El Cacao deberá ser comercializado en envases que aseguren la protección del producto contra la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas o físicas, y que puedan resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento. (Perdomo, 2012)

El proceso de comercialización interna del grano en Santander tiene diferentes canales. El canal tradicional ha sido el manejado por el acopiador o intermediario, que en algunas regiones del país compra finca a finca, en otros acopia en las veredas para luego ir a comercializar la mercancía a las cabeceras municipales. Este canal es criticado por varios actores de las cadenas porque en su afán de obtener volúmenes, compran cacao de diferentes calidades, las cuales posteriormente mezclan para unificar y vender a las casas comerciales y en algunos casos a la industria. (Contreras, 2017).

El Programa de Transformación productiva del Ministerio de Industria y Turismo señala que la comercialización del cacao en Santander, la comercialización de cacao se efectúa a través de cooperativas y agricultores o personas naturales acopiadoras. La cooperativa además de participar con la comercialización del cacao en grano y a diferencia de los acopiadores particulares, garantiza a los consumidores que el producto sea de la mejor calidad y es uno de los factores de regulación de precios al productor. Esto lo hace a través del puesto de compra, en donde se mueven anualmente, cierto número de toneladas de cacao en grano. De aquí en adelante las compañías compran el cacao en grano, lo transforman y lo comercializan. Las principales cooperativas cacaoteras en Santander, se encuentran en los municipios de San Vicente de Chucurí, El Carmen de Chucurí, Landázuri, Rionegro, Bucaramanga, Cimitarra, El Playón, Lebrija, Santa Helena de Opón y la Belleza. (PTP, 2016)

5.4.2 Exportaciones de la Cadena del sector Cacao de Santander 2012-2017

Para analizar las exportaciones de la cadena del sector cacao se ha tomado como referencia al capítulo arancelario número 18 correspondiente al cacao y sus derivados. Para realizar este

análisis se estableció como fuente de consulta el Sistema Estadístico de Comercio Exterior (SIEX) del Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) tomando como referencia las exportaciones durante los años 2012 y 2017.

De acuerdo a cifras proporcionadas por el SIEX las exportaciones del capítulo arancelario número 18, se ha venido desarrollando en el periodo 2012-2016 de la siguiente forma:

Tabla No 7 Exportaciones Santander Cacao 2012-2016

| Año | Peso Neto (Kg) | Valor US\$ | Principales Productos | Destinos | % de Participación en las X nacionales |
|------|----------------|------------|---|--|--|
| 2012 | 1.008.315 | 2.554.763 | -Demás cacaos en crudo o en grano 99,3%, - Demás chocolates sin edición de azúcar 0,7% | Turquía 35,8%, Italia 22,1%, India 19,6%. | 5.2% |
| 2013 | 2.859.568 | 6.870.565 | - Demás cacaos en crudo o en grano 99,9%, - Demás preparaciones alimenticias que contengan cacao 0,1%. | México 79,8%, Estados Unidos 7,8%, España 6,7% | 6.7% |
| 2014 | 3.900.758 | 11.772.779 | Demás cacaos crudos o enteros 100% | México 63,3%, España 32,6%, Países Bajos 2,5%. | 8.06% |
| 2015 | 6.938.039 | 20.862.213 | -Demás cacaos crudos o enteros 99,9% -Pasta de cacao sin desgrasar 0,1% | -México 34,2% -Malasia 30,6% | 16% |
| 2016 | 5.564.797 | 16.512.697 | Cacao Crudo o enteros | -Malasia 24,1% -España 22,8% | 8.6% |
| 2017 | 3.000.080 | 8.800.000 | Demás cacaos crudos o enteros 100% | México 53,6% -España 19,3% | 3,6% |

Fuente SIEX. Elaboración Propia

En la tabla No 5 se presentan las ventas internacionales del capítulo arancelario No 18 donde se puede percibir que el mejor comportamiento de esta variable se desarrolló entre los años 2014 y 2016. El año 2015 que se encuentra resaltado en la tabla anterior es el año con mejores exportaciones en el periodo estudiado alcanzando un record histórico de exportaciones con ventas por valor de US\$ 20.862.213 y alcanzando su mayor participación en las exportaciones del país aportando el 16% de las exportaciones totales de Colombia. Esta misma tendencia positiva en las exportaciones en los años 2014 y 2016 alcanzando una participación superior al 8% en las ventas totales internacionales del grano de Colombia-

En cuanto a la tipología de los productos que se exportaron en la cadena agroindustrial de cacao entre los años 2012 y 2017 el departamento se limitó a cuatro productos *Demás cacaos crudos o enteros* con una participación entre el 99% y 100% en los años de estudio. De igual forma, se registra una mínima participación de otros subcapítulos arancelarios como: *Demás chocolates sin edición de azúcar*; *Pasta de cacao sin desgrasar* y *Demás chocolates sin edición de azúcar* con una participación por debajo del 1 %.

En cuanto a los mercados de destino es de destacar la poca continuidad que se presenta en la consolidación de mercados de exportación de Santander. Por ejemplo, se puede apreciar que las exportaciones del capítulo 18 tenían como destino a Turquía en el año 2012 con un 35,8% de participación en las mismas y en los años posteriores las ventas hacia ese mercado desaparecen. Sucede lo mismo con los mercados de Italia, India Estados Unidos, Países Bajos. Los únicos mercados que tienen continuidad en las exportaciones del capítulo 18 de Santander en el periodo 2012-2017 son los de México, Malasia y España.

Finalmente, es importante de igual forma destacar la caída que se registra en el año 2016 y 2017 con una considerable reducción en las ventas internacionales.

Matriz No 3 Resultados Eslabón de Comercialización de la cadena agroindustrial del sector cacao de Santander

| | |
|------------------------------------|---|
| Eslabón de comercialización | Comercialización Interna: Actividades: Transporte, distribución y Comercialización |
|------------------------------------|---|

| | |
|--|---|
| | <p>Actores: Asociaciones, acopiadores, comisionistas, exportadores.</p> <p>Características: comercialización de cacao se efectúa a través de cooperativas y agricultores o personas naturales acopiadoras. Las principales cooperativas cacaoteras en Santander, se encuentran en los municipios de San Vicente de Chucurí, El Carmen de Chucuri, Landázuri, Rionegro, Bucaramanga, Cimitarra, El Playón, Lebrija, Santa Helena de Opón y la Belleza.</p> <p style="text-align: center;">Comercialización Externa:</p> <p>Principal Producto de Exportación; Demás cacaos en crudo o en grano, Demás chocolates sin edición de azúcar; Pasta de cacao sin desgrasar y Demás chocolates sin edición de azúcar</p> <p>Principales Mercados: México, Malasia y España.</p> |
|--|---|

Elaboración Propia

5.4.3 Componente socio empresarial del Sector Agroindustrial del Cacao de Santander.

Fedecacao es la institución que agremia a los productores de cacao, administra el Fondo Nacional del Cacao y el Fondo de Estabilización de Precios de Cacao. Interviene en: Asistencia Técnica y Transferencia de Tecnología, capacitación, escuelas de campo; investigación y comercialización

Las siguientes entidades presentadas en la matriz 4 corresponden a instituciones gremiales y entidades estatales, gubernamentales y no gubernamentales, que buscan apoyar técnica o financieramente a los cacaoteros, para regular y promocionar el cacao. Estas organizaciones incluyen: federaciones nacionales, cooperativas, entidades reguladoras, cooperativas, gremios de cacaoteros, entre otras. A continuación, se describen algunas de estas organizaciones mostrando así el caso santandereano.

Matriz No 4 Entidades Socio Empresariales de la Cadena Agroindustrial de Santander

| Entidad | Definición |
|-------------------|--|
| FEDECACAO: | La Federación Nacional de Cacaoteros es una Asociación Nacional de carácter gremial, de derecho privado, sin ánimo de lucro, integrada por los productores de cacao dentro del territorio de la República de Colombia que manifiesten el deseo de pertenecer a la misma. Las entidades aceptadas deben cumplir los estatutos, normas y procedimientos establecidos |

| | |
|---------------------------------|---|
| | por los órganos de dirección, administración, control y vigilancia de la Federación. Es la administradora del Fondo Nacional del Cacao |
| Cooperativa Eco cacao | Es una organización empresarial asociativa sin ánimo de lucro conformada por familias campesinas vinculadas a la actividad agropecuaria y personas conectadas a dicha actividad en diferentes eslabones de la cadena productiva. Tiene como objeto central “contribuir al mejoramiento social y económico de los asociados” (ECOCAO), para lo cual presta servicios estratégicos para el desarrollo agropecuario. |
| APROCASUR | Es una entidad de carácter agropecuario, sin ánimo de lucro, abierta a todos los productores de cacao sin distinción de raza, credo o afiliación política. Se rige de acuerdo con la Constitución Política de Colombia, las leyes y los estatutos propios. |
| FINAGRO | El fondo para el financiamiento del Sector Agropecuario, fue creado por la Ley 1 de 1990 y nació de la necesidad del sector agropecuario y rural de contar con un Sistema Nacional de Crédito Agropecuario. Es una entidad autónoma y especializada en el manejo de los recursos de crédito dispersos en varios organismos y representa una variante complementaria de la política macro económica de la Junta Directiva del Banco de la Republica. |
| CORPOICA | La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, es una entidad pública descentralizada con régimen privado, encargada de generar conocimiento científico y soluciones tecnológicas a través de actividades de investigación, innovación, transferencia de tecnología y formación de investigadores, en beneficio del sector agropecuario colombiano. |
| Fondo Nacional Del Cacao | El Fondo Nacional del Cacao fue creado mediante Ley 67 de diciembre 30 de 1983, reglamentada con el Decreto 1000 de 1984, definiéndolo como una Cuenta Especial para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de fomento Cacaotero, cuyo propósito es la financiación de programas y proyectos de beneficio para la actividad cacao cultura nacional |

Fuente: Perdomo (2012) Elaboración propia

5.1.10 Componente entorno-infraestructura de la Cadena del Sector Agroindustrial del Cacao de Santander

Para analizar el componente entorno infraestructura de la cadena del sector cacao de Santander se tomó como referencia el estado de la Infraestructura Vial. Los autores de esta investigación consideran que para la consolidación de la cadena agroindustrial del Cacao de

Santander se deben tener como prioridad el mejoramiento de infraestructura para facilitar las interacciones comerciales de Santander con otros departamentos, para disminuir los costos de traslado del grano y para evitar la presencia de intermediarios.

En condiciones generales Santander cuenta con una infraestructura promedio, donde se puede evidenciar que las vías pavimentadas a pesar de estar en buen estado deben mejorar y estar acordes a las necesidades de la población, pues aun cuenta con vías sin pavimentar lo cual afectar de manera significativa la competitividad del departamento, ya que los accesos a las vías para el transporte del Cacao en ocasiones se ven afectadas por las condiciones climáticas. En ese mismo sentido Oliveros (2014) señala que el estado de las vías para sacar el producto de las fincas y de los pueblos es muy defectuoso, generalmente se ven afectadas por el invierno, existen zonas donde los productores los últimos años se han tenido que quedar con los productos en sus fincas, a falta de caminos por donde sacarlos. Las vías que se ven más afectadas son las que de San Vicente conducen a Barrancabermeja, el Carmen de Chucurí y Bucaramanga, además de los carretables que comunican al municipio con sus diferentes veredas. (Oliveros, 2014)

Las vías de acceso más utilizadas son San Vicente que conduce a Barrancabermeja, el Carmen de Chucuri y Bucaramanga. El Gobierno a través del Plan Nacional Desarrollo tiene la ejecución de las siguientes rutas, la Zona Metropolitana de Bucaramanga (2006 – 2027) con una inversión de \$ 0.3 billones equivalente a 58.3 Km. El programa de Transformación Productiva, junto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, están implementando planes de desarrollo sectorial, con el fin de fomentar de manera efectiva la infraestructura para orientar al sector a ser más productivo. (Acuerdos de Competitividad de la Cadena del Cacao y su Agroindustria 2009-2022).

5.1.12 Matriz General de la Minicadena de Cacao en el departamento de Santander

Para construir la matriz de la minicadena del cacao del departamento de Santander se realizó un estudio de cada uno de los eslabones de cadena agroindustrial del sector cacao analizando las variables presentadas anteriormente por eslabón. El resultado de la matriz No 4 a juicio

de los autores de este artículo es el principal aporte que le hace esta investigación a la literatura escrita sobre la temática de la cadena del cacao.

A continuación, se presenta el resultado de la matriz general con sus cinco componentes principales: materias primas e insumos; producción; comercialización; Componente socio empresarial y componente entorno-infraestructura.

Matriz No 4 Modelo de la Minicadena de Cacao en el departamento de Santander

| Eslabón | Análisis |
|---|---|
| <p>Eslabón de materias primas e insumos:</p> | <p>Actividades: Estos son los pasos a seguir para la obtención del grano de cacao: Análisis del suelo, control de malezas, manejo de Sombra, plan de fertilización, la poda, control fitosanitario, recolección de mazorca maduras, partida de la mazorca, desgranado, fermentación, secado, clasificación con Zaranda, empacado en sacos de fique.</p> <p>Zona Productora: La zona productora de cacao se encuentra localizada en la Montaña Santandereana, Vertiente Occidental de la Cordillera Oriental, que recorre al departamento de sur a norte, bordeando el valle del río Magdalena. En esta subregión, se encuentran localizados, Landázuri, El Carmen, San Vicente, Rionegro, El Playón y Lebrija</p> <p>Actores: Dueños de tierras, agricultores, productores de insumos. Productores pequeños y medianos 98%. Predomina el pequeño y mediano productor, de economía campesina, con escasos recursos especialmente de capital e infraestructura para la producción.</p> <p>Proveedores: Los proveedores de insumos en la cadena se clasifican en dos grandes grupos: los proveedores de insumos para el cultivo, donde se encuentran aquellos comercializadores de material vegetal, agroquímicos y pesticidas, y los proveedores de herramientas y equipo para el cultivo del cacao en las fincas; y por otro lado se encuentran aquellos proveedores de insumos y materias primas para la agroindustria dedicada a la transformación</p> <p>Insumos Específicos: Material vegetal, agroquímicos y pesticidas; herramientas y equipo para el cultivo del cacao y para la transformación. Los principales son fertilizantes como la urea, triple 15 tradicional y cafetero, DAP; entre otros, con precios que oscilan desde los \$54.000/bulto hasta los \$95.000/bulto; el siguiente grupo de productos demandados son los cicatrizantes de podas, tales como cal dolomita, pasta cicatrizante, oxiclورو de cobre, entre otros ,con precios que varían desde los \$7.500/kg hasta los \$23.000/kg; en tercer grupo se encuentran los herbicidas, fungicidas e insecticidas, donde se resalta el uso de glifosato</p> <p>Características del Eslabón: mano de obra intensiva de baja calificación y configura una explotación típica de economía campesina; Tecnología baja</p> |
| | <p>Actividades: Procesamiento, Torrefacción, Trillado, alcalinización, Molida, Prensado, refinación.</p> <p>Actores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Industria farmacéutica, de cosméticos y de alimentos: Manteca de cacao y cocoa |

| | |
|---|--|
| <p>Eslabón de producción</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Industria procesadora de chocolate: Chocolate para mesa, cobertura de chocolate, chocolate granulado, confites, manteca de cacao, torta de cacao, licor de cacao. <p>Principales Empresas: Compañía Bosques De Chocolate S.A., Grupo Alimenticio Alba Del Fonce S.A.S., Garabatos Candy Market, Café Chocolate Flor, Cocoa & Kanela, Café Colonial, Café Y Chocolate Colosal, Café Y Chocolate Guanenta, Chocolate San Antero, Café Y Chocolate Chucureño. Café Y Chocolate Chucureño. El Festín Chocolatería, Distribuciones César Augusto Sepúlveda, Dulce Arte, Chocolate Y Café Casero Girones S.A., Compañía Bosques De Chocolate S.A.</p> <p>Asociatividad: En Santander han existido varios intentos de organización de productores de cacao que no han prosperado, hecho que se corrobora con organizaciones como: ASOCAR (Asociación Cacaotera del Carare); ASOCAMI (Asociación de productores de Cacao de Cimitarra); LECACAOS (Asociación de Productores de Cacao de Lebrija); PLAYCACAO (Asociación da Productores de Cacao del Playón), RIOCACAO (Asociación de Productores de Cacao de Rionegro), PROCACAO (Asociación de Productores de Cacao de Santander); ASOCASANVI (Asociación de Productores de Cacao de San Vicente).</p> <p>Características: la industria regional posee una estructura artesanal, maquinaria obsoleta de baja eficiencia y tecnología que le impide ampliar su producción, por lo que ofrece básicamente chocolate de mesa a un mercado bastante limitado. Debido a la escasez de mano de obra, no se realiza adecuadamente el beneficio del grano y prefiere venderlo en estado húmedo, lo que incide en la calidad final, aroma y sabor, y por supuesto, en las ganancias obtenidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconocimiento de los requisitos de ingreso a mercados internacionales por parte de los productores de Santander. ▪ Desconocimiento de parámetros de calidad por parte de los productores. <p>Tecnología: El 78,3% de las explotaciones de cacao de Santander, poseen tecnologías de producción baja, el 22.9% poseen tecnologías de nivel medio y menos del 1%, poseen tecnologías altas de producción</p> |
| <p>Eslabón de comercialización</p> | <p style="text-align: center;">Comercialización Interna:</p> <p>Actividades: Transporte, distribución y Comercialización Actores: Asociaciones, acopiadores, comisionistas, exportadores.</p> <p>Características: comercialización de cacao se efectúa a través de cooperativas y agricultores o personas naturales acopiadoras. Las principales cooperativas cacaoteras en Santander, se encuentran en los municipios de San Vicente de Chucurí, El Carmen de Chucuri, Landázuri, Rionegro, Bucaramanga, Cimitarra, El Playón, Lebrija, Santa Helena de Opón y la Belleza.</p> <p style="text-align: center;">Comercialización Externa:</p> <p>Principal Producto de Exportación; Demás cacaos en crudo o en grano, Demás chocolates sin edición de azúcar; Pasta de cacao sin desgrasar y Demás chocolates sin edición de azúcar Principales Mercados: México, Malasia y España.</p> |

| | |
|---|---|
| Componente socio empresarial I | Las principales instituciones que trabajan por el sector son: Fedecacao, Cooperativa Ecocacao, Aprocasur, Finagro, Corpoica Fondo Nacional Del Cacao, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Clúster del Cacao, |
| Componente entorno-infraestructura | Las vías de acceso más utilizadas son San Vicente que conduce a Barrancabermeja, el Carmen de Chucuri y Bucaramanga en ocasiones se ven afectadas por las condiciones climáticas |

Fuente: ONUDI, 2016. Elaboración propia.

En virtud del análisis realizado a lo largo de la investigación, se pudo determinar que el sector cacaotero del departamento de Santander no ha logrado integrar adecuadamente las ventajas comparativas con dinámicas sociales y empresariales sobresalientes que promuevan la generación de valor. Por ello, este artículo ha buscado establecer las particularidades que hacen del cultivo del cacao una actividad económica importante que aún no ha logrado consolidarse bajo la dinámica de una cadena productiva.

El cacao de Santander como actividad presenta problemas de competitividad en la medida en que las prácticas realizadas por los agricultores no son las adecuadas para generar mayores rendimientos y buena calidad de grano. Adicionalmente, las variables que explican la disminución de la producción también están sustentadas en el envejecimiento de los cultivos, la falta de mejoramiento genético, la presencia creciente de enfermedades y la falta de capital humano que permita una mayor transferencia de tecnología. Sobre este particular, FEDECACAO afirma que las personas que más tiempo dedican al cultivo son las personas mayores, con edades entre 51 a 65 años. (Agro cadenas, 2016)

Asimismo, se resalta la baja tecnología usada en el sector, donde según cálculos realizados por Pabón (2016) aproximadamente el 78,3% de las explotaciones de cacao de Santander, poseen tecnologías de producción baja, el 22.9% poseen tecnologías de nivel medio y menos del 1%, poseen tecnologías altas de producción, Asimismo, se ha identificado que el manejo post-cosecha de los granos de cacao en la finca productora, posee cierto letargo tecnológico. Las explotaciones de cacao del país son tradicionales y de economía campesina, donde las actividades productivas se reducen a labores básicas demandando gran mano de obra. (Pabón, 2016).

A pesar de este resultado poco alentador de la cadena agroindustrial del sector cacao de Santander en esta sección final se presentan las perspectivas de esta cadena para los próximos años en marco de la estrategia de desarrollo regional del gobierno colombiano para el periodo de pos conflicto. Esto implica mayor asistencia técnica por parte de entidades públicas y privadas para incrementar la producción de cacao de alta calidad para una mayor competitividad.

21. Conclusiones

- El sector cacao del departamento de Santander no ha logrado promover la generación de valor en la cadena de valor debido al bajo desarrollo tecnológico en las operaciones de transformación, el desconocimiento de los parámetros de calidad por parte de los eslabones de productores y comercializadores, el desconocimiento de los requisitos de los mercados internacionales y los problemas de asociatividad, confianza e integración de los eslabones de la cadena. Como respuesta a las debilidades anteriormente planteadas, las políticas públicas de Colombia han priorizado al cacao como materia prima de interés para el desarrollo rural, desplegando acciones gubernamentales y de cooperación internacional encaminadas a consolidar una adecuada cadena de valor y de esa forma solventar las necesidades tecnológicas y organizativas de un sector agrícola clave en el proceso de sustitución de cultivos ilícitos en el pos conflicto.
- El cultivo del cacao se registra en 42 municipios del departamento de Santander. Sin embargo, el 80% de las áreas cosechadas y la producción de la cadena agroindustrial del sector cacao se limita a cinco municipios. El más importante de ellos es San Vicente De Chucuri con una producción de 6,302 toneladas en el año 2017, lo sigue muy de cerca El Carmen De Chucuri con 6,096 toneladas, y con menor producción

Landázuri con 2,854, Rionegro con 2,699 y Cimitarra con 1,004 Toneladas registradas en el año 2017. El resto de municipios presentan cifras inferiores a las 500 toneladas en el año 2017.

- Las exportaciones de la cadena agroindustrial de cacao entre los años 2012 y 2017 del departamento de Santander se limitaron a cuatro productos *Demás cacaos crudos o enteros* con una participación entre el 99% y 100% en los años de estudio. De igual forma, se registra una mínima participación de otros subcapítulos arancelarios como: *Demás chocolates sin edición de azúcar*; *Pasta de cacao sin desgrasar* y *Demás chocolates sin edición de azúcar* con una participación por debajo del 1 %. En cuanto a los mercados de destino se destacan México, Malasia y España.
- Los productores de cacao del departamento de Santander tienen muchas oportunidades en el periodo del pos conflicto colombiano de ingresar a cadenas globales de valor al haber sido priorizado por el gobierno nacional como uno de los productos agropecuarios con mayor potencial, gracias al reconocimiento mundial de la calidad de los genotipos que se cultivan en Santander, con lo cual pudiera posicionarse en el nicho de cacaos especiales.
- El Cacao ha sido promovido como el cultivo del post-conflicto pues desde diferentes organizaciones internacionales y agencias de cooperación internacional se ha propuesto su siembra, como cultivo para sustituir las plantaciones ilegales de coca. La Cooperación Internacional está interesada en realizar proyectos que ayuden en el posconflicto y que tengan relación con el cacao, uno de los más importantes es “Cacao Por La Paz” implementado por la agencia de Cooperación Internacional de Estados Unidos (USAID)

22. Referencias Bibliográficas

Acuerdo Nacional de Competitividad Sector Agroindustrial.

Arge, G., Dajer Plata, R., & Alvarez, D. (s.f.). 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. En ASCOLFA (Ed.), Conferencia Nacional ASCOLFA (pág. 183 a225). ASCOLFA

BANCO MUNDIAL. (23 de MARZO de 2016). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/>

BANCO MUNDIAL; (23 de MARZO de 2016). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/>

Barragán Alfonso, A., & Rey Forero, L. C. Establecimiento de núcleos productivos de cacao (Theobroma cacao) en torno a micro centrales de beneficio para mejorar la calidad del grano en la región del distrito agroindustrial de la magdalena caldense (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia-Sede Manizales).

Botero Cedeño, E. (2016, diciembre 29). Análisis del perfil competitivo de la cadena productiva del cacao en el departamento de Arauca. *Equidad Y Desarrollo*, (27), 37-53. <https://doi.org/https://doi.org/10.19052/ed.3663>Bueno, 2004.

Blyde J. (2014). Fábricas sincronizadas. Fábricas sincronizadas: América Latina y el Caribe en la era de las cadenas globales de valor Informe especial sobre Integración y Comercio. BID

Castellanos Domínguez, Ó. F., Torres Piñeros, L. M., & Flórez, D. H. (2010). Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de la panela y su agroindustria en Colombia.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). *Institucionalidad Y Principios Rectores De Política Para La Competitividad Y Productividad*. Bogotá.

Cámara de Comercio de Bucaramanga (primer semestre de 2018) informe 103

Comisión regional de Competitividad. (25 de marzo de 2016). Santander Competitivo. obtenido de Santander Competitivo- Comisión Regional de Competitividad: <http://santandercompetitivo.org/secciones-14-s/quienes-somos.htm>

CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD. (2015). Índice Departamental de Competitividad 2015.

Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2002). Marketing Internacional. En M. R. Czinkota, & I. A. Ronkainen, Marketing Internacional- sexta edición (págs. 224-241). México: Pearson Educación.

Contreras Pedraza, C. A. Análisis de la cadena de valor del cacao en Colombia: generación de estrategias tecnológicas en operaciones de cosecha y pos cosecha, organizativas, de capacidad instalada y de mercado (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia-Sede Bogotá (2017).

Clavijo Lemus, M. A., Saavedra, A., & Andrea, P. (2016). Eficiencia Económica en la Producción de Cacao en Rionegro-Santander

Datos Abiertos (2017). Cifras de Producción departamento de Santander 2017. <https://www.datos.gov.co/>

DNP, 2014. Propuesta para Desarrollar un Modelo eficiente de Comercialización y Distribución de Producto.

Diaz P, Valenciano J. (2012). Gobernanza en las cadenas globales de mercancías/valor: Una revisión conceptual. Economía y sociedad No. 41. ISSN 1409-1070

Durán, José y Dayna Zaclicever (2013), “América Latina y el Caribe en las cadenas internacionales de valor”, serie Comercio Internacional, N° 124 (LC/L.3767), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Espinosa-Álzate, J. A., & Ríos-Osorio, L. A. (2016). Caracterización de sistemas agroecológicos para el establecimiento de cacao (*Theobroma cacao* L.), en comunidades afrodescendientes del Pacífico Colombiano (Tumaco-Nariño, Colombia).

Acta Agronómica, 65(3), 211FAO. (2015). Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles: principios rectores. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

El Tiempo, 2017. Gobierno y Farc inician programa para sustitución de cultivos ilícitos, 27 de enero del 2017.

Exportaciones de Santander 2012-2014. Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2017.

Fedecacao, 2016. Colombia tiene el plan decenal para el cacao. Revista de la Federación de Cacaoteros de Colombia.

Fedecacao (2004) Colombia Mayores Oportunidades para el Cacao Revista de la Federación de Cacaoteros de Colombia. 2004.

Holmlund, M., & Fulton, M. E. (1999). Networking for success: Strategic alliances in the new agriculture (No. 31769). University of Saskatchewan, Centre for the Study of Cooperatives. (FAO, 2015)

Gereffi (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. Problemas del desarrollo. Vol 32. No. 125. II enc. UNAM. Abril – Julio 2001. México.

Gereffi, G.; J. Humphrey y T. Sturgeon (2005). The governance of global value chains, Review of International Political Economy, vol. 12, no. 1, Abingdon, Taylor y Francis Group Corporate.

Green R. y Rocha Dos Santos R. (1992). Economía de Red y Reestructuración del Sector Agroalimentario. Revista de Estudios AgroSociales. N* 162 Oct.-Dic. pp.37-61

Ley 811 de 2003. Artículo 2 de Resolución 000329/09.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia (2016). Informe de Gestión 2016.

Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. Agronomía colombiana, 28(1).

Montañez, J. R., & Sarmiento, G. G. (2016). Dinámica de la cadena priorizada del sector metalmecánico del departamento de Santander en el período 2010-2015. Le Bret, (8), 175-199.

Pabón, M. G., Herrera-Roa, L. I., & Sepúlveda, W. S. (2016). Caracterización socio-económica y productiva del cultivo de cacao en el departamento de Santander (Colombia). Revista Mexicana de Agro negocios, 20(38).

Perdomo Rosas, M. A. Caracterización de la cadena de abastecimiento y la cadena de valor del cacao en Colombia (Bachelor's thesis, Facultad de Ingeniería)

Plan Nacional de Desarrollo de Colombia (2014-2018)

Porter, M. The Value Chain and Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: Free Press, 1985.

Porter, M. E. (1990). ¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones? Harvard Deusto business review, (44), 3-26.

Programa de Transformación Productiva (2016) Plan de Negocios del sector Cacao y sus Derivados. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Roldan, D., SALAZAR, M., TEJADA, M., & Ortiz, L. (2003). La Cadena de Cacao en Colombia. Documento de trabajo, (13 Ley 811 de 2003, expedida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Kaplinsky R, Morris M. (2000) A Handbook for Value Chain Research. IDRC-International Development Research Center.

Kosacoff, B., López, A. y Pedrazzoli, M. (2007), “Comercio, Inversión Y Fragmentación del Comercio Global: ¿Está Quedando Atrás América Latina?” Serie Estudios y Perspectivas N° 39, CEPAL, Buenos Aires.

Lopez A.; Ramos D; Torre I. (2009) Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor. Documento de trabajo CEPAL.

Comportamiento de las exportaciones en departamentos colombianos de mayor desarrollo industrial 2018

Morales Trujillo Karolina Andrea – Martínez Solano Jose Miguel
Universidad Simón Bolívar – línea de investigación: gestión organizacional - facultad de
administración y negocios – kamt05@hotmail.com
Universidad Simón Bolívar – línea de investigación: gestión organizacional - facultad de
administración y negocios – jose.2000.martinez@gmail.com

Este documento debe ser mínimo 8 páginas y máximo 15 páginas sin contar la Bibliografía.

Resumen—*En este mundo actual enteramente globalizado podemos ver como el comercio se ha convertido en uno de los más amplios campos de estudio de las ciencias económicas, observamos que el comercio internacional pasa a jugar un papel de suma importancia a la hora de suministrar y propiciar una base económica estable, en ese orden el presente estudio tiene por objetivo central analizar el comportamiento de las exportaciones en los distintos departamentos con mayor desarrollo industrial en Colombia, cumpliendo además con unos objetivos específicos que son: describir el comportamiento del volumen y participación en el PIB de las exportaciones en los departamentos colombianos con mayor desarrollo industrial e identificar los principales productos y destinos de las exportaciones colombianas por departamentos, todo esto con un diseño descriptivo, transversal y con enfoque cuantitativo.*

Considerando que en los últimos años se ha podido observar como el país ha centrado y enfocado sus esfuerzos en el aumento y mejoramiento de las exportaciones en el área de los productos minero-energéticos, dejando así de lado al sector de la producción industrial, el cual debido a la ejecución de estas medidas ha venido presentando una creciente pérdida de protagonismo e influencia en el PIB nacional; dada la importancia que tiene el sector exportador sobre las fluctuaciones del crecimiento económico del país este estudio pretende indagar sobre:

¿Cómo se comportan las exportaciones en los departamentos con mayor desarrollo industrial?

¿Cuál es la contribución de los departamentos con mayor desarrollo industrial en las exportaciones del país?

¿Cuáles son los principales destinos y productos de las exportaciones de los departamentos del país con mayor desarrollo industrial?

Para el desarrollo de este estudio se emplearán procedimientos como: la identificación de las fuentes de información seleccionadas, estadísticas y datos macroeconómicos relevantes, clasificación de datos por departamento, minería de datos, elaboración de tablas

comparativas, perfiles de países y gráficos, así como también la comparación de indicadores de exportación y PIB en los departamentos de Colombia objeto de estudio y análisis vertical y horizontal del comportamiento de las exportaciones en los departamentos de Colombia objeto de estudio.

Abstract—*In this completely globalized world we can see how trade has become one of the broadest fields of study in the economic sciences, we observe that international trade plays a very important role in supplying and propitiating a base stable economic, in that order the present study has as a central objective to analyze the behavior of exports in the different departments with greater industrial development in Colombia, also fulfilling specific objectives that are: describe the behavior of the volume and participation in the GDP of exports in Colombian departments with greater industrial development and identify the main products and destinations of Colombian exports by department, all with a descriptive, cross-sectional design and with a quantitative approach.*

Considering that in recent years it has been observed how the country has focused and focused its efforts on the increase and improvement of exports in the area of mining-energy products, thus leaving aside the sector of industrial production, which Due to the execution of these measures, it has been presenting a growing loss of protagonism and influence on the national GDP; Given the importance of the export sector on the fluctuations of the country's economic growth, this study aims to investigate:

How do exports behave in departments with greater industrial development?

What is the contribution of the departments with greater industrial development in the country's exports?

What are the main destinations and products of exports from the departments of the country with the greatest industrial development?

For the development of this study, procedures will be used such as: identification of the selected information sources, statistics and relevant macroeconomic data, classification of data by department, data mining, preparation of comparative tables, country profiles and graphs, as well as the comparison of export and GDP indicators in the departments of Colombia under study and vertical and horizontal analysis of the behavior of exports in the departments of Colombia under study.

Keywords/Palabras clave— *Exportaciones, desarrollo industrial, FOB, PIB (Producto Interno Bruto), exports, industrial development, FOB, GDP.*

23. Introducción

En la actualidad las actividades mercantiles y relacionadas con el ámbito comercial son un factor inherente en las economías de las distintas naciones y un submúltiplo inexorable del progreso y desarrollo de estas. El área comercial y de relaciones internacionales se ha convertido poco a poco en uno de los más amplios campos de estudio de las ciencias económicas. Si un país desea entrar en la carrera del desarrollo deberá tener en consideración y bajo estudio un tupido y frondoso árbol de variables que alterarán el ritmo de crecimiento y del avance y progreso que tanto anhela, un extenso conjunto de factores que de manera directa condicionan el progreso de este, así como también el desempeño y enfoque individual de los sectores económicos en la nación. Todo esto debido a que el constante avance de las economías nacionales se ve limitado y obstaculizado por el individualismo y el proteccionismo, haciendo que la aparición del comercio no solo a nivel local y nacional sino también a nivel global cobre aún más importancia en la creación y establecimiento de economías de escala. Es por esto que mediante el desarrollo de este trabajo se indaga respecto al comportamiento de las exportaciones colombianas en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cundinamarca (Incluida Bogotá) y Valle del Cauca, para determinar de qué manera han podido influir en el crecimiento económico de la nación.

24. Objetivos

2.1. Objetivo general

Objetivo general. Analizar el comportamiento de las exportaciones en los distintos departamentos con mayor desarrollo industrial en Colombia.

2.2. Objetivos específicos

- Describir el comportamiento del volumen y participación en el PIB de las exportaciones en los departamentos colombianos con mayor desarrollo industrial.
- Identificar los principales productos y destinos de las exportaciones colombianas por regiones.

25. Estado del Arte

El comercio internacional tiene su origen en la distribución irregular de recursos y factores productivos, esta desigualdad genera desequilibrio en los precios globales de los bienes y servicios, por tal motivo los países se ven en la necesidad de intercambiar sus productos. No existe una sola nación en el mundo, por muy rica que sea que pueda considerarse autosuficiente, por tanto requieren adherirse a regulaciones, negociaciones y acuerdos globales para suplir sus necesidades a través del comercio internacional, entendido como el intercambio de bienes y servicios entre personas u organizaciones domiciliadas en países diferentes.

Teorías del comercio internacional

Existen varias teorías que intentan explicar el fenómeno del comercio internacional, desde la perspectiva del enfoque clásico el intercambio comercial entre países es resultado de la especialización y la división del trabajo, las ganancias del comercio y los términos de intercambio, por tanto de acuerdo con Ricardo (s/f) quien desarrollo el principio de la ventaja comparativa, los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor; de esta manera se establece el vínculo comercial entre los diferentes países. En resumen, la teoría rícardiana establece que los costos comparativos de trabajo son determinantes del comercio internacional. Sin embargo esta ventaja también proviene de otras variables y factores, elementos como el coste de oportunidad que regule la producción de los bienes del catálogo de una empresa. Es decir, el país produce un determinado bien o producto y lo exporta debido a que este posee un costo relativamente menor al de otros países y su competencia.

Complementando el modelo anterior, aparece la teoría Neoclásica, conocida también como teoría de la dotación de los factores de producción, (Heckscher & Ohlin, 1977) Este modelo se basa fundamentalmente en el postulado de 2x2x2 que quiere decir: 2 países, 2 bienes y 2 factores (capital y trabajo) y de esta manera intenta de explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional.

Además Ohlin demuestra que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país, la relativa abundancia de los factores de producción, y la tecnología. Es la interacción entre la abundancia y la intensidad con la cual son explotados esos recursos, este modelo afirma que los países se especializan en exportar bienes que son intensivos en los factores que están dotados de gran manera, es decir en aquellos que requieran cantidades exuberantes de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes y que tienden a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos, por ende los países desarrollados son más intensivos en el factor K (Capital) y los países en vía de desarrollo en el factor L (Trabajo)

Este modelo hace énfasis en la interrelación entre la proporción en la cual los factores de producción están disponibles en los diferentes países y la proporción en la que son utilizados en la producción de diferentes bienes y cumple también con otros supuestos, como lo son:

- Economías de Escala
- Especialización
- Las preferencias son iguales en ambas naciones.
- Hay competencia perfecta en los mercados de mercancías y de factores en las dos naciones.
- Hay movilidad perfecta de factores
- No hay costos de transporte, aranceles ni otras obstrucciones al libre flujo del comercio internacional.
- Todos los recursos se emplean por completo
- El comercio internacional entre las dos naciones está equilibrado.

Finalmente Porter (1995) formula la teoría de la ventaja competitiva, donde resalta que más allá de los recursos, los países poseen diferencias en la capacidad de transformar estos insumos en bienes y servicios para obtener la máxima utilidad. Este concepto claramente incluye la noción de otros activos tangibles e intangibles en la forma de tecnología y habilidades administrativas que, en su conjunto, actúan para incrementar la eficiencia en el uso de los insumos, así como en la creación de productos y de procesos de producción más sofisticados, generando mayor valor agregado en sus exportaciones. A su vez clasifica y

divide su teoría de la ventaja competitiva en 3 incisos según la segmentación del mercado que le corresponde y en el desarrollo de la ventaja que este conlleva, encontramos el liderazgo en costes, diferenciación del producto y segmentación de mercado. Una empresa tiene ventaja en costes cuando tiene costes inferiores a los de sus competidores. Analizándola desde la perspectiva de la cadena de producción esta propone diferentes estrategias centrada en la disminución de costos por producto o servicio sin el decrecimiento de la calidad del mismo, lo que finalmente lleva a la merma en elevado valor del producto para así reducir el margen de competencia.

Además se debe definir el concepto de Desarrollo Industrial ligado al nivel regional de este en el país, entonces hacemos referencia al desarrollo industrial endógeno que es aquel que enfatiza los roles de la cooperación entre firmas, de los gremios industriales, de los sindicatos de trabajadores y de gobierno para desarrollar en conjunto las habilidades, los recursos y las 'reglas del juego'. La política pública sigue siendo importante pero en forma diferente. A continuación revisaremos la literatura de especialización flexible y de distritos industriales y veremos las características de estas políticas.

Según Storper, los sistemas regionales de producción flexible constituyen una nueva oportunidad para el desarrollo industrial en los países del Tercer Mundo; presenta varios argumentos en ese sentido. Como el hecho de que existen límites a la descentralización de la producción desde los países avanzados hacia los países pobres con base en el 'modo fordista'. Además la especialización flexible presenta oportunidades para que nuevas firmas puedan competir en mercados existentes. Esto requiere de políticas industriales regionales diferentes. El énfasis en polos de crecimiento y en las pymes son ambos inadecuados, ya que según Storper: "El énfasis aquí no está en reforzar la pequeña empresa en sí misma..., sino en firmas de diferentes tamaños y con funciones diferentes en relación con un sistema de firmas que conjuntamente conforman un proceso productivo" (ibid.: 435).

Mientras que la especialización flexible y los distritos industriales han sido un fundamento importante de las políticas de segunda generación, es necesario señalar que otras opciones de política surgieron como respuesta a los problemas inmediatos de reestructuración local y conversión industrial. Es decir, no se crearon a partir de teorías del desarrollo industrial sino que se formaron en prácticas locales de reestructuración. Muchas veces son denominados enfoques de 'gestión local' (véase Cofey y Polese, 1985)

26. Metodología

Estudio correlacional entre el volumen de exportaciones por departamento y su impacto en el PIB, de corte trasversal, descriptivo, con un enfoque metodológico, cuantitativo.

- **Enfoque:**

Descriptivo, analítico y enfoque cuantitativo.

- **Muestra:**

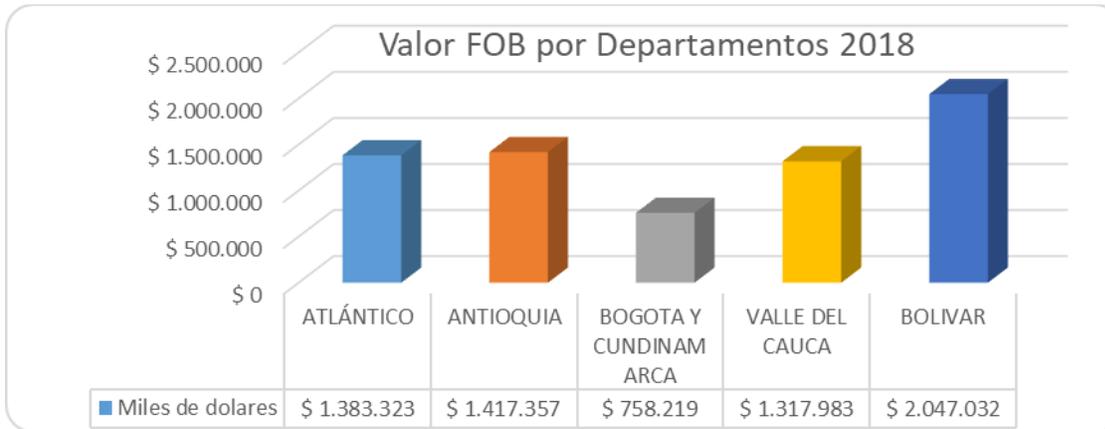
Departamentos de Colombia con mayor desarrollo industrial.

27. Procedimiento:

- Identificación de las fuentes de información seleccionadas, estadísticas y datos macroeconómicos relevantes.
- Clasificación de datos por departamento.
- Minería de datos
- Elaboración de tablas comparativas, perfiles de países y gráficos.
- Comparación de indicadores de exportación y PIB en los departamentos de Colombia objeto de estudio.
- Análisis vertical y horizontal del comportamiento de las exportaciones en los departamentos de Colombia objeto de estudio.

28. Resultados

En el presente estudio analizará el comportamiento de las exportaciones en los departamentos con mayor desarrollo industrial en Colombia. de igual manera, se presenta una descripción del comportamiento del volumen y participación en el PIB de las exportaciones en los departamentos colombianos con mayor desarrollo industrial, finalmente caracteriza los principales productos y destinos de las exportaciones colombianas por departamentos. Con lo anterior se espera identificar oportunidades comerciales en mercados internacionales y a la vez verificar si los departamentos que realizan un mayor aporte al PIB nacional, contribuyen mayoritariamente en las exportaciones colombianas.



En la anterior tabla de datos podemos observar la cantidad del valor FOB total en los departamentos de mayor desarrollo industrial en Colombia, dándonos a notar también su nivel de participación e influencia en el PIB a nivel nacional. A su vez también se puede destacar la elevada contribución y presencia del departamento de Bolívar respecto a los demás, teniendo un FOB total en miles de dólares de \$2.047.032, superando por \$629.675 al segundo departamento (Antioquia) con más influencia en el PIB.

Valor FOB Exportaciones por Departamento y continente de destino en miles de Dolares

| | AMÉRICA | ASIA | EUROPA | OCEANIA | AFRICA |
|-----------------------|---------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| ATLÁNTICO | \$ 1.001.625 | \$ 230.781 | \$ 143.113 | \$ 3.716 | \$ 4.087 |
| ANTIOQUIA | \$ 986.381 | \$ 67.028 | \$ 357.258 | \$ 4.047 | \$ 2.643 |
| BOGOTA Y CUNDINAMARCA | \$ 612.386 | \$ 67.180 | \$ 74.374 | \$ 2.112 | \$ 2.166 |
| VALLE DEL CAUCA | \$ 1.131.857 | \$ 80.502 | \$ 87.655 | \$ 3.228 | \$ 14.741 |
| BOLIVAR | \$ 1.835.323 | \$ 139.511 | \$ 59.192 | \$ 1.286 | \$ 11.720 |
| TOTAL | \$ 5.567.573 | \$ 585.003 | \$ 721.592 | \$ 14.389 | \$ 35.356 |

De la anterior tabla de datos podemos observar la cantidad del valor FOB de la mercancía destinada a la exportación de cada uno de los departamentos de Colombia sometidos a estudio según el continente de destino. Se puede identificar que el continente americano es el principal y mayor destinatario de la mercancía procedente de estos departamentos; en contraposición al continente de Oceanía que si bien es el que menor influencia presenta sigue aportando al incremento del PIB nacional.



29. Conclusiones

De acuerdo a las observaciones y estudios preliminares realizados es posible concluir que el estado ha enfocado y centrado sus esfuerzos en el incremento gradual de las exportaciones de productos contenidos o relacionados de algún modo con el sector minero-energético, dándole menor importancia al sector de la producción industrial, sin embargo este aún sigue teniendo buena influencia en el crecimiento del PIB.

* Sobre lo expuesto se concluye que durante el periodo que comprende el año 2018 los departamentos que poseen una mayor presencia y participación en la balanza comercial colombiana son Bolívar y Antioquia, con una eminente participación promedio de \$1,732,194 miles de dólares.

* Mediante los estudios preliminares se identifica que los principales destinos a los que son dirigidas las distintas mercancías y productos que son exportados por los departamentos analizados son el continente americano y europeo; donde a su vez encontramos que los productos con más presencia en la salida del territorio aduanero nacional a estos continentes son: aluminio y sus manufacturas, maquinaria, aparatos y material eléctrico y sus partes, plantas vivas, productos de la floricultura, prendas y componentes de vestir, aceites esenciales, plástico y sus manufacturas, cucho, pasta de madera o de la misma fibra.

30. Referencias Bibliográficas

- Aladi (2018) “Sistema de información de comercio exterior” Disponible en:
<http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>
- Barbosa Sandoval, D. (2018). El Nuevo Estatuto Aduanero y los cambios originados al Comercio Exterior Colombiano.
- Daniels, J. D., & Redebaugh, L. H. (2012). Negocios internacionales. Mc Graw Hill.
- Departamento Nacional de Estadísticas, DANE. (2018) Estadísticas de Exportación e Importación. Disponible en:<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema>
- Ellsworth, P. T., & Leith, J. C. (1962). Comercio internacional.
- García, J. D. C. (2016). La nueva regulación aduanera:¿ solución
- Helmsing, A. H. J.. (1999). Teorías de desarrollo industrial regional y políticas de segunda y tercera generación. EURE (Santiago), 25(75), 5-39. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71611999007500001>

Relaciones internacionales entre Colombia y Estados Unidos de América.

Influencia de acuerdos económicos, políticos y sociales sobre la implementación del Acuerdo de Paz.

Gómez Ramírez, Laura, García Mejía, Pablo, Rocha Fonseca, Juan David, Uribe Bouhout, María José:

Resumen— Desde los orígenes independistas de la República, Colombia ha estado rodeado de desacuerdos entre aquellos que tienen el poder y los que no están de acuerdo con su ejecución, constantes referentes históricos desde las peleas entre federalistas, centralistas y a su vez contra los realistas, a las oposiciones más recientes entre partidarios de los acuerdos de paz y sus opositores, marcan a la historia colombiana en una inestabilidad política desde sus raíces. Por su parte, Estados Unidos ha sido un fuerte aliado desde el siglo XX y durante los últimos 17 años este se ha visto más fuerte. Los esfuerzos bilaterales entre ambos gobiernos han sido inicialmente contra el narcotráfico y posteriormente el contraterrorismo. Para el año 2017 el gobierno americano brindó más de \$10 billones de dólares para el Plan Colombia y sus subsecuentes programas. Y para el año 2018, el congreso americano ha prometido \$391.3 millones de dólares como ayuda para el gobierno, principalmente para la asistencia en la promoción de la paz y la finalización del conflicto. De la misma manera, a través de todos los acuerdos pactados entre ambos estados, el 14 de septiembre de 1979 en el Distrito Capital de Washington; Estados Unidos y Colombia suscribieron un tratado de Extradición, dicho acuerdo buscaba indirectamente neutralizar y reducir el fuerte impacto que el Narcotráfico estaba generando globalmente, el consumo de droga produjo un aumento generacional a finales de siglo XVIII, lo que evidenció que incluso las potencias hegemónicas se estaban viendo afectadas por esta problemática. Así mismo, el trabajo concluido entre ambas naciones es una respuesta al incrementado número de problemáticas que conlleva el tráfico de narcóticos. Las últimas declaraciones hechas por el Jefe de Estado americano Donald Trump, apunta a ambos estados están fuertemente aliados para la finalización del conflicto armado, y queda fuertemente claro que Estados Unidos tiene suficientes intereses para frenar la crisis de narcóticos globalmente, no solamente por su retórica migratoria, sino frenar el incrementado número de contrabando de narcóticos.

Abstract— From the independence origins of the republic, Colombia has been surrounded by disagreements between those who have power and those who do not agree with its execution, constant historical references from the fights between federalists, centralists and in turn against the realists, at the more recent oppositions between supporters of the peace accords and their opponents, mark Colombian history in a political instability from its roots. For its part, the United States has been a strong ally since the twentieth century and for the last 17 years it has been stronger. The bilateral efforts between both governments have been initially against drug trafficking and later counterterrorism. For the year 2017, the American government has provided more than \$ 10 billion for Plan Colombia and its subsequent programs. And by 2018, the American Congress has pledged \$ 391.3 million dollars as aid to the government, mainly for assistance in promoting peace and ending the conflict. In the same way, through all the agreements agreed between both states, on September 14, 1979 in the Capital District of Washington; The United States and Colombia signed an Extradition treaty, this agreement indirectly

sought to neutralize and reduce the strong impact that Drug Trafficking has generated globally, drug consumption produced a generational increase at the end of the 18th century, which evidenced that even the hegemonic powers were affected by this issue. Likewise, the work concluded between the two nations is a response to the increased number of problems associated with narcotics trafficking. The latest statements made by US Head of State Donald Trump, points to both states are strongly allied for the end of the armed conflict, and it is clear that the United States has enough interests to stop the narcotics crisis globally, not only for its rhetoric migration, but stop the increased number of narcotics smuggling.

Keywords/Palabras clave— *Política Exterior, acuerdo de paz, relaciones internacionales, influencia, Estados Unidos.*

1. Nacimiento del conflicto, implicaciones históricas y explicación del origen del conflicto armado.

Desde los orígenes independentistas de la república, Colombia ha estado rodeado de desacuerdos entre aquellos que tienen el poder y los que no están de acuerdo con su ejecución, constantes referentes históricos desde las peleas entre federalistas, centralistas y a su vez contra los realistas, a las oposiciones más recientes entre partidarios de los acuerdos de paz y sus opositores, marcan a la historia colombiana en una inestabilidad política desde su raíz.

1 Para las elecciones presidenciales del año 1946, los dos partidos políticos más importantes del país el partido Conservador y el partido Liberal estaban en constante enfrentamiento del poder 2. Las elecciones de este año marcan especial importancia para esta investigación, donde las divisiones dentro del partido liberal dan como triunfador al entonces candidato conservador Mariano Ospina.

Para 1948 luego de la constante disputa armada entre las fuerzas conservadoras y liberales, estalló uno de los capítulos más importantes de la historia, con el asesinato del entonces candidato presidencial Jorge Eliecer Gaitán. El enfrentamiento entre las guerrillas liberales y las fuerzas militares conservadoras llevaron al país a sufrir un gran número de desplazados y muertes 3.

Los enfrentamientos completaban más de 300.000 civiles dados de baja y luego 5 años de conflicto finalizó con la llegada del Gral. Rojas Pinilla en el año 53 con su golpe de estado

contra el presidente conservador Laureano Gómez.⁴ En este entonces el presidente Laureano Gómez fue depuesto de su cargo por sus políticas represivas y el entonces alzamiento de armas contra la presidencia por parte de las guerrillas liberales.

Para entonces el país vivía una tempestad política a causa de estructuras políticas debilitadas, el Gral. Rojas decide crear un nuevo partido político el cual recibió la oposición de ambas fuerzas conservadoras y liberales, y entre los dos se propusieron a hacerle una alianza contradictoria en el Pacto de Sitges y el Acuerdo de Benidorm. Allí es donde inicia la época conocida como el Frente Nacional, un acuerdo entre los dos partidos para repartirse 4 mandatos presidenciales. Dando así el llamado “primer proceso de Paz”⁵ y aunque la violencia bipartidista cedió, los choques entre ambos partidos no finalizaron.

A causa de todas estas situaciones de oscilación, nacieron grupos revolucionarios como las FARC-EP, el ELN y el M-19, motivados por las ideas de socialismo, la injusticia política y la oposición con la forma de gobernar del entonces, se enfrentaron con el estado⁵. En la década de los 80s la guerrilla de las FARC-EP encontraron una nueva forma de financiar su causa, el cultivo y fabricación de narcóticos permitieron fortalecer su movimiento a costa de armas y violencia⁵.

Es así como en 1982, el presidente de la república Belisario Betancur firmó acuerdos bilaterales, conocido como el “segundo proceso de paz” con los grupos subversivos del M-19 y las FARC⁵. Dando paso a las FARC de la participación política a través de la Unión Patriótica, un grupo político conformado por los líderes más reconocidos de la guerrilla subversiva. Que, apenas iniciando a ejercer política, partidos políticos de derecha, fuerzas paramilitares y capos de la droga institucionalizan el genocidio de más de 3.500 militantes de esta fuerza política. La intolerancia, la falta de voluntad y la persecución violenta realizada a cualquiera que tuviese ideales izquierdistas hizo fracasar este proceso.

El tercer proceso de paz ocurre en 1990 y culminó con el desarme de 6 grupos guerrilleros y cerca de cinco mil guerrilleros, pero al igual que en el primer proceso de la década de 1950, varios de sus dirigentes son asesinados y otros son asimilados por el gobierno a cambio de

puestos políticos o favores de carácter físico monetario, tristemente éste proceso tampoco resulta efectivo porque los cambios necesarios para el país se olvidaron nuevamente y las comunidades implicadas vieron frustrados sus sueños de paz, quedando en una situación de grave amenaza ante los actores de la guerra sucia 2.

En 1991 se inicia el “Cuarto intento de paz”, esta vez ocurre desde la Coordinadora Guerrillera Simón Bolívar, las FARC-EP, el ELN y el EPL buscan alternativas para negociar la paz con el gobierno de César Gaviria. El presidente Gaviria le tuvo miedo a la paz y cuando se dio cuenta que estas guerrillas no cederían fácilmente declaró la guerra integral, bajo la idea de que en menos de un año derrotaría a la insurgencia colombiana.

En 1998 comienza lo que se conocería como el “Quinto intento de paz.” Las FARC- EP contactan con el gobierno de Andrés Pastrana y comienzan diálogos el 7 de enero de 1.999 y culminan oficialmente el 21 de febrero de 2002 con resultados negativos en cuanto el propósito fuese la paz, porque se siguió en guerra, el 7 de agosto del mismo año es elegido presidente Álvaro Uribe Vélez quien con su política de seguridad democrática propone enfrentar de forma frontal a las FARC, gobierno en el cual suceden numerosas masacres entre las cuales se encuentra la masacre de Bojayá en el chocó 5.

Para el año 1999, Estados Unidos en cabeza del presidente Bill Clinton acuerdan un pacto bilateral con los objetivos específicos de reestablecer la seguridad en el país. Este acuerdo es conocido como el Plan Colombia, una política de estado, que busca el fortalecimiento de las fuerzas armadas del estado y la finalización del conflicto armado, ayudando al entrenamiento de los militares y crear una estrategia antinarcótica. Los objetivos de este pacto difieren entre el gobierno colombiano y el estadounidense, la meta principal del gobierno americano es prevenir el flujo de narcóticos por sus fronteras y así como promover y ayudar la paz en uno de sus principales filiales en el área andina. Para el gobierno colombiano, el objetivo es la promoción de la paz, el desarrollo económico y así como el incremento de la seguridad nacional 10.

Durante los dos periodos presidenciales de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006 y 2006-2010), tuvo lugar un acuerdo de paz con grupos paramilitares, específicamente uno conocido como las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) en cabeza de Carlos Castaño, quien durante el acuerdo de paz fue asesinado presuntamente por miembros de la misma AUC y, para continuar con el proceso, Salvatore Mancuso alias “Don Berna” tomó el liderazgo de las AUC, en junio de 2003 se instaló la mesa de negociación para someter a los paramilitares a la justicia y, en 2005 fue aprobada una norma que el gobierno había impulsado, conocida como la Ley de Justicia y Paz, la cual fue bastante criticada por la oposición y la comunidad internacional argumentando que abría la puerta a la impunidad. El acuerdo permitió la desmovilización de alrededor de 32.000 paramilitares y permitió que existieran penas de prisión alternativas a cambio de colaboración e información respecto a crímenes que ocurrieron en el conflicto y en materia de verdad y reparación a las víctimas. (María Paz Salas. 7 de octubre de 2016) .

El gobierno de Álvaro Uribe Vélez estuvo fuertemente protagonizado por su política de seguridad democrática que llevaba la guerra con las guerrillas a un combate frontal, constante y de hostigamiento, respaldado por Estados Unidos y el plan Colombia 1. El entonces comisionado para la paz Frank Pearl, buscó negociar reservadamente con las FARC, sin cese al fuego, pero poniendo zonas de distensión, sin embargo, no dio resultados y en el año 2010, a pocos meses de ser electo, Juan Manuel Santos recibe una carta de Frank Pearl mostrando cómo habían fracasado los acercamientos 1.

Un año después en 2011, durante el gobierno de Juan Manuel Santos, se empieza a promulgar la ley de víctimas y restitución de tierras la cual brinda la oportunidad de recomenzar los diálogos con las FARC y el presidente Santos la aprovecha, llevando a cabo conversaciones secretas entre el gobierno y la subversión logran organizar agenda y representantes delegados. Los delegados de Colombia fueron el consejero presidencial para la reintegración Alejandro Éder y Jaime Avendaño, funcionario de la presidencia desde el gobierno de Belisario Betancur, además de la designación de un equipo de alto nivel compuesto del ministro Frank Pearl, el alto asesor presidencial Sergio Jaramillo y para

completar la mesa de gobierno, Santos incluye un delegado personal, su hermano mayor Enrique Santos Calderón, exdirector de El Tiempo y un veterano de las negociaciones de paz en los años ochenta y a fines de los noventa, era alguien que inspiraba una muestra palpable del compromiso que el gobierno Santos tenía con la paz. (Secretos de la negociación. 2012)

La cabeza de la delegación guerrillera fue Mauricio Jaramillo, Alias el “médico” quien era el sucesor del Mono Jojoy, quien era jefe de las acciones armadas, también estaban Andrés París que era político al igual que Rodrigo Granda y junto a ellos se sentó Marcos Calarcá quien tenía experiencia en las gestiones diplomáticas de la subversión. (Secretos de la negociación. 2012) .

Los países Garantes definidos por las Farc y el gobierno fueron representantes del gobierno cubano y, debido a su tradición de acoger diálogos de paz, se eligió segundo garante al gobierno noruego, más adelante las FARC propusieron a Venezuela como otro país adicional que sirviera de facilitadora en la segunda etapa, por su parte, el gobierno colombiano eligió a Chile. Con los dos equipos negociadores y con la representación de los países garantes se empiezan los diálogos en febrero del 2012. Las rondas en La Habana, que habían permanecido en secreto hasta agosto de 2012, fueron divulgadas cuando el expresidente Álvaro Uribe Vélez expresa ante un medio de comunicación que el gobierno Santos estaba negociando en secreto con las FARC en cuba. La noticia no fue confirmada por el gobierno de forma inmediata, sin embargo, el 4 de septiembre de 2012, Juan Manuel Santos a través de alocución, expresa públicamente que después de 6 meses de conversaciones discretas con las FARC-EP estaban listos para empezar los diálogos que darían comienzo a un proceso de paz que pondría fin de una vez por todas a la guerra con las FARC. (Juan Manuel Santos, 4 de septiembre 2012). Una hora después de las declaraciones del presidente, el comandante en jefe de las FARC-EP, Timoleón Jiménez confirmó a través de un vídeo entre los que dice: “Se desata de nuevo un proceso de diálogos encaminado a la consecución de la paz en nuestra tierra. Una noble y legítima aspiración que la insurgencia colombiana defiende desde hace ya medio siglo” y aseguró además que las FARC irían a la mesa de negociación “sin rencores ni arrogancia” (Timoleón Jiménez, 4 de septiembre 2012)

A partir de éstas fechas, las partes agendaron una discusión que se dividiría en 5 temas principales: Desarrollo rural, participación política, solución al problema del narcotráfico, derechos de las víctimas y la terminación del conflicto, como punto adicional vale la pena mencionar que debía haber un método de refrendación de los acuerdos y que las FARC proponían una Asamblea Nacional Constituyente y el gobierno proponía un plebiscito, el cual fue aprobado a finales del 2015 mediante proyecto de ley que fue aprobado por la corte constitucional el 18 de julio de 2016 y que tuvo lugar el 2 de octubre de 2016, el objetivo de la consulta era preguntarle a los Colombianos si estaban de acuerdo o no con los acuerdos firmados entre el gobierno y las FARC en la habana, a lo cual el pueblo de Colombia dijo no, ganando con un 50,21% del total de los votos válidos frente a un 49.79% del sí.

La victoria electoral del NO en el plebiscito trajo consigo consecuencias, algunos puntos del acuerdo tuvieron que ser modificados y renegociados con quienes promovieron el NO, llegando a un acuerdo definitivo el 12 de noviembre de 2016, y fue firmado el 24 de ese mismo mes en el Teatro Colón de Bogotá.

2. Intereses del gobierno americano sobre los tratados de paz

Para Colombia, Estados Unidos es el aliado comercial más importante para su economía. Durante los últimos 17 años, los esfuerzos bilaterales entre ambos gobiernos han sido inicialmente contra el narcotráfico y posteriormente el contraterrorismo. Para el año 2017 el gobierno americano ha brindado más de \$10 billones de dólares para el Plan Colombia y sus subsecuentes programas. Y para el año 2018, el congreso americano ha prometido \$391.3 millones de dólares como ayuda para el gobierno, principalmente para la asistencia en la promoción de la paz y la finalización del conflicto.

El congreso americano está interesado en el futuro de Colombia, siendo el aliado más cercano al gobierno americano. Con 17 años de inversión en la seguridad y estabilidad del país, una parte del país sigue escéptico con el proceso de paz y el rol de las FARC en la democracia

colombiana. Otros colombianos mantienen su soporte a los programas de paz y no solo es importante beneficiar a la ex guerrilla, sino también llenar las promesas que el gobierno dio en los acuerdos de paz para los más de 8.6 millones de víctimas de las 5 décadas de conflicto.

Así como el presidente Duque ha concluido en sus primeros 100 días de gobierno, su gobierno ha sufrido de varios desafíos (1) un aumento en las hectáreas de cultivos ilícitos. (2) la implementación de las disposiciones del acuerdo de paz negociado por el ex presidente Santos, pero se vio empañada por la lenta implementación, los ataques a la tierra y los activistas de derechos humanos y el déficit presupuestario proyectado; (3) competencia violenta renovada entre grupos criminales en áreas rurales, algunos de los cuales, según informes, se están refugiando en Venezuela; y (4) la crisis humanitaria de Venezuela, que provocó una oleada de migrantes que huían hacia Colombia o a través de ella.

El nivel anual de asistencia extranjera provista por el Congreso de los Estados Unidos para Colombia comenzó a disminuir en el año fiscal 2008 y luego aumentó gradualmente en el año fiscal 2017 y el año fiscal 2016 para apoyar la paz y la implementación del acuerdo de paz entre las FARC y el gobierno. Algunos miembros del Congreso pueden querer basarse en la cooperación con socios colombianos para continuar capacitando a los centroamericanos y otros nacionales de terceros países en materia de lucha contra el narcotráfico y seguridad, incluidos programas de seguridad ciudadana, prevención y vigilancia del delito, fortalecimiento de la capacidad militar y policial y negociación de rehenes. y la ciberseguridad.

El Congreso puede seguir vigilando de cerca la situación de seguridad doméstica de Colombia. También puede continuar supervisando temas como el tráfico de drogas; El esfuerzo de Colombia para combatir a otros grupos armados ilegales como Bacrim; el estado de la protección de los derechos humanos; y la expansión de la cooperación sanitaria, económica, ambiental, energética y educativa. El Congreso puede buscar fomentar el liderazgo colombiano en la región para contrarrestar la creciente inestabilidad política en Venezuela. El Congreso de los Estados Unidos ha estado interesado en ampliar las oportunidades de inversión y comercio tanto bilateralmente con Colombia como dentro de

agrupaciones regionales, como la Alianza del Pacífico. Algunos analistas sostienen que las mejoras comerciales entre los Estados Unidos y Colombia se basan en la fuerza de la relación general entre Colombia y los Estados Unidos.

Desde la implementación del acuerdo firmado en 1999 llamado Plan Colombia, se ha visto como este ha tenido influencia en la reducción de los números de secuestros en un 90% y la reducción de los cultivos de coca en un 60%, según cifras del Departamento de Estado de los Estados Unidos.

3. El tratado de extradición entre Colombia y Estados Unidos en el acuerdo para la terminación del conflicto armado

Ahora bien, en ese sentido la Extradición de los altos dirigentes de las FARC-EP, representa uno de los temas en los que Estados Unidos ha demostrado un mayor interés. De este modo, el análisis de las relaciones internacionales entre Colombia y Estados Unidos desde la perspectiva de la extradición permite comprender si dicho acuerdo ha sido implementado como un mecanismo multilateral de cooperación o si, por el contrario, este ha sido proyectado como un medio de la política Exterior de Estados Unidos para generar influencia y un control imperialista sobre Colombia.

Las relaciones internacionales entre Colombia y Estados Unidos se han visto fortalecidas desde el siglo XX, por la contribución y apoyo que Estados Unidos ha proporcionado a la lucha contra el narcotráfico y el Conflicto Armado colombiano. Es por ello por lo que el 14 de septiembre de 1979 en el Distrito Capital de Washington; Estados Unidos y Colombia suscribieron un tratado de Extradición, dicho acuerdo buscaba indirectamente neutralizar y reducir el fuerte impacto que el Narcotráfico estaba generando globalmente, el consumo de droga produjo un aumento generacional a finales de siglo XVIII, lo que evidenció que incluso

las potencias hegemónicas se estaban viendo afectadas por esta problemática. Así mismo, este tratado se constituyó como respuesta a evitar la impunidad de las “personas que delinquirían, los cuales, se asilaban en un Estado no poseía jurisdicción sobre ellos, generando dificultad en la aplicación del ordenamiento jurídico interno, toda vez que las pruebas para validar la imputación se encontraban en otro Estado” (Velásquez, 2014).

4. Extradición en el acuerdo final para la terminación del conflicto.

Es claro que uno de los aspectos fundamentales de la implementación del Acuerdo Final para la terminación del conflicto armado es el hecho de no conceder la extradición o medidas de aseguramiento con fines de extradición respecto de aquellas conductas realizadas durante el conflicto armado interno. Esta garantía de no extradición solamente alcanza a los integrantes de las FARC- EP, siempre y cuando las acciones hayan sido ocasionadas o incurridas con anterioridad a la firma del acuerdo final.

De este modo, para que el gobierno colombiano pueda ejercer la extradición respecto de un integrante de las FARC- EP, la conducta acusada deberá haber ocurrido con posterioridad a la firma del acuerdo, la cual deberá ser evaluada en la sección de Revisión del Tribunal para la Paz.

Con base a lo anterior, Estados Unidos ha demostrado su interés en uno de los temas que más polémica ha generado: la extradición. Estados Unidos asegura la importancia de establecer la extradición como mecanismo de cooperación, en el que se garantice que los integrantes de las FARC-EP que reinserten en conductas delictivas, deban responder de acuerdo con lo establecido en la legislación colombiana y el acuerdo final para la terminación del conflicto armado, el cual, establece que los reinsertados deben estar sujetos a la extradición.

Así las cosas, Estados Unidos, a través de un comunicado por Robert Palladino (Representante del Departamento de Estado) enfatizó la eficacia que tiene el establecer como medio de cooperación la extradición, para garantizar el estado de derecho, buscar la justicia,

proteger los intereses de las víctimas, promover la paz y la prosperidad y salvaguardar la democracia en Colombia. Si bien Estados Unidos ha reiterado la importancia de que el gobierno colombiano se genere responsabilidad con el cumplimiento del Acuerdo de Paz, también ha admitido la necesidad de reabrir el debate sobre el artículo de la extradición consagrado en dicho acuerdo, debido a que se considera que el Acuerdo de Paz debe condicionar las circunstancias en la que no corresponde la extradición y por ello, se genera una menor responsabilidad para los integrantes de las FARC-EP para responder por las diferentes conductas delictivas cometidas, especialmente las relacionadas con el narcotráfico y terrorismo.

Es claro que la relación de extradición que se ha generado entre los dos Estados ha fortalecido el apoyo político, económico y social que Estados Unidos ha proporcionado a Colombia en relación con el proceso y finalmente, el acuerdo de paz. Sin embargo, la política exterior de Estados Unidos establece una visión diferente a lo que Colombia concibe como la paz, en tanto, su finalidad se encuentra directamente relacionada con la erradicación del narcotráfico, al ser una problemática que traspasa fronteras y de tal virtud, genera efectos negativos en el país.

Así mismo dicho apoyo ha generado que los intereses del gobierno colombiano se vean distorsionados por los intereses imperialistas norteamericanos. Ello es posible evidenciarlo en las relaciones diplomáticas que actualmente tiene el Presidente de Colombia Iván Duque y el Presidente Estadounidense Donald Trump, este último apoyo la estrategia política del presidente duque de objetar la Ley Estatutaria de la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP), objetó recientemente seis de los 159 artículos de la Ley Estatutaria de la JEP, que fue aprobada por el Congreso en el año 2017 y recibió después el visto bueno de la Corte Constitucional, con lo que solo necesitaba la sanción presidencial para entrar en vigor.

Las objeciones establecidas por el presidente Iván Duque no solo demuestran el desacato sobre la posición de la Corte Constitucional, sino además la interdependencia de los intereses estadounidenses en Colombia, teniendo en cuenta el apoyo de Donald Trump en las objeciones, especialmente aquellas que se basan en la extradición, como lo es consagrar la

incompetencia de la Jurisdicción Especial para la Paz para emplear la facultad de practicar pruebas en los casos de solicitud de extradición, “En ese sentido, el Gobierno de EE. UU. celebró "las acciones que aseguren" que aquellos excombatientes que sean responsables de crímenes cometidos luego de firmado el acuerdo de paz incumpliendo lo establecido en él, estén sujetos a la extradición, como está contemplado en el acuerdo mismo” (El Tiempo, 2019).

El Acuerdo de Paz de Colombia ha presenciado una incesante presión de Estados Unidos para la modificación de disposiciones establecidas en la Ley Estatutaria de la JEP, a pesar de que la Corte Constitucional colombiana ratificara su ley estatutaria, ello demuestra la existencia acciones contrarias al estado de derecho y la incertidumbre que genera la falta de claridad del gobierno colombiano sobre la implementación de la paz. Sin embargo, es evidente que los recursos, acciones y posiciones de Estados Unidos reflejan su clara política exterior en contra del narcotráfico, lo que genera una confusa presión y apoyo al gobierno Colombiano de impulsar la paz en el territorio pero en las condiciones establecidas por la Potencia, contraponiendo los intereses de Colombia y su necesidad de reparar a las víctimas sobre la posición de Estados Unidos de responsabilizar y sujetar a la extradición a aquellos integrantes de las FARC- EP sobre la comisión de delitos, demostrando que si bien la negociación de la paz no incluyó a Estados Unidos, en su implementación si es necesaria para obtener su apoyo económico y diplomático en las Relaciones Internacionales.

5. La lucha contra los cultivos ilícitos en Colombia

El tema del narcotráfico y los cultivos ilícitos ha sido uno de los principales en las discusiones entre Colombia y Estados Unidos, esto ha hecho que la agenda normalmente se derive hacia estos temas y se haga un gran énfasis en los mismos.

En el acuerdo de paz se enfatizan las medidas tomadas por el Gobierno, en el mandato de Juan Manuel Santos, en relación con el uso de glifosato para la erradicación de cultivos ilícitos, donde priorizan el uso de la sustitución voluntaria y dejan la fumigación con glifosato

como un último recurso (Semana). Se suponía que esta medida disminuiría considerablemente el fenómeno de “resiembra” y sería mucho más sostenible en el tiempo, además de darle verdaderas oportunidades a los campesinos para cambiar a productos legales, reducir las muertes causadas por la erradicación manual y mejorar las condiciones de salud para los campesinos.

Sin embargo, Para el 2017, la Oficina de Política Nacional para el Control de Drogas de Estados Unidos (ONDCP) presentó un informe donde muestra que el número de hectáreas de coca en Colombia aumentó en 11%, para llegar a 209.000. (Semana, 2018). Igualmente, no se puede acreditar en su totalidad este aumento de cultivos a la suspensión del uso de glifosato, ya que también se deben considerar otras variables como la resiembra y la tecnificación del proceso de producción.

Ante este creciente aumento de los cultivos ilícitos, Estados Unidos tiene una posición muy clara donde manifiesta que Colombia debe reducir el crecimiento de producción de cocaína, o se enfrentará a una posible reducción de ayuda económica (Semana, 2018).

Ahora, en el 2018 se reunieron ambos presidentes de Colombia y Estados Unidos, el actual presidente de Colombia Iván Duque y Donald Trump, respectivamente. Allí se discutieron dos temas principales: la política antidrogas y la crisis en Venezuela. En relación de la política antidrogas, Trump dejó claro que Colombia debe reducir la cantidad de cultivos ilícitos y controlar la producción y comercialización de cocaína, o corre el riesgo de volver a la lista negra de países que no han cumplido con los compromisos internacionales antinarcóticos (MSN Noticias, 2018).

En los meses siguientes, se dieron a conocer las medidas que tomará el gobierno para erradicar los cultivos ilícitos. Con un presupuesto de 80.000 millones de pesos, la meta para el 2019 es una eliminación de 100.000 hectáreas de narco cultivos, de las cuales 40.000 son responsabilidad del Ejército, 40.000 de la Policía Antinarcóticos y las otras 20.000 se espera lograrlo a través del programa de erradicación voluntaria. (El Tiempo, 2019) Entre las medidas se incluyen: los grupos móviles de erradicación forzada, la erradicación voluntaria,

el uso de vehículos tácticos de aspersión tipo tractor de oruga y equipos de aspersión a baja altura tipo dron. Estos dos últimos utilizan glifosato y herbicida para la erradicación. Como se puede evidenciar en este nuevo plan de gobierno, se va en contra de los planteamientos iniciales del acuerdo de paz, en los que se suponía que el glifosato se usaría como un último recurso y se enfocaría principalmente en la sustitución voluntaria, por el contrario, las nuevas medidas se enfocan principalmente en el uso de glifosato, con nuevas tecnologías que incrementan su efectividad y reducen los daños causados por su uso.

Para Estados Unidos, el uso de la fumigación con Glifosato es la medida más efectiva para la erradicación de los cultivos ilícitos, (Semana, 2018) y han mantenido esa visión incluso ante el cambio de perspectiva que tuvo Colombia con el acuerdo de paz. Ahora, considerando el cambio de mandato que ocurrió en Colombia justo después de los hechos del proceso de paz, sumado con la posición contundente de Estados Unidos, evidenciada en las relaciones internacionales, se puede dar una explicación al cambio de perspectiva del gobierno en el que se va en contra de los planteamientos del acuerdo de paz, hasta cierto punto, una consecuencia de la presión constante de la política exterior de Estados Unidos.

6. Referencias Bibliográficas

1. María Paz Salas. (7 de octubre de 2016). El controvertido acuerdo de paz de Uribe con los paramilitares. 23 de marzo e 2019, de Revista Semana Sitio web: <https://www.latercera.com/noticia/controvertido-acuerdo-paz-uribe-los-paramilitares/>
2. Revista Semana. «Secretos de la negociación». septiembre 01, de 2013. Consultado el 9 de marzo de 2019. Extraído de: <http://www.semana.com/nacion/articulo/secretos-negociacion/263986-3>
3. Juan Manuel Santos. Presidencia de la República - Colombia. 4 de septiembre 2012. Alocución del presidente Juan Manuel Santos - 4 de septiembre. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6GKFKen0mi8>.

4. Timoleón Jiménez. teleSUR tv. 4 de septiembre 2012. “Timochenko”: “La salida no es la guerra sino el diálogo. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=RjvA5I8r6TU>
 5. García, G. N. P. (2009). Las FARC, su origen y evolución. *Revista UNISCI*, (19), 154-184.
 6. Campos José Modesto “las formas superiores de lucha en Colombia: experiencias creadoras de las masas”, *Estudios Marxistas*, no. 10 (1975), p.3.
 7. El Tiempo. (02 de 2019). Meta de erradicación de coca sube a 100.000 hectáreas: 43 % más. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/justicia/conflicto-y-narcotrafico/como-sera-el-plan-de-erradicacion-de-cultivos-ilicitos-en-2019-321580>
 8. MSN Noticias. (09 de 2018). Duque y Trump: Colombia y Estados Unidos 're narcotizan' sus relaciones. Obtenido de <https://www.msn.com/es-co/noticias/nacional/duque-y-trump-colombia-y-estados-unidos-renarcotizan-sus-relaciones/ar-AAABnf7>
 9. Semana. (s.f.). El Acuerdo para terminar la guerra. Obtenido de <https://especiales.semana.com/acuerdo-para-la-paz/capitulo-cuatro.html>
 10. Semana. (2018). Récord histórico en hectáreas de cultivos ilícitos en Colombia, revela EE. UU. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/estados-unidos-presenta-su-informe-sobre-cultivos-ilicitos-en-colombia/572963> Krugman, Paul (1994). *The age of Diminished Expectations*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, Londres. Inglaterra. En: *Revista Banco de la República*, del mes de Febrero.
- Martínez, H. R., & Pico, J. J. (2013). Eficiencia y productividad en el comercio del sector manufacturero entre Venezuela y Mercosur. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(62).
- Morrós, Jordi y Vidal, Isabel (2006). *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*. España.
- Paz, A.; Prieto, R. & García, J. (2015). Responsabilidad social como alianza para el desarrollo sostenible en empresas carboníferas. *Memoria Primer Congreso Internacional de Energías Renovable*. Cierg, Riohacha, Guajira. Colombia.

Porter, M. (2007). Calidad y competitividad. Editorial McGraw Hill. México, D.F.

Prieto, R.; García, J. & González, D. (2014). Liderazgo Estratégico: factor de competitividad del Sector Industrial de la Región Caribe Colombiana. Ponencia presentada y publicada en memorias del I Congreso Internacional de Investigación Dr. Adolfo Calimán “Visión transdisciplinaria e integradora de la investigación, Universidad Dr. José Gregorio Hernández, Maracaibo

Prieto, R. & Cazallo, A. (2017). Desarrollo organizacional y gestión humana en contextos globalizados. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad Simón Bolívar

Prieto, R.; Urribarri, A. & Paz, A. (2018). Sustentabilidad en las organizaciones. Acciones y perspectivas del presente con visión de futuro. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad Simón Bolívar

Robbins, S. (2005). Comportamiento Organizacional. México (México): Editorial Pearson Educación.

Robbins, S. y Coulter, (2010). Fundamento Organizacional. México: Editorial Pearson Educación.

Wheeler, R. (2008). La gerencia del personal. México: Editorial McGraw Hill.

Implementación de Políticas Sostenibles e Innovadoras para la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

Durán Velandia, Julieth Fernanda¹, Santafé Sayago, Laura Karina²

¹ *SIGI, Administración de negocios Internacionales, Universidad Pontificia bolivariana
Seccional Bucaramanga, julieth.duran.2016@upb.edu.co*

² *SIGI, Administración de negocios Internacionales, Universidad Pontificia bolivariana
Seccional Bucaramanga, laura.santafe.2016@upb.edu.co*

Resumen— *La finalidad de este trabajo es mostrar a través de estudios y reportes realizados por diferentes autores, así como también se verá basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 implementada por la ONU, donde se observará en donde se puede implementar estrategias sostenibles para la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga para que esta sea reconocida como innovadora y amable con el medio ambiente. Usaremos una metodología fundada en bases secundarios con enfoques cualitativos cual alcance será todas las personas aquellas que hagan parte de la institución educativa dentro de la seccional Bucaramanga. Todavía no se tiene resultados concretos con esta investigación, ya que hasta ahora se encuentra en curso porque primeramente, se realizará una investigación sobre términos claves y artículos para profundizar en el tema y en una segunda instancia se espera tener el conocimiento óptimo para lograr implementar las estrategias sostenibles dentro de la universidad y por último, se busca tener un enfoque aún más concreto de donde poder implementar estas estrategias para optimizar y lograr el reconocimiento e innovación de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga y para terminar, se busca concluir que la sostenibilidad es un factor importante en la sociedad en la que vivimos y que la UPB ha tenido en cuenta, así como se busca que la institución aporte beneficios al medio ambiente e impacte de manera positiva en la sociedad y con el apoyo de este proyecto, la Universidad está generando ideas y contribuciones para lograr tener en definitiva las políticas sostenibles que se verán aplicadas.*

Abstract— *The purpose of this work is to show through studies and reports made by different authors, as well as based on the Sustainable Development Goals and the 2030 Agenda implemented by the UN, where it will be observed where sustainable strategies can be implemented to Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga section so that it is recognized as innovative and friendly to the environment. We will use a methodology based on secondary bases with qualitative approaches that will reach all people who are part of the educational institution within the section Bucaramanga. There is still no concrete results with this research, since up to now it is underway because firstly, an investigation will be carried out on key terms and articles to deepen the subject and in a second instance it is expected to have the optimal knowledge to be able to implement the sustainable strategies within the university and finally, we seek to have an even more specific approach to implement these strategies to optimize and achieve recognition and innovation of the Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga section and to finish, we hope to conclude that sustainability is an important factor in the society in which we live and that the UPB has taken into account, as well as the institution is expected to provide benefits to the environment and positively impact society and with the support of this project, the University is Generating ideas and contributions to achieve definitively the sos policies which will be applied.*

Keywords/Palabras clave— *Culture,, Environmental optimization, Strategies, Sustainability, University. Cultura, Estrategias, Optimización ambiental, Sostenibilidad, Universidad.*

1. Introducción

En la actualidad vivimos en un mundo que buscan crear conciencia sobre nuestro entorno y que mejor manera que empezar por las universidades donde millones de personas adquieren conocimientos y buscan dejar huella en la sociedad. Por eso nuestra investigación se basará en los Objetivos de Desarrollo Sostenible del cual se proveerá acciones claves para implementar políticas y/o estrategias en la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga para lograr que sea una universidad sostenible e innovadora.

Esta investigación es importante ya que, busca desarrollar políticas sostenibles en una institución educativas superior, en donde ‘habitan’ muchos jóvenes que se le pueden ir inculcando la importancia de una sociedad que busca ser más responsable y mucho más innovadora, y que continúen con el trabajo renovador del mundo.

Adicionalmente, también basaremos este trabajo teniendo en cuenta estudios realizados anteriormente como PriceWaterHouseCoopers y los reportes de sostenibilidad de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Medellín; así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible implementados por la ONU y la Agenda 2030 y por último, la Organización Internacional de Normalización (ISO) que certifican cuando una empresa o institución cumple con los requisitos de ser sostenible.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar cuáles podrían ser las políticas que debe implementar la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga para ser una universidad sostenible e innovadora, tomando como referencia los objetivos del desarrollo sostenible.

2.2. Objetivos específicos

- Promover las políticas de sostenibilidad en la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga por medio de los focos estratégicos establecidos por la misma.
- Orientar una cultura sostenible a la comunidad estudiantil de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga.
- Definir los procesos a implementar para que la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga logre estar en el top 10 de las universidades sostenibles de Colombia.

3. Estado del Arte

“Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad” - ONU.

Este proyecto se basará en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en los focos estratégicos planteados por la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, en algunos planes de Acción propuestos por la ONU y las diferentes perspectivas de autores con conocimientos previos o estudios realizados.

De acuerdo con lo anterior, en 2015, La Organización de las Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible, cuya agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el diseño de nuestras ciudades. Y en este mismo año, la Conferencia de París sobre el Clima (COP21), 195 países firmaron el primer acuerdo vinculante mundial sobre el clima, cuyo acuerdo abarca planes de acción donde se pone límite al calentamiento global por debajo de 2 °C.

Teniendo en cuenta los focos estratégicos, ya establecidos por la universidad, se puede llevar a cabo políticas de Responsabilidad Social Corporativa, que le permitan mejorar la reputación, y la obtención de ventajas competitivas, con poco o nulo financiamiento; y basándose en los reportes de sostenibilidad UPB 2017-2018.

Adicionalmente, se tiene como referencia un estudio realizado por PriceWaterHouseCoopers (PWC) en España, el cual considera que la Responsabilidad Social Corporativa afecta a la rentabilidad final de la empresa, teniendo en cuenta los valores como la ética, la transparencia y la responsabilidad hacia la sociedad, por tanto, se debe adoptar factores que mueven a las empresas de forma proactiva y voluntaria.

Agregando, que nuestra investigación se basará en la CRUE, documento realizado donde se busca fomentar las iniciativas relacionadas con la prevención de riesgos, la gestión, participación y sensibilización ambiental en las Universidades.

Para finalizar, el trabajo también se basará en las Organización Internacional de Normalización (ISO), la 14001 y la 26000. La primera es la encargada de proporcionar a las organizaciones un marco con el que protege el medio ambiente y responde a las condiciones ambientales cambiantes, y la segunda tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible.

4. Metodología

Como se cita en Velázquez et al, (2006, p. 812), una universidad sostenible puede ser definida como:

“Una institución de educación superior, en su totalidad o como parte de ella, que aborde, involucre y promueva, a nivel regional o mundial, la minimización de los efectos negativos ambientales, económicos, sociales y de salud generados por el uso de sus recursos, a fin de cumplir sus funciones de enseñanza, investigación, divulgación y asociación, y de gestión de manera que ayude a la sociedad a realizar la transición hacia estilos de vida sostenibles.”

De acuerdo a la definición anterior, se busca que la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, implemente políticas sostenibles, basándose en lo especificado en el estado del arte.

Por lo tanto, para la fase inicial del proyecto, se crearía un grupo focal con expertos en la materia, entre los cuales estaría un profesor de Ingeniería Ambiental, un profesor de Administración de Negocios Internacionales y el jefe de emprendimiento; quienes nos aportarán su punto de vista acerca de la sostenibilidad viable que se pueda implementar en la institución educativa.

La Universidad Pontificia Bolivariana seccional Medellín, ya cuenta con un proyecto en acción de sostenibilidad. Para continuar con la implementación en seccional Bucaramanga, la investigación va a tener como base el “Reporte de Sostenibilidad UPB Multicampus” – Global Reporting Initiative 2017. Este reporte está basado en la política económica, el desarrollo de la vida universitaria y el buen clima organizacional.

A lo que también, se van a tomar como base de nuestra investigación son los siguientes referentes básicos:

CRUE. Directrices para la introducción de la Sostenibilidad en el Currículum, en el cual fue una creación por parte de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas con el propósito de fomentar las iniciativas relacionadas con la prevención de riesgos, la gestión, participación y sensibilización ambiental en las Universidades, así como la cooperación interuniversitaria en estas materias. Así como donde se tenga en cuenta para el diseño y desarrollo de los contenidos curriculares de nuestras actividades. (CRUE, 2005).

Organización Internacional de Normalización (ISO). Para esta parte, se tendrá en cuenta dos certificaciones específicas que son consideradas importantes donde cerciora que la institución es sostenible y cumple con todos los requisitos necesarios, como lo son la ISO 14001, la cual se enfatiza en diseñar e implementar un sistema de gestión medioambiental y la ISO 26000, la cual busca asesorar a las organizaciones y a la vez fomentar el desarrollo sostenible, permitiendo así que la empresa sea más competitiva a nivel social, mejora su reputación e imagen, favorece la relación con sus trabajadores e interesados, atrae nuevos miembros de la organización o clientes, mejora la motivación, compromiso y productividad de los empleados.

Para finalizar, se van a implementar actividades dentro de la institución educativa para comenzar con el proceso sostenible y poder observar cómo es acogido por los docentes, administrativos y estudiantes.

| Actividad | Fecha de inicio | Fecha de finalización |
|--|--|------------------------------|
| Sesiones de ejercicios saludables (yoga, relajación, pilates, aeróbicos, cardio box) | Segundo miércoles de cada mes (10 de julio 2019) | 23 de octubre 2019 |
| Loncheras sostenibles | Dos veces al semestre (15 de julio 2019) | 23 de septiembre 2019 |

| | | |
|---|---|-----------------------|
| Talleres creativos (taller de reciclaje, bricolaje) | Dos veces al semestre (2 de agosto 2019) | 18 de octubre 2019 |
| Juegos didácticos sobre el cuidado del medio ambiente para la comunidad educativa | 24 de septiembre 2019 | 24 de septiembre 2019 |
| Charlas sobre el consumo sostenible (Cuidado del agua, de la biodiversidad, el consumo responsable, etc.) | Tres charlas (25 de julio 2019; 29 de agosto) | 26 de septiembre 2019 |
| Plantar árboles. | 12 de octubre 2019 | 12 de octubre 2019 |
| Establecer días institucionales que favorezca la sostenibilidad en la UPB Bucaramanga (día de la sostenibilidad UPB, día sin parqueadero) | Dos días al semestre (6 de septiembre 2019) | 11 de octubre 2019 |
| Incentivos para el uso de transportes alternativos y que sirvan como horas deportivas. | 15 de julio 2019 | 2 de noviembre 2019 |

5. Resultados

Este apartado se presenta los resultados del proceso de investigación la cual se encuentra en curso, a través de su primera instancia donde se realiza una amplia consulta

sobre términos claves como: sostenibilidad y optimización ambiental en libros y artículos científicos para profundizar en el tema.

En una segunda instancia se espera que al final de esta investigación se logre tener el conocimiento para encontrar la manera óptima de aplicar políticas sostenibles físicas en el campus de la seccional de Bucaramanga que prevengan y minimicen los riesgos para la salud humana y el medio ambiente generados por los procesos productivos y de servicios, dentro del Campus, como generando en la comunidad UPB una mentalidad circular que desarrolle nuevos esquemas normativos y reglamentarios congruentes e integrales en todos los niveles de la comunidad UPB, con el fin de garantizar que el campus se estructure sobre la base del desarrollo sostenible introduciendo el concepto de sostenibilidad dentro de la toma de decisiones, la planificación del desarrollo del Campus y el destino de las inversiones.

6. Conclusiones

Para concluir, se puede intuir que la sostenibilidad hace parte de un factor importante de la institución educativa, en la que desde el 2017 ha sido primordial y ha estado presente en la UPB.

Por lo anterior, este proyecto surge con la intención de convertir a la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, como una institución superior que aporte beneficios al medio ambientales e impactos positivos a la sociedad.

Este proyecto servirá de apoyo a la Universidad, ya que se está generando investigación, ideas y contribuciones para que el campus Bucaramanga logre tener políticas sostenibles como lo ha venido presentando el Campus Laureles, Medellín.

7. Referencias Bibliográficas

ALSHUWAIKHAT, Habib; ABUBAKAR, Ismailia (2008), "An integrated approach to achieving campus sustainability: Assesment of the current campus environmental management practices". Proceedings of the 4th International Barcelona Conference on Higher Education, Vol. 7. Higher education for sustainable development. Barcelona: GUNI. Available at <http://www.guni-rmies.net>.

Barcellos de Paula, L. (2011). Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial. http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/35386/2/LBP_TESIS.pdf

Directrices para la introducción de la Sostenibilidad en el Curriculum (2005, Octubre 27).
Recuperado de
https://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Declaraciones/Directrices_Sostenibilidad_Crue2012.pdf

Objetivos de Desarrollo Sostenible, ONU, 2000.
<https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>

“El desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa en las empresas” - L. Rodríguez Cadenas y S. O. Pérez Báez

“Metodología de la Investigación” -Hernández Sampieri, Roberto Fernández, Carlos Baptista.

Reporte de Sostenibilidad UPB 2017 - 2018.
<https://www.upb.edu.co/es/sostenibilidad>

Marco conceptual para caracterizar las relaciones especiales angloamericana y colombo-americana

Palotas, Laszlo

Grupo de Investigación de Desarrollo y Crecimiento (GIDEC), Centro de Investigaciones Sociales
y Empresariales (CISE), Uniciencia Bucaramanga

Resumen - Esta ponencia delinea un marco conceptual para caracterizar la relación especial (R.E) angloamericana y la colombo-americana, combinando enfoques realistas y constructivistas. Además, argumenta que la privilegiada relación con Estados Unidos (EE. UU) en materia de seguridad ha nutrido en Gran Bretaña (GB) y Colombia una autopercepción de ser superiores a sus vecinos en este campo.

La relación angloamericana hoy se aborda a menudo en enfoque constructivista revelando la periódica autoidentificación negativa y positiva entre los dos Estados (Harnisch 2017). En los siglos XVIII y XIX, GB sirve como el “otro” negativo – constitutivo - para EE. UU (Dickinson 2008). En el siglo XX, GB se identifica repetidamente con EE. UU como el protector (Gamble 2008). El enfoque realista gana fuerza explicativa cuando la R. E se torna en un acoplamiento a finales de los 1960: tras la crisis de Suez y la descolonización de sus posesiones imperiales, GB se alinea estrechamente a EE. UU buscando ayuda norteamericana para mantener su estatus global (Whitehead 2011).

La relación colombo-americana se ha investigado en sentido inverso: Drekonja (1983) la interpreta - en términos realistas - como una R.E consistente en el acoplamiento colombiano a EE. UU desde el Tratado Urrutia-Thompson (1914). Tal aquiescencia (respice polum) ha quedado dominante en la política exterior colombiana, a pesar de algunos intentos autonomistas de reorientación hacia los vecinos y otras regiones (respice similia) desde los 1970. La perspectiva realista (racionalista) se complementa luego con una relectura constructivista de la relación desde los 2000, que incluye los artículos aquí reseñados de Arlene Tickner y coautores.

La diferencia más notable entre las dos R.E-s es que en el caso colombo-americano no se ve una identidad colectiva comparable al we-ness angloamericano. Sin embargo, una Comunidad de seguridad en el sentido de Bially (2001) no es requisito para una R.E.

Bernal y Tickner (2017) se centran en el proamericanismo elitista colombiano (como una posición intersubjetiva positiva sobre lo que EE. UU es y lo que hace). Tickner y Morales (2015, 2017) identifican una narrativa colombo-americana

común: la “historia de éxito” sobre la transición de Colombia de un “minusválido” de seguridad a un “modelo” a emular por los vecinos. El próximo paso sería revisar declaraciones estadounidenses sobre la calidad de la relación.

Los dos rasgos que más hacen dudar de una verdadera R.E. colombo-americana son: la excesiva asimetría de poder y la extensa gobernanza sustituida. El dúo Santos-Obama ha atenuado esta asimetría indirectamente: vía cooperación triangulada en seguridad, asociación colombiana con la OTAN, acceso a la OCDE.

Es notable que ambas R.E-s han estado ligadas a la institucionalidad liberal occidental, sumida en grave crisis en un mundo cada vez más post-occidental. Las R.E-s - con sus expectativas de mutuo trato preferencial - no son compatibles con la mentalidad “America First” (nacionalismo duro) del presidente Trump.

Abstract - This paper outlines a conceptual framework to analyze the Anglo-American and the Colombo-American special relationships (SR), combining realist and constructivist approaches. In addition, it is argued that the privileged security relationship with the United States (US) has nourished in Great Britain (GB), and Colombia a self-perception of being superior to their neighbors in this field.

The Anglo-American relationship today is often approached from a constructivist perspective revealing the periodic negative and positive self-identification among the two States (Harnisch 2017). In the 18th and 19th centuries, GB serves as the negative – constitutive - "other" for the US (Dickinson 2008). In the 20th century, GB repeatedly identifies itself with the US as the protector (Gamble 2008). The realist approach gains in explanatory force when the SR turns into a bandwagoning in the late 1960s: GB - after the Suez crisis and the decolonization of its imperial possessions – aligns itself closely to the US seeking American help to maintain its global status (Whitehead 2011).

The Colombo-American relationship has been investigated the other way around: Drekonja (1983) interprets the SR - in realist terms - as a bandwagoning since the Urrutia-Thompson Treaty (1914). Such acquiescence (respice polum) has been dominant in Colombian foreign policy despite some attempts at autonomist reorientation towards neighbours and other regions (respice similia) since the 1970s. This realist (rationalist) perspective is complemented by a constructivist reinterpretation of the relationship since the 2000s, which includes the articles by Arlene Tickner and co-authors reviewed here.

The most notable difference between the two SRs is that in the Colombo-American case one cannot see a collective identity similar to the Anglo-American we-ness. However, a security community in the sense of Bially (2001) is not a requirement for a SR.

Bernal and Tickner (2017) focus on the Colombian elit’s Pro-americanism (as a positive intersubjective position on what the US is and what it does). Tickner and Morales (2015, 2017) identified a common Colombo-American narrative: the "success story" about the transition from Colombia from a security “basket case” to a “model” to emulate by neighbors. The next step could be to review US statements on the quality of the relationship.

The two features that make one doubt most a genuine Colombo-American SR are: the excessive asymmetry of power and the extent of substituted governance. The Santos-Obama duo has alleviated that asymmetry indirectly: via triangular security cooperation, Colombia’s NATO partnership, and access to the OECD.

Remarkably, both R.E-s have been linked to Western liberal institutional system, plunged into deep crisis in an increasingly post-Western world. The R.E-s - with their expectations of mutual preferential treatment - are not compatible with the "America First" mentality (hard nationalism) of President Trump.

Keywords/Palabras clave - Anglo-American, Colombo-American, constructivism, realism, special relationship / angloamericano, colombo-americano, constructivismo, realismo, relación especial.

1. Introducción

Esta ponencia delinea un marco conceptual para caracterizar la relación especial (R.E) angloamericana y la colombo-americana, combinando enfoques realistas y constructivistas. Además, argumenta que la privilegiada relación con Estados Unidos (EE. UU) en seguridad ha nutrido en Gran Bretaña (GB) y Colombia una autopercepción de ser superiores a sus vecinos en este campo.

La estructura es la siguiente: 1.- El concepto de la R.E. y su visión realista y constructivista. 2.- La R.E angloamericana: una perspectiva constructivista se complementa con un enfoque realista. 3.- La R.E colombo-americana: la interpretación realista tradicional se complementa con una relectura constructivista. 4.- Conclusiones.

2. El concepto de la R.E. - dos enfoques

2.1 Concepto

Como resume Harnisch (2017, 1-3), la R.E es un término relacional. Se refiere a relaciones bilaterales - duraderas y exclusivas - entre Estados (entidades políticas autónomas).

-Está basada en mutuas expectativas de trato preferencial (un comportamiento esperado también por terceros).

-Se apoya en una lógica de inclusión-exclusión: los miembros – a través de sus expectativas – crean una diferencia cualitativa entre ellos mismos y los “otros” (Bially 2001).

-Es una forma moderada de jerarquía internacional, donde uno de los socios sustituye algunas funciones de gobernanza del otro (Hobson, Sharman 2005, Lake 2009).

2.1 Enfoques: realismo y constructivismo

El realismo interpreta la R.E como relaciones asimétricas de poder donde el comportamiento balanceador no ocurre, porque ideas o instituciones compartidas mitigan las preocupaciones de autonomía (Harnisch 2017, 1).

El constructivismo social asume autoafirmación, pero no presupone con o contra quién el yo se autoidentifica. Así, R.E-s pueden ocurrir en diádas de identificación positiva (Alemania-Israel tras la reconciliación) o negativa (rivalidad India-Pakistán) (Harnisch 2017, 1).

3 La R.E angloamericana

Según Bromund (2016, 21), la R.E angloamericana se centra en los ámbitos gubernamentales de la política exterior (PE), de seguridad y defensa. (Sin embargo, implica también que las relaciones públicas y privadas entre EE. UU y GB son particularmente profundas y estrechas, y que estas relaciones más amplias constituyen la base para las actividades en los ámbitos gubernamentales.)

3.1 Enfoque constructivista

La R.E GB-EE. UU es única por la periódica autoidentificación negativa y positiva entre los dos Estados (Harnisch 2017, 6).

En los siglos XVIII y XIX, GB servía como el “otro” negativo – constitutivo - para EE. UU (Dickinson 2008). Tal intersubjetividad obedeció al vigoroso nacionalismo estadounidense, originado en la Guerra de independencia (GI).

En el siglo XX, GB se identificaría repetidamente con EE. UU como el protector (Gamble 2008).

Tres barreras ante una R.E verdadera

Bromund (2016, 3) vio tres condiciones para una verdadera R.E angloamericana: (1) GB debía convertirse en una democracia (la ley de 1884-85 dio el voto a la mayoría de los hombres adultos). (2) EE. UU debía abandonar la anglofobia (que sólo a finales de los 1950 dejó de ser un factor importante; el antiamericanismo en GB era mucho más débil). (3) GB debía aceptar que su poder estaba en declive relativo, pero también seguir creyendo que tenía un rol mundial e intereses globales a defender y que el mejor socio para ayudarlo a hacerlo era EE. UU (los británicos aún creen en tal rol, pero no asumen sus costos).

R.E = Comunidad de seguridad

Según Bially (2001, 370), la amistad angloamericana - en algún momento entre 1895 y 1945, es decir, entre el inicio del Gran Acercamiento (GA) y el fin de la segunda guerra mundial (2-GM) - se transformó en una comunidad de seguridad (Adler, Barnett 1998) que implica: (a) una identidad colectiva (“we-ness”) particularmente robusta; (b) la plena confianza mutua en la resolución no-violenta de sus controversias. En dicho momento, los significados compartidos y la confianza robusta propia del we-ness se reconocieron y se institucionalizaron colectivamente bajo el “apodo” de R.E.

Gran Acercamiento - base para la R.E

Según Bomund (2016, 9), el GA era un apaciguamiento sabio: GB - agobiada bajo intensas presiones en partes distantes de su imperio - hizo gestos y concesiones menores a EE. UU, como el arbitraje sobre la frontera de Venezuela con la Guiana británica (1895) o el tratado Hay-Pauncefote (1901).

El GA sentó las bases para la R.E moderna, pero no tenía base institucional (sólo se apoyaba en una cooperación regular y el reconocimiento mutuo de una armonía de intereses). EE. UU dio a GB una vasta asistencia financiera-material durante la 1-GM, pero cuando entró en la guerra en 1917, lo hizo como una potencia asociada (no como un aliado formal) (Bomund 2016, 10).

Surge la R.E moderna

Según Bromund (2016, 11), la R.E surgió entre 1933 y 1949, es decir, entre la Gran Depresión y la fundación de la OTAN. Algunos momentos claves:

-EE. UU revisaba lentamente su neutralidad autoimpuesta en los 1930 (a pesar de la convicción de FDR de que la guerra contra Hitler iba a venir y su país sería involucrado).

-La derrota francesa en 1940 convenció a los británicos de que no debían buscar su seguridad al lado de la Francia fallida, ni de los otros países continentales, sino al lado de EE. UU. Churchill ascendió al poder (Frank 2019).

-La administración FDR ayudaba a GB contra Alemania aún antes de que EE. UU entrara en la 2-GM a fines de 1941 (tras el ataque japonés a Pearl Harbor y la declaración de guerra de Hitler).

-El gran esfuerzo conjunto de guerra construyó la visión de que estadounidenses y británicos podían entenderse cómo nadie más. Tras la guerra, Churchill (en oposición) popularizó la expresión “relación especial” (entre la Comunidad-Imperio y EE. UU) (Frank 2019).

Liderazgo en la institucionalidad occidental

-A fines de los 1940, EE. UU y GB lideran la creación de tres instituciones claves de Occidente: (1) Plan Marshall (llevará a la OCDE). (2) GATT (GB teme que limite su libertad de levantar muros arancelarios imperiales). (3) OTAN (incorpora a EE. UU.) (Bromund 2016, 14).

-Tales esquemas multilaterales se complementan con arreglos mini- y bilaterales: (a) Acuerdo sobre intercambio de inteligencia (1946): base para la comunidad de Cinco ojos. (b) Acuerdo de defensa mutua (1958): formaliza la cooperación nuclear angloamericana (14).

Suez: crisis del we-ness angloamericano

Según Bially (2001, 370), el we-ness y la comunidad de seguridad pueden considerarse como estables, mientras las “frases” que definen la R.E (amistad, confianza, valores compartidos) siguen vinculadas a ella en el discurso diplomático angloamericano en un sentido de apoyo.

En cambio, cuando los autores (líderes políticos) repudian estas frases o sus vínculos con la R.E, redactando “frases en disputa” de su lógica, entonces la “realidad” de la identidad colectiva y la comunidad de seguridad se interrumpe, dejando una base incierta para las expectativas de no-violencia (370).

El conflicto de Suez de 1956 causó "una quiebra temporal de la identidad colectiva" angloamericana (las visiones compartidas fallaron, las expectativas se desafiaron) (Risse-Kappen 1995, 84). Sin embargo, EE. UU y GB la superaron esa profunda crisis de su we-ness sin que ninguno amenazara con violencia física al otro (Bially 2001, 370)

Bially (2001, 371) - sin negar el papel de las sanciones económicas en lograr la retirada de las tropas británicas de la zona del Canal - constató: los incentivos a los británicos para sucumbir a esas sanciones sólo son inteligibles en el contexto de la identidad colectiva. Para

que las decisiones tomadas - tanto por los británicos como por los estadounidenses – tengan sentido, deben entenderse en un contexto identitario

Los estadistas británicos y norteamericanos, aunque repudiaran la R.E, no podían dejarla colapsar, porque beneficiaba a Occidente en el contexto de la guerra fría (GF), facilitando un liderazgo occidental más unificado y, por tanto, más poderoso. Para que la "realidad" de EE. UU y GB como las puntas de lanza de la defensa occidental siguiera siendo legítima, había que la R.E, en la cual se apoyaba (378).

3.2 Perspectiva realista - bandwagoning a EE. UU

Según Whitehead (2011, 80), GB – tras el fiasco de Suez y la descolonización de sus posesiones imperiales - se empeñaba en mantener un estatus internacional desproporcional a su peso, alineándose estrechamente a EE. UU. Así, para fines de los 1960, la R.E se convirtió en una asociación subordinada: un acoplamiento (bandwagoning) donde la potencia secundaria sigue al líder internacional (se deja arrastrar por él) en función de ventajas relativas (Flemes, Pastrana, Carpes 2017).

Frank (2019) evoca las críticas de los británicos al general de Gaulle, quién retiró a Francia del mando integrado de la OTAN, soñando con una "Europa europea", independiente del gran aliado. Les parecía una idea romántica, desconectada de la realidad que en sus ojos imponía a EE. UU como el único protector real frente a la URSS.

Terminada la GF, la R.E angloamericana perdió parte de su fuerza. Tras el 11 de septiembre, GB se apresuró a apoyar a EE. UU, participando en las campañas militares en Afganistán e Irak. Bromund (2016, 18) recuerda: la guerra de Irak desilusionó tanto a algunos británicos influyentes que dejaron de utilizar el término R.E porque implicaba que GB era susceptible, o incluso estaba obligada a seguir el liderazgo de EE. UU.

EE. UU nutre en GB una autopercepción de ser superior a la UE en seguridad

Rees (2017) utiliza principalmente enfoques realistas para mostrar cómo alimentaba EE. UU, a través de la R.E, la autopercepción británica de estar aparte de - y ser superior a - los otros aliados europeos en seguridad.

Ve los beneficios de la R.E para GB (incluyendo su estatus nuclear independiente o su estrecha relación institucional con las fuerzas armadas de EE. UU) como una recompensa estadounidense porque GB - al actuar como su socio principal - sacrifica su posición (sufre oprobio) en Europa (Rees 2017).

-EE. UU hablaba el lenguaje de la asociación, pero actuaba como si la UE fuera un problema, utilizando a su R.E con GB como el mecanismo para manejarlo: notablemente, utilizó a GB para diluir o vetar las iniciativas que habrían hecho a la UE más autónoma en defensa. Así, alentó las dudas británicas sobre el valor de las capacidades europeas (Rees 2017).

Las autoridades estadounidenses preferían implicar a GB en polémicas intervenciones militares en el extranjero (como la guerra de Irak) que construir coaliciones entre EE. UU y Europa. Tal hábito estadounidense apartó a GB del mainstream europeo, y presentó a los (votantes) británicos en una imagen de su país como un aliado natural de EE. UU, más que una potencia europea (Rees 2017).

4 La R.E colombo-americana

A diferencia de la R.E angloamericana, los enfoques de la asociación colombo-americana han ido del realismo al constructivismo. Así, la perspectiva realista del acoplamiento tradicional a EE. UU se complementa con lecturas constructivistas, centradas en el pro americanismo como elemento dominante en el imaginario de la PE colombiana y en la narrativa colombo-americana de la transición del país de un “minusválido” de seguridad a un “modelo” para emular.

4.1 Perspectiva realista - respice polum

Según Drekonja (1983), la R.E colombo-americana se remonta al Tratado Urrutia-Thompson (firmado en 1914, pero sólo ratificado por el Senado estadounidense tras la 1-GM en 1921) donde Colombia reconoció la independencia de Panamá y recibió indemnización.

Tal R.E consiste en la lealtad de Bogotá a Washington y la aceptación de un estatus subordinado, a cambio de recompensas económicas, militares y políticas (Borda, Tickner 2011, 28). Se apoya en la doctrina “respice polum” (1914), dominante en la PE colombiana, que corresponde la lógica de aquiescencia en la gran estrategia latinoamericana (Russell, Tokatlian 2013).

-Otra doctrina, la “respice similia” justificaba los intentos (inconclusos) de reorientación hacia los vecinos y otras regiones desde López (1974-1978), conforme a la lógica de autonomía (Drekonja 1983, Bernal, Tickner 2017, 6).

4.2 Enfoque constructivista

Tickner (2002) sugiere completar los análisis racionalistas - que atribuyen la dominancia de la *res pice polum* (aquiescencia) en la PE colombiana a meros cálculos costo-beneficio - con una relectura constructivista de la política hacia EE. UU.

Proamericanismo

Así, Bernal y Tickner (2017, 5) explican dicha dominancia con el proamericanismo: una posición intersubjetiva positiva sobre lo que EE. UU es y lo que hace. El proamericanismo (generalizado en las élites colombianas y reproducido en momentos claves de la relación bilateral) resultó ser el elemento dominante en el imaginario de la PE colombiana (IPE): un entramado de significados y de relaciones sociales, a partir del cual los voceros del Estado (decisores) construyen representaciones del mundo.

Las lecturas, que las élites políticas de Colombia han hecho de distintos episodios de la relación con EE. UU, forman parte de un IPE dominado por el proamericanismo. Según Bernal y Tickner (2017, 11), si bien los decisores de Colombia (en uno que otro momento de la historia) dejaron de identificarse con ciertas acciones estadounidenses, su identificación con lo que EE. UU es (como país y sociedad) parece haber quedado constante en el tiempo.

Crisis de identidad por la pérdida de Panamá: solución proamericana

La escisión de Panamá – a manos de un EE. UU encargado por Colombia a proteger su departamento istmeño - provocó una crisis identitaria en la sociedad colombiana. Como observan Bernal y Tickner (2017, 16), el IPE se alteró, porque las percepciones sobre el papel del país en el mundo se vieron trastocadas.

Si la bancada “antitratadista” (mayoritariamente conservadora) del Senado colombiano hubiera logrado tumbar el Tratado Urrutia-Thompson, apelando al orgullo nacional, el gobierno habría reconstruido el IPE en un enfoque más balanceado y multilateral (17).

Sin embargo, se impusieron los “protratadistas” (mayoritariamente liberales), partidarios de la orientación a EE. UU, visto como gran potencia ascendente, fuente de progreso y referente civilizatorio. Por tanto, el IPE se reconstruyó en función del proamericanismo (18).

Hitos colombo-americanos – nuevas capas de identidad

Bernal y Tickner (2017) argumentan que el proamericanismo se ha reproducido repetidamente en el IPE colombiano, acoplándose a nuevas capas de identidad, propias a sucesivos hitos históricos de la relación colombo-americana, como la guerra de Corea, la Alianza para el Progreso (ALPRO) y Plan Colombia – aunque sólo analizan la ALPRO.

La guerra de Corea – anticomunismo internacional

En el sentido de Bernal y Tickner (2017), podemos decir que - para finales de los 1950 - el proamericanismo se recondujo en el IPE elitista colombiano, acoplándose a otra capa identitaria: el anticomunismo.

Según Rodríguez (2006, 107), la dirigencia (élite de PE) de Colombia - ya a finales de los 1940 - llegó a un consenso en que la asociación con EE. UU comprendía apoyar sus causas militarmente.

Como consecuencia, Colombia, como única nación latinoamericana, envió un batallón para combatir junto a la fuerza estadounidense en la guerra de Corea. Luego, entre 1956 y 1958, otro batallón colombiano ayudó a calmar la crisis del Canal de Suez.

Como constata Rodríguez (2006, 36-38, 107), Colombia dejó que su amistad con EE. UU - abanderado de la GF y anticomunista por excelencia - definiera su enemigo. No obstante, distingue dos fases en este proceso:

(a) Entre 1948 y 1953 (al principio de la GF), Bogotá sólo hacía una confusa asociación entre la violencia doméstica y la conspiración comunista internacional.

-Durante la guerra de Corea (1950-1953), el canciller encargado Vázquez (1952, 11) recalcó que Colombia participaba en una acción internacional, sin necesidad de declarar guerra contra ningún Estado.

(b) Entre 1953 y 1959 ya se veía la URSS como un enemigo internacional en potencia con posibilidades de acción en Colombia.

-El embajador en Washington Zuleta (1954) dijo a Voz de América: “Entre Moscú y Washington, Colombia escogió a Washington... no se puede ser neutral en la guerra fría... y si se es anticomunista, debe lucharse contra el comunismo en todos los campos.”

-El canciller Turbay (1959, 52) afirmó que Colombia compartía “la defensa de la civilización occidental” con EE. UU.

Las dos misiones armadas de Colombia en ultramar crearon lazos de camaradería con los militares estadounidenses. Al mismo tiempo, se consolidó la dependencia del Ejército colombiano de EE. UU (Rodríguez 2006, 107).

Alianza para el Progreso – desarrollismo aquiescente

Según Bernal y Tickner (2017, 26), el decenio de la ALPRO (1961-1969) reafirmó a Colombia como líder regional de la cruzada anticomunista y añadió el desarrollismo al contenido proamericano del IPE “frentenacionalista”.

Tras la Revolución cubana (1959), EE. UU exigió a los gobiernos y las fuerzas armadas de América Latina proteger su propio territorio de enemigos internos influidos por la URSS (Rodríguez 2006, 108).

Además, la administración Kennedy lanzó la ALPRO para prevenir tendencias revolucionarias, ofreciendo ayudas para el desarrollo de sus socios latinoamericanos, a condición de reformas (fiscal, agraria, democrática). El esquema fue acogido con entusiasmo por el presidente Lleras Camargo, y la élite anticomunista colombiana la aceptó sin vacilar. Colombia quedó entre los tres países que más fondos recibieron (Bernal, Tickner 2017, 22-23).

Según Rojas (2010) y Taffet (2007), Washington eligió a Colombia para montar un caso de éxito que demostrara las virtudes del modelo occidental de desarrollo. Al iniciarse el “conflicto armado” entre 1962 y 1966, los gobiernos Valencia y Lleras Restrepo exageran las capacidades guerrilleras, reforzando la idea de un país cercano a caer en las garras soviéticas (Bernal, Tickner 2017, 27) (una justificación aparente para atraer más fondos).

En el lenguaje, progreso y civilización se reemplazaron por subdesarrollo y desarrollo que se vincularon a la lucha contra el comunismo. Subsistió la admiración a EE. UU por su disposición para sacar a Colombia del atraso (Bernal, Tickner 2017, 27).

Plan Colombia – antiterrorismo global

El proamericanismo enlazaría al antiterrorismo en el IPE elitista de la Seguridad democrática del gobierno Uribe, basada en un Plan Colombia doblemente reformado.

Originalmente propuesto por el presidente Pastrana (hijo) como un Plan Marshall integral para Colombia, el Plan fue reformulado primero en 1999 por los gobiernos Pastrana y Clinton como una intensificación de la lucha antidroga (Rojas 2017) para ser aprobado por el Congreso estadounidense en 2000.

Luego - después del 11-S de 2001 y del fracaso de las negociaciones del gobierno Pastrana con las FARC en 2002 - el Plan fue redirigido por los gobiernos Bush (hijo) y Uribe directamente contra la guerrilla colombiana, en el marco de la guerra global contra el terrorismo.

El gobierno Uribe redefinió el conflicto armado en términos de “amenaza terrorista”, profundizando la vinculación del conflicto armado en Colombia con la política (doméstica e internacional) de la superpotencia. Según Rojas (2017, 39), el respaldo de EE. UU fue decisivo para crear consensos entre las élites colombianas y para legitimar la política de pacificación ante la ciudadanía.

Colombia se convirtió por varios años en el mayor receptor de ayuda estadounidense en la región y en el showcase de una forma de intervención orientada a la (re)construcción estatal. Las fuerzas militares colombianas accedieron a la tecnología, el armamento, la información de inteligencia y la asesoría sobre el terreno por parte de la primera potencia militar del mundo (Rojas 2017, 39).

-Plan Colombia se evaluó como exitoso en Washington y Bogotá por haber debilitado a las FARC, creando las bases para una viable negociación de paz. Sin embargo, los factores que contribuyeron a la perpetuación del conflicto armado siguieron presentes. Rojas (2017, 40) destaca la fallida lucha antidroga que alimenta diversas formas de violencia.

Historia de éxito – narrativa colombo-americana

Tickner & Morales (2015) y Morales & Tickner (2017) examinan, cómo fue articulada una "historia de éxito" por dirigentes colombianos y estadounidenses, y cómo se reprodujo por los medios de comunicación y los institutos académicos. En todos estos casos identifican una línea común: la transición de Colombia de un “minusválido” de seguridad a un “modelo” para admirar y emular (Tickner, Morales 2015, 243).

En su enfoque pos positivista, los discursos que muestran al país como un "exportador neto seguridad" después de "volver del borde del abismo", lo constituyen como un sujeto específico, con ciertos atributos y capacidades (244).

Si se conecta esta subjetividad de Colombia con la inseguridad propagada por el narcotráfico en América Latina y con el cambiante rol de EE. UU en la región se crea una realidad en la cual la exportación de experticia colombiana en seguridad no sólo se vuelve pensable, sino casi imperativa (244).

Triangulación: autopercepción colombiana de ser superior a vecinos en seguridad

Según Richani (2013), EE. UU - al formar las fuerzas colombianas bajo Plan Colombia - las preparaba también para un futuro papel ampliado dentro de su sistema global de seguridad.

Colombia comenzó a exportar su experticia en combatir el narcotráfico, la insurgencia y el crimen transnacional especialmente a México, Honduras, El Salvador y Ecuador en una cooperación triangulada en seguridad, donde EE. UU proveía financiación, apoyo logístico,

supervisión y vetting en derechos humanos para los receptores del entrenamiento colombiano (Tickner 2016, 4).

Según Rojas (2017, 47), el Plan de Acción de Cooperación (colombo-estadounidense) en Seguridad Regional vio aumentar sus programas de 39 en 2013 a casi 300 en 2017. Entre 2009 y (mayo de) 2015, 26.409 personas de 72 países recibieron entrenamiento militar y policial en interdicción marítima, aérea y terrestre, manipulación de explosivos, operaciones de inteligencia, operaciones psicológicas y comandos jungla.

Evidentemente, tal cooperación militar triangulada, basada en la estrecha relación institucional de larga data entre las fuerzas armadas colombianas y estadounidenses, era apta para nutrir en Colombia (en su estamento militar) una autopercepción de ser superior a los vecinos en materia de seguridad.

Santos y Obama se acercan a una verdadera R.E

La administración Obama dio un apoyo crucial al proceso de paz, quedando involucrada directamente en temas claves de los acuerdos (Rojas 2017, 2019).

Las partes se acercaron a una verdadera R.E:

-Establecieron una asociación menos asimétrica, con la lealtad constante de Colombia y el patrocinio de EE. UU para ampliar los lazos colombianos de cooperación dentro de la institucionalidad occidental. Resultados: cooperación triangulada en seguridad, asociación de Colombia con la OTAN, su acceso a la OCDE.

-El presidente Obama hizo sentir su amistad a los colombianos, y compartió la visión de su colega Santos sobre la paz en Colombia.0

Anunciando “Paz Colombia” en 2016, Obama dijo en una recepción en la Casa Blanca: “En EE. UU somos grandes fans de Colombia... Los lazos entre nuestros países no sólo están a nivel de gobierno. Estos lazos son la gente. Son culturas, amistades y familia. Ésta es una de las asociaciones más fuertes del hemisferio y, cada vez más, somos socios globales.”

“Una de mis experiencias más memorables en Colombia era acompañar al presidente Santos cuando otorgó títulos de tierra a dos comunidades afrocolombianas. Era un día maravilloso, no sólo porque estábamos saliendo con Shakira (risas). En la Plaza de San Pedro, vimos a los descendientes de esclavos reivindicar su pedazo de una nueva Colombia. Era un recordatorio de lo que significa la paz en la vida cotidiana de la gente; lo que es posible cuando la gente está empoderada. Es una visión que compartimos con el presidente Santos.”

5 Conclusiones

1.- Un marco conceptual idóneo para caracterizar tanto la R.E angloamericana como la colombo-americana combina enfoques realistas y constructivistas. Evidentemente, ambas R.E-s han alimentado en los socios privilegiados una autopercepción de ser superiores a sus vecinos en materia de seguridad.

La relación angloamericana hoy se aborda a menudo en enfoque constructivista revelando la periódica autoidentificación negativa y positiva entre los dos Estados: desde la GI hasta el GA, GB servía como el otro negativo - constitutivo - para EE. UU; desde por lo menos la 2-GM, GB se identificaría repetidamente con EE. UU como el protector. El enfoque realista gana fuerza explicativa, cuando la R. E se convierte en un acoplamiento a finales de los 1960: GB - tras la crisis de Suez y la descolonización de sus posesiones imperiales - se alinea estrechamente a EE. UU buscando ayuda norteamericana para mantener su estatus global.

La relación colombo-americana se ha investigado en sentido inverso: Drekonja (1983) la interpreta - en términos realistas - como una R.E consistente en el acoplamiento colombiano a EE. UU desde el Tratado Urrutia-Thompson (1914). Tal aquiescencia (*respice polum*) ha quedado dominante en la política exterior colombiana, a pesar de algunos intentos autonomistas de reorientación hacia los vecinos y otras regiones (*respice similia*) desde los 1970. La perspectiva realista (racionalista) se complementa luego con una relectura constructivista de la relación desde los 2000, que incluye los artículos aquí reseñados de Arlene Tickner y coautores.

2.- La diferencia más notable entre las dos R.E-s es que en el caso colombo-americano no se ve una identidad colectiva comparable al *we-ness* angloamericano. Sin embargo, una Comunidad de seguridad en el sentido de Bially (2001) no es requisito para una R.E.

Bernal y Tickner (2017) se centran en el proamericanismo elitista colombiano (como una posición intersubjetiva positiva sobre lo que EE. UU es y lo que hace). Tickner y Morales (2015, 2017) identifican una narrativa colombo-americana común: la “historia de éxito” sobre la transición de Colombia de un “minusválido” de seguridad a un “modelo” a emular por los vecinos. El próximo paso sería revisar declaraciones estadounidenses sobre la calidad de la relación.

Los dos rasgos que más hacen dudar de una verdadera R.E. colombo-americana son: la excesiva asimetría de poder y la extensa gobernanza sustituida. El dúo Santos-Obama ha

atenuado esta asimetría indirectamente: vía cooperación triangulada en seguridad, asociación colombiana con la OTAN, acceso a la OCDE.

3.- Es notable que ambas R.E-s han estado ligadas a la institucionalidad liberal occidental, sumida en profunda crisis en un mundo cada vez más post-occidental. Las R.E-s - con sus expectativas de mutuo trato preferencial - no son compatibles con la mentalidad “America First” (nacionalismo duro) del presidente Trump.

6 Referencias bibliográficas

Adler, E. & Barnett, M. (1998). *Security Communities*, Cambridge University Press

Bernal, J. L. & Tickner, A. (2017). Imaginario de política exterior y proamericanismo en Colombia, En: *Nuevos enfoques para el estudio de las relaciones internacionales en Colombia*, (eds.) Bitar, S. & Tickner, A., Bogotá, Universidad de los Andes, 3-38.

Bially, J. (2001). The Power Politics of Identity, *European Journal of International Relations*, SAGE Publications and ECPR, Vol. 7(3): 349–397

Borda, S. & Tickner, A. compiladoras (2011). *Relaciones internacionales y política exterior de Colombia*, Ediciones Uniandes, ISBN 978-958-695-480-8, pp. 49-78

Bromund, T. (2016). The Special Rela Social Construction: A Post-Positivist Analysis of U.S. Counterinsurgency Policy in the Philippines, *International Studies Quarterly*, Vol. 37, No. 3, 298.

Drekonja, G. (1983). *Retos de la política exterior colombiana*, Bogotá, CEREC. Fragmento: Drekonja, G. (2011), *Formulando la política exterior colombiana*. En: Borda, S., Tickner, A. (compiladoras) *Relaciones internacionales y política exterior de Colombia*, Ediciones Uniandes, ISBN 978-958-695-480-8, pp. 49-78

Flemes, D., Pastrana, E., Carpes, M. (2017). *Estado y perspectivas de las relaciones colombo-brasileñas*, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Frank, R. (2019). «Être ou ne pas être européen? – Les Britanniques et l’Europe du XVIIe siècle au Brexit»– 3 questions à Robert Frank, *Le point de vue de Pascal Boniface*, 28 mars, IRIS France

Gamble, A. (2008). The Anglo-American Special Relationship, *British Politics Review* 3(4): 5

Harnisch, S. (2017). Special Relationships in Foreign Policy, Revised version, 13 April, Oxford Research Encyclopedia of Politics, DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.486

Hobson, J. M. & Sharman, J.C. (2005). The Enduring Place of Hierarchy in World Politics: Tracing the Social Logics of Hierarchy and Political Change, *European Journal of International Relations* 11(1): 63–98

Lake, D. (2009). *Hierarchy in International Relations*, Ithaca, NY: Cornell University Press

Morales, M. & Tickner, A. (2017). Narrando la “historia del éxito”: experticia en seguridad y política exterior en Colombia. En: Tickner, A., Bitar S. (eds.) *Nuevos enfoques para el estudio de las relaciones internacionales de Colombia*, Bogotá, Universidad de los Andes, 239-262.

Obama, B. (2016). Remarks by President Obama and President Santos of Colombia at Plan Colombia Reception, <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2016/02/05/remarks-president-obama-and-president-santos-colombia-plan-colombia>

Onuf, N. (1998). Constructivism: A User’s Manual. In: *International Relations in a Constructed World*, eds., Kubálková, V., Onuf, N., Kowert, P., Armonk, New York.

Perina, R. (2016) Obama: el nuevo “Buen Vecino” visita la Argentina, marzo 22, *Global Americans*, <https://theglobalamericans.org/2016/03/2834>

Rees, W. (2017). America, Brexit and the security of Europe, *British Journal of Politics and International Relations*, 19 (3), 558-572, ISSN 1467-856X

Richani, N. (2013), *The Peace Process in Colombia and U.S. Foreign Policy: Plan Colombia II*, Cuadernos Colombianos (blog), junio 3

Risse-Kappen, T. (1996). Collective Identity in a Democratic Community: The Case of NATO. In: Katzenstein, P. (ed.) *The Culture of National Security*, 357–97, New York, Columbia University Press.

Rodríguez, S. (2006). *La Influencia de los Estados Unidos en el Ejército Colombiano, 1951-1959*, Medellín, La Carreta Editores, ISBN 958-97811-3-6

Rojas, D.M. (2010). La Alianza para el Progreso en Colombia, *Análisis Político* (70) 91-124

Rojas, D. M (2017). Estados Unidos en la construcción de la paz en Colombia, *Análisis Político* núm. 91, Bogotá, septiembre-diciembre, 37-52

Taffet, J. (2007). *Foreign Aid as Foreign Policy: The Alliance for Progress in Latin America*, Nueva York, Routledge

Tickner, A. (2002). Colombia es lo que los actores estatales hacen de ella: una (re)lectura de la política exterior colombiana hacia Estados Unidos. En: *Prioridades y desafíos de la política exterior colombiana*, eds. Ardila, M., Cardona D., Tickner, A., 353-397, Bogotá, Fescol, Hans Seidel Stiftung

Tickner, A. (2016). *Exportación de la seguridad y política exterior de Colombia*, Bogotá, Fescol, ISSN 2422-0663

Tickner, A. & Morales, M. (2015). Narrating Success: Colombian Security Expertise and Foreign Policy. In: *Colombia's Political Economy at the Outset of the Twenty-First Century from Uribe to Santos and Beyond*, (eds.) Bruce M. Bagley and Jonathan D. Rosen, Chapter 11, 241-259

Turbay, J. C. (1959). Intervención del Ministro de Relaciones Exteriores en la Cámara de Representantes en la sesión del día 27 de abril de 1959 sobre la política de Colombia con los Estados Unidos de América. En: *Memoria de Relaciones Exteriores: de Julio de 1958 a Julio de 1959*, Bogotá, Imprenta Nacional – citado por Rodríguez (2006, 35).

Vázquez, A. (1952). Ministerio de Relaciones Exteriores, Conferencia del Señor Doctor Alfredo Vázquez Carrizosa, Ministro encargado de relaciones exteriores, dictada desde la Radiodifusora Nacional, el 20 de agosto de 1952, Bogotá, Dirección de Información y Propaganda de la Presidencia de la República, Imprenta Nacional – citado por Rodríguez (2006, 36).

Whitehead, L. (2011). El Reino Unido (a medias en Europa) y Latinoamérica. En: Wollrad, D., Maihold, G., Mols, M. (eds.) *La agenda internacional de América Latina: entre nuevas y viejas alianzas*, ISBN 978-987-95677-4-6, pp. 78-93

Zuleta, E. (1954). Entrevista a la radiodifusora la Voz de América, 13 de junio. Embajada de Colombia, Oficio y anexo sobre entrevista transmitida en la Voz de América, dirigido al Excelentísimo Señor Teniente General Gustavo Rojas Pinilla, Washington junio 14 de 1954, Archivo de la Presidencia de la República, Secretaría General, Ministerio de Relaciones Exteriores, caja 284, carpeta 43, ff. 113-114 – citado por Rodríguez (2006, 42).

Networks in International Business: State of the art

Luis Miguel Bolívar Caro

Abstract

This article reviews the network perspective in international business research in view of the amount of work trying to tackle IB research problems by means of network theory as a vehicle or as a method, as well as the efforts in bridging these theoretical views at different tiers. Hence, we aim to add value through this work, by categorizing the seminal literature, exposing the research gaps and clarifying the contribution of the network view to IB problems at the individual, firm and country level networks. Our review article contents, first, a theoretical framework depicting the multi-tier nature of networks in both general organizational research and particularly in IB research. Second, from this framework we review the extant literature that aims to solve IB problems at different levels of network analysis; thus pairing a range of IB themes with network constructs. Finally, we present the main covered topics, along with gaps in the literature and unresolved questions.

1. Introduction

Ever since the network perspective was introduced to International Business (IB) theory by Johanson and Mattson (1987, 1994) this view has been heavily concentrated in the internationalization process of firms, leaving out a myriad of applications at the individual, firm, industry and country levels. Meanwhile, numerous contributions have explored broader IB problems by assimilating a general network theory and at the same time applying network analysis (Joyez, 2017; Reyes, Wooster, & Shirrell, 2014; Schweitzer, Fagiolo, Sornette, Vega-Redondo, & White, 2009). What is more, in organizational research it has been recognized the need to adopt an integrative view reconciling the individual's pursuit of objectives embedded in the structures of organizations and interorganizational networks (Ibarra, Kilduff, & Tsai, 2005). Thus, an integrative framework is needed to map and organize the network approach to international business research and its links to the IB theoretical basis built so far.

Particularly in international new ventures research, the network approach is the theoretical vehicle explaining how the access to resources, knowledge or information from allies in foreign countries grants a higher success probability to the entrepreneurship (Coviello & Munro, 1997a; Ellis, 2000; Johanson & Mattsson, 1987). Likewise, in the network view of the multinational enterprise, frequently contributors place the MNE as focal actors in a network of markets, supply chains, multilateral alliances or just as a frame that contains networks of people or business units (Goerzen & Beamish, 2005; Tallman & Chacar, 2011). However, only from a recent period Social Network Analysis (SNA) has been deliberately implemented to identify the properties of such networks, along with the role and positions of companies in these, that deliver conclusions around the causes and consequences of its configuration at the international level (Coviello, 2006; Joyez, 2017).

It is worth noting that the development of this view shows that the traditional network approach to IB is built at the organizational level, however, a number of empirical contributions explore different tiers, ranging from personal networks and diasporic relations (Ellis, 2000; Leblang, 2010), up to alliance portfolio configuration at the multinational industries level (Kale & Singh, 2009; Lavie & Miller, 2008; Ozcan & Eisenhardt, 2009) and country-level economic and political relationships (Bandelj, Shorette, & Sowers, 2015; Hafner-Burton, Kahler, & Montgomery, 2009; Koskinen & Lomi, 2013). In consequence, a review on the network perspective in international business research is justified in view of the amount of work trying to tackle IB research problems by means of network theory as a vehicle or as a method, as well as the efforts in bridging these theoretical views at different tiers. Hence, we aim to add value through this work, by categorizing the seminal literature, exposing the research gaps and clarifying the contribution of the network view to IB problems at the individual, firm and country level networks.

Our review article contents, first, a theoretical framework depicting the multi-tier nature of networks in both general organizational research and particularly in IB research. Second, from this framework we review the extant literature that aims to solve IB problems at different levels of network analysis; thus pairing a range of IB themes with network constructs. Finally, we present the main covered topics, along with gaps in the literature and unresolved questions. Complementary, we review how the network approach may contribute to solve new research challenges in the current context of IB, such as sustainability, global value chains, or de-globalization.

2. Theoretical Framework

We structure our theoretical basis in two aspects. First, we introduce the general network approach particularly related to different realms in management and organizations; and second, we develop on the relevance of network theory in international business research.

3. The Network Perspective

The broad network perspective suggests that agents in a network will obtain certain outcomes from their position in a web of relationships (Bonacich, 1987; Jackson, 2008; Putnam, 1995). Hence, the value obtained from pertaining to the network may be generated by exchanging information, accessing resources or taking advantage of strategic positions (Borgatti & Halgin, 2011; Lazzarini, Chaddad, & Cook, 2008). Relationships in the network framework may be established among individuals, organizations or even countries; and, as noted by Borgatti et al. (2009), network links are formed under four circumstances: similarity, relationships, interactions and flows (Borgatti & Li, 2009; Borgatti, Mehra, Brass, & Labianca, 2009). All these ties may exist simultaneously between individuals, organizations or governments; and what is more, some organizations may only be linked thanks to the connections established by the individuals pertaining to them (Borgatti & Li, 2009).

The value of the network perspective, in essence, is that the organizational behavior is influenced by the social structures in which the individuals that compose them are embedded (Granovetter, 1985), and at the time, such structures facilitate the individual and organizational performance (Zaheer, Gözübüyük, & Milanov, 2010). Dyer and Singh (1998) argued that competition was still a general rule of business behavior, but it was becoming less universal, so the incorporation of a different, complementary and perhaps completely alternative approach is justified. For instance, this relational view is separated from traditional perspectives such as the resource-based advantage (Barney, 1991), in which the latter calls for investments in resources for the exclusive use of the owner, there is a minimum exchange of information, secrecy in firms' operations and a quest for the separation of technological and functional systems from the rest of the industry. Conversely, in the relational approach it is worth investing in specific assets that benefit business relations, information exchange, joint learning, and the combination of complementary resources (Johanson & Mattsson, 1987; Lin, 1999).

As a result, we observe networks formed by individuals, firms or countries; all of these may be analyzed in different settings ranging from intra-firm to inter-firm to inter-national levels; and all are built upon their particular network ties, hence responding to a wide set of phenomena that is studied in organizational behavior research. These phenomena range from

leadership and hierarchies inside firms, to alliance portfolio configuration, to inter-government cooperation. To summarize, we exemplify in Table 1 the multiple levels of analysis that are frequent in interorganizational research (Carpenter, Li, & Jiang, 2012).

4. Table 1. Levels of Analysis in Networks

| Unit of analysis | Level of analysis | Phenomena | Network links |
|------------------|-----------------------------|---|---|
| Individuals | Intra-firm | Leadership and hierarchies HR management and productivity | Interactions Process flows |
| | Inter-firms | Industry associations Board interlocks | Collective action Decision making teams |
| | Social relations | Professional networks Diasporas | Affiliations Social and family ties |
| Firms | Intra-firm (business units) | Innovation management Inter unit coordination | Information flows Process flows |
| | Inter-firms | Supply chain configuration Collaborative market entry Competitive relations | Transactions Formal agreements Multi-market contact |
| Countries | National | Collective social capital and development | Trusted relations |

| | | | |
|--|---------------|---|--|
| | | Clusters and industrial districts | Inter-industrial exchanges |
| | International | Trade policy Foreign Direct Investment attraction Cooperation and international relations | Commercial flows Monetary flows Information and resources exchange |

5. Network theory as IB theoretical vehicle

So far, both network theory and network analysis methods have delivered important contributions to the explanation of multiple IB themes; nonetheless, we observe ample avenues to explore at different tiers of IB research. Thus, in a similar fashion to Carpenter et al. (2012) we differentiate between networks at the interpersonal level versus at the interorganizational level, to which we add the inter-economies level (Jackson, 2008; Schweitzer et al., 2009). Altogether, looking at the gradual internationalization model (Andersen, 1997; Johanson & Vahlne, 2009), we identify at least four types of IB agents/nodes that form networks across borders and that are subject to different theoretical mechanisms. Hence, we explore the research questions and the link between IB and network constructs that shape the literature in: (1) entrepreneur individuals or firms and their international new ventures launch and success (Coviello & Cox, 2006; Coviello & Munro, 1997b; Vanninen, Kuivalainen, & Ciravegna, 2017); (2) Small and Medium Enterprises (SMEs) and their internationalization process and entry mode decisions (Chetty & Blankenburg Holm, 2002; Hollender, Zapkau, & Schwens, 2017; Johanson & Vahlne, 2009; Laufs & Schwens, 2014; Musteen, Francis, & Datta, 2010); (3) the Multinational Enterprise (MNE) and their international expansion, alliance portfolio, positioning and competitiveness issues (Brouthers, Mukhopadhyay, Wilkinson, & Brouthers, 2009; Jayachandran, Gimeno, & Varadarajan, 1999; Lavie & Miller, 2008); and finally, (4) countries and locations with their trade, investment or cooperation relationships (Bandelj et al., 2015; Bolívar, Casanueva, & Castro, 2019; Fagiolo, Reyes, & Schiavo, 2008; Jackson, 2008; Serrano & Bogueña, 2003).

Furthermore, the patent importance of strategic networks and the relational approach has aroused a broad interest in the study of interorganizational relationships through the analysis of social networks (Wang & Rajagopalan, 2015; Wasserman, 1994). In essence, the set of connections or ties between organizations' members shapes the networks as a whole, which according to Grandori and Soda (1995) can be categorized into three types mainly: social networks, bureaucratic networks and ownership networks.

In social networks, the actors are people, linked together by personal relationships such as friendship, professional affiliations, interactions or any kind of affinity. At the intra-firm level, the configuration and structure of individuals networks through interactions show how leadership, power and influences are exerted, while the process flows, and exchanges depict the hierarchical structures and the overall operational functioning [Cite].

Due to the individuals' embeddedness into organizations, these can give rise to exchanges of information, the creation of industrial districts or the adoption of common practices in an industry (Ghoshal & Nahapiet, 1998; Leblang, 2010; Uzzi, 1997).

Meanwhile, bureaucratic networks refer to formalized exchanges or contractual partnerships. This type includes transactional trading networks, contractual licensing networks and strategic alliances. In no case supposes a hierarchy or subordination (Borgatti & Li, 2009; Chiambaretto & Fernandez, 2016; Jones, Hesterly, & Borgatti, 1997; Todeva & Knoke, 2005).

Finally, in proprietary networks, organizations have a relationship of dependence and a certain degree of influence in decision making. It includes networks formed at the intra-business level through holdings and networks where the links are the capital share of one company in another, whether it is joint-ventures between a few actors or shareholding with many co-owners (Müller-Prothmann, 2006; Tsai & Ghoshal, 1998). In all three categories, the definition of the network depends on the conception of the link, the degree of formalization and the type of relationship (Grandori & Soda, 1995).

6. Networks and the IB research agenda

It has been argued that all individuals, companies and countries build networks of social, transactional, competitive or collaborative relationships. Each set of actors get to attain a

certain position in their respective networks: diasporas, contacts, associations, alliances, partners and so forth. These networks may provide value to the actor via social capital or relational capital from three sources: the structural dimension, the relational dimension, and the cognitive dimension (Ghoshal & Nahapiet, 1998). These dimensions further provide resources, opportunities, and motivations for international business strategy and performance (Lin, 2003). As a result, there is a need to explore how these dimensions and network properties interact to provide certain outcomes for the IB agent/node: e.g. the survival of the entrepreneurship, the entry mode decision of the SME, the entry deterrence exerted by the MNE, or the trade gravitation generated by a location. In Table 2 we explore how each node pertaining to one or more networks experiences certain properties and through a particular theoretical mechanism is affected in their respective ways.

7. Table 2. IB agents, network properties and outcomes

| Agent / Node | Network | Properties to explore | Mechanism | Selected network outcomes to explore (and related empirical work) |
|----------------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------|---|
| New international ventures | An entrepreneur's ego network | Network formation | Social capital building | Ego size □ Internationalization speed (Musteen et al., 2010) Ego size □ Survival rate (Littunen, 2000) |
| Individual | Diaspora networks | Dynamics | Social capital exploitation | Ties □ Market access (Leblang, 2010) Brokerage □ Cross border Transactions (gap) Ties □ Family SME entry (Kontinen & Ojala, 2011) |

| | | | | |
|--------------------|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------|---|
| International SME | Alliances networks | Cohesion, centralization | Social capital mobilization | <p>Ties □ Market access (Coviello & McAuley, 1999)</p> <p>Centrality □ Performance (Han, 2006)</p> <p>Structural holes □ Foreign entry decision (Zhao & Hsu, 2007)</p> |
| Both SMEs and MNEs | Alliances networks | Cohesion, centralization | Strategic network formation | <p>Ties □ Learning (Glaister & Buckley, 1996)</p> <p>Trust □ Entry mode choice (Jensen, 2008; Lindstrand, Melén, & Nordman, 2011)</p> <p>Closure □ Collaboration decision (Goetz & Shapiro, 2012)</p> |
| | Competitive networks | Cohesion, centralization | Power and prominence | <p>Centrality □ Entry deterrence (Johansson & Elg, 2002; Xu, 2011)</p> <p>Power □ Performance</p> |
| MNE strategy | Alliances networks | Cohesion, centralization | Alliance portfolio management | <p>Portfolio diversity □ Performance (Lavie, 2007)</p> <p>Power position □ Performance (Casanueva, Gallego, Castro, & Sancho, 2014)</p> |
| | Supply chain networks | Formation, cohesion, prominence | Supply network management | <p>Prominence □ Efficiency (Kim, Choi, Yan, & Dooley, 2010)</p> |

| | | | | |
|-----------------------|--------------------|--|---|---|
| | | | | Tie strength □ Trust (Capaldo & Giannoccaro, 2015) Structural holes □ Information (gap) |
| Countries / Locations | World trade web | Core-periphery, strategic blocs, centralization. | Network centrality and ego-network prominence | Centrality □ Gravitation (Kali & Reyes, 2007) Centrality □ Power (Xu & Qin, 2015) |
| | Global FDI network | Core-periphery, strategic blocs, prominence. | Prominence and transitivity | Ties □ BITs (gap) BITs □ FDI (Neumayer & Spess, 2005; Saban, Bonomo, & Stier-Moses, 2010) Prominence □ FDI (Bolívar et al., 2019) |

Furthermore, our review covers new challenges in IB research as presented by Buckley, Doh and Benischke (2017); their phenomena-based propositions will require new perspectives, and as such the network view has proved effective in providing elucidating insights several of these challenges such as: explaining trade and FDI flows (Bandelj & Mahutga, 2012; Bolívar et al., 2019), determining modes of international business (Coviello, 2006; Ellis, 2000), or understanding the transformation of industries into global value chains (Lazzarini et al., 2008). Other challenges pose interesting opportunities for SNA applications such as explaining the existence, strategy and organization of MNEs, clarifying the emergence and strategy of MNEs from emerging economies, or recognizing the pressure for adopting global sustainable operations.

8. References

- Andersen, O. 1997. Internationalization and market entry mode: A review of theories and conceptual frameworks. *Management International Review*, 37(2): 27–42.
- Bandelj, N., & Mahutga, M. C. 2012. Structures of globalization: Evidence from the worldwide network of bilateral investment treaties (1959-2009). *International Journal of Comparative Sociology*, 54(2): 95–123.
- Bandelj, N., Shorette, K., & Sowers, E. 2015. Global Economic Networks. *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*, (1974): 1–17.
- Barney, J. B. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1): 99–120.
- Bolívar, L. M., Casanueva, C., & Castro, I. 2019. Global Foreign Direct Investment: A network perspective. *International Business Review*, 1–17.
- Bonacich, P. 1987. Power and Centrality: A Family of Measures. *American Journal of Sociology*, 92(5): 1170–1182.
- Borgatti, S. P., & Halgin, D. S. 2011. On Network Theory. *Organization Science*, 22(5): 1168–1181.
- Borgatti, S. P., & Li, X. 2009. On Social Network Analysis in a Supply Chain Context. *Journal of Supply Chain Management*, 45(2): 5–22.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., & Labianca, G. 2009. Network analysis in the social sciences. *Science*.
- Brouthers, L. E., Mukhopadhyay, S., Wilkinson, T. J., & Brouthers, K. D. 2009. International market selection and subsidiary performance: A neural network approach. *Journal of World Business*, 44(3): 262–273.
- Buckley, P. J., Doh, J. P., & Benischke, M. H. 2017. Towards a renaissance in international business research? Big questions, grand challenges, and the future of IB scholarship. *Journal of International Business Studies*, 48(9): 1045–1064.
- Capaldo, A., & Giannoccaro, I. 2015. Interdependence and network-level trust in supply chain networks: A computational study. *Industrial Marketing Management*, 44: 180–195.

Carpenter, M. A., Li, M., & Jiang, H. 2012. Social Network Research in Organizational Contexts: A Systematic Review of Methodological Issues and Choices. *Journal of Management*, 38(4): 1328–1361.

Casanueva, C., Gallego, A., Castro, I., & Sancho, M. 2014. Airline alliances: Mobilizing network resources. *Tourism Management*, 44: 88–98.

Chetty, S., & Blankenburg Holm, D. 2002. Internationalisation of small to medium-sized manufacturing firms: a network approach. *International Business Review*, 9(1): 77–93.

Coviello, N. E. 2006. The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 37(5): 713–731.

Coviello, N. E., & Cox, M. P. 2006. The resource dynamics of international new venture networks. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(2–3): 113–132.

Coviello, N. E., & McAuley, A. 1999. Internationalisation and the Smaller Firm: A Review of Contemporary Empirical Research. *Management International Review*, 39(3): 223–256.

Coviello, N. E., & Munro, H. 1997a. Network relationships and the internationalisation process of small software firms. *International Business Review*, 6(4): 361–386.

Coviello, N. E., & Munro, H. 1997b. Network relationships and the internationalisation process of small software firms. *International Business Review*, 6(4): 361–386.

Dyer, J. H., & Singh, H. 1998. The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(4): 660–679.

Ellis, P. 2000. Social Ties and Foreign Market Entry. *Journal of International Business Studies*, 31(3): 443–469.

Fagiolo, G., Reyes, J., & Schiavo, S. 2008. On the topological properties of the world trade web: A weighted network analysis. *Physica A*, 387: 3868–3873.

Ghoshal, S., & Nahapiet, J. 1998. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2): 242–266.

Glaister, K. W., & Buckley, P. J. 1996. Strategic motives for international alliance formation. *Journal of Management Studies*, 33(3): 301–332.

Goerzen, A., & Beamish, P. W. 2005. The effect of alliance network diversity on multinational enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 26(4): 333–354.

- Goetz, C. F., & Shapiro, A. H. 2012. Strategic alliance as a response to the threat of entry: Evidence from airline codesharing. *International Journal of Industrial Organization*, 30(6): 735–747.
- Granovetter, M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3): 481–510.
- Hafner-Burton, E. M., Kahler, M., & Montgomery, A. H. 2009. Network Analysis for International Relations. *International Organization*, 63(03): 559.
- Han, M. 2006. Developing social capital to achieve superior internationalization: A conceptual model. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(2–3): 99–112.
- Hollender, L., Zapkau, F. B., & Schwens, C. 2017. SME foreign market entry mode choice and foreign venture performance: The moderating effect of international experience and product adaptation. *International Business Review*, 26(2): 250–263.
- Ibarra, H., Kilduff, M., & Tsai, W. 2005. Zooming In and Out: Connecting Individuals and Collectivities at the Frontiers of Organizational Network Research. *Organization Science*, 16(4): 359–371.
- Jackson, M. O. 2008. *Social and economic networks. Network*. Princeton University Press.
- Jayachandran, S., Gimeno, J., & Varadarajan, P. R. 1999. The Theory of Multimarket Competition: A Synthesis and Implications for Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, 63(3): 49.
- Jensen, M. 2008. The use of relational discrimination to manage market entry: When do social status and structural holes work against you? *Academy of Management Journal*, 51(4): 723–743.
- Johanson, J., & Mattsson, L.-G. 1987. Internationalisation in industrial systems - A network approach. *Knowledge, Networks and Power*. Palgrave Macmillan.
- Johanson, J., & Mattsson, L.-G. 1994. The markets-as-networks tradition in Sweden. In G. Laurent (Ed.), *Research traditions in marketing*: 321–346. New York: Springer Science + Business.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. 2009. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9): 1411–1431.

Johansson, U., & Elg, U. 2002. Relationships as entry barriers: A network perspective. *Scandinavian Journal of Management*, 18(3): 393–419.

Joyez, C. 2017. On the topological structure of multinationals network. *Physica A*, 473: 578–588.

Kale, P., & Singh, H. 2009. Managing strategic alliances: What do we know now, and where do we go from here? *The Academy of Management Perspectives*, 23(3): 45–62.

Kali, R., & Reyes, J. 2007. The architecture of globalization: a network approach to international economic integration. *Journal of International Business Studies*, 38(4): 595–620.

Kim, Y., Choi, T. Y., Yan, T., & Dooley, K. 2010. Structural investigation of supply networks: A social network analysis approach. *Journal of Operations Management*, 29: 194–211.

Kontinen, T., & Ojala, A. 2011. Network ties in the international opportunity recognition of family SMEs. *International Business Review*, 20(4): 440–453.

Koskinen, J., & Lomi, A. 2013. The Local Structure of Globalization: The Network Dynamics of Foreign Direct Investments in the International Electricity Industry. *Journal of Statistical Physics*, 151(3–4): 523–548.

Laufs, K., & Schwens, C. 2014. Foreign market entry mode choice of small and medium-sized enterprises: A systematic review and future research agenda. *International Business Review*, 23(6).

Lavie, D. 2007. Alliance portfolios and firm performance: A study of value creation and appropriation in the U.S. software industry. *Strategic Management Journal*.

Lavie, D., & Miller, S. R. 2008. Alliance Portfolio Internationalization and Firm Performance. *Organization Science*, 19(4): 623–646.

Lazzarini, S., Chaddad, F., & Cook, M. 2008. Integrating supply chain and network analyses: The study of netchains. *Journal on Chain and Network Science*, 1(1): 7–22.

Leblang, D. 2010. Familiarity Breeds Investment: Diaspora Networks and International Investment. *American Political Science Review*, 104(3): 584–600.

Lin, N. 1999. Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 22(1): 28–51.

Lin, N. 2003. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. (M. Granovetter, Ed.). Cambridge: Cambridge university press.

Lindstrand, A., Melén, S., & Nordman, E. R. 2011. Turning social capital into business: A study of the internationalization of biotech SMEs. *International Business Review*, 20(2): 194–212.

Littunen, H. 2000. Networks and Local Environmental Characteristics in the Survival of New Firms. *Small Business Economics*, 15(1): 59–71.

Musteen, M., Francis, J., & Datta, D. K. 2010. The influence of international networks on internationalization speed and performance: A study of Czech SMEs. *Journal of World Business*, 45(3): 197–205.

Neumayer, E., & Spess, L. 2005. Do bilateral investment treaties increase foreign direct investment to developing countries? *World Development*, 33(10): 1567–1585.

Ozcan, P., & Eisenhardt, K. 2009. Origin of alliance portfolios: Entrepreneurs, network strategies, and firm performance. *Academy of Management Journal*, 52(2): 246–279.

Putnam, R. D. 1995. Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science & Politics*, 28(4): 664–684.

Reyes, J., Wooster, R., & Shirrell, S. 2014. Regional trade agreements and the pattern of trade: A networks approach. *World Economy*, 37(8): 1128–1151.

Saban, D., Bonomo, F., & Stier-Moses, N. E. 2010. Analysis and models of bilateral investment treaties using a social networks approach. *Physica A*, 389: 3661–3673.

Schweitzer, F., Fagiolo, G., Sornette, D., Vega-Redondo, F., & White, D. R. 2009. Economic Networks: What do we know and what do we need to know? *Advances in Complex Systems*, 12(04n05): 407–422.

Serrano, M. Á., & Boguñá, M. 2003. Topology of the world trade web. *Physical Review E*, 68(1): 4.

Tallman, S. B., & Chacar, A. S. 2011. Communities, alliances, networks and knowledge in multinational firms: A micro-analytic framework. *Journal of International Management*, 17(3): 201–210.

Vanninen, H., Kuivalainen, O., & Ciravegna, L. 2017. Rapid multinationalization: Propositions for studying born micromultinationals. *International Business Review*, 26(2): 365–379.

Xu, H., & Qin, J. 2015. The structure and nodes' role of the world coal trade network. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 13(1): 33–49.

Xu, Y. 2011. Competitive Network and Competitive Behavior: a Study of the U.S. Airline Industry. *Academy of Strategic Management Journal*, 10(1): 45–63.

Zaheer, A., Gözübüyük, R., & Milanov, H. 2010. It's the Connections: The Network Perspective in Interorganizational Research. *Academy of Management Perspectives*, 24(1): 62–77.

Zhao, H., & Hsu, C. C. 2007. Social ties and foreign market entry: An empirical inquiry. *Management International Review*, 47(6): 815–844.

Línea: Logística en los Negocios Verdes

Optimización de la Cadena de Suministro para la Reducción del Impacto en el Medio Ambiente

Mtro. Gerardo Quiroz Vieyra, Dr. Luis Fernando Muñoz González

Resumen- *Las cadenas de suministro se han vuelto el eje de las operaciones en las organizaciones, determinando en buena medida sus ventajas competitivas y comparativas. Dentro de las cadenas de suministro destacan las de logística, que también se han tornado en objetos de estudio tanto en los ámbitos académicos como comerciales. Aspectos como administración de la demanda, administración del transporte, manejo de inventarios, administración de almacenes, distribución y administración del riesgo son cruciales en los costos del producto, costos de oportunidad, oportunidad de entrega, calidad del producto y calidad del servicio, todo ello buscando cumplir con el objetivo final que es la satisfacción de los requerimientos de los clientes.*

Para el diseño y administración de las cadenas de suministro y de las de logística, se cuenta con metodologías y métodos para darles eficiencia, eficacia y flexibilidad en un mundo globalizado, complejo y dinámico. Los sistemas de información, la administración de operaciones, la analítica y la inteligencia artificial ahora confluyen en apoyo de las cadenas de suministro, de sus subsistemas, y de otras metodologías que a su vez apoyan a éstas.

La analítica de negocios y la analítica avanzada en sus cuatro modalidades, descriptiva, diagnóstica, predictiva y prescriptiva, aplicadas a la cadena de suministro en general, y a las de logística en particular, pueden generar los insumos para una adecuada toma de decisiones, tanto operativas como estratégicas, al tiempo que también se pueden utilizar para construir u optimizar los modelos operativos y la formulación de estrategias.

En este trabajo se plantea el uso de la analítica y su liga con los sistemas de información, para la optimización de la cadena de suministro, en particular de las cadenas de logística, para alcanzar no solo sus fines operativos, sino también para el logro de cadenas sustentables y verdes.

Palabras clave: *Analítica avanzada, analítica de negocios, cadenas de logística sustentables, ciencia de los datos, sistemas de información en las cadenas de logística*

Summary- *The supply chains have become the axis of the operations of the organizations and to a large extent they determine the competitive and comparative advantages of them. Within the supply chains, logistics chains stand out, which have also become objects of study in both academic and commercial areas. Aspects such as demand management, transportation management, inventory management, warehouse administration, distribution and risk management are crucial in the costs of the product, opportunity costs, delivery*

opportunity, product quality and quality of service, all of this seeking to fulfill the final objective that is the satisfaction of the requirements of the customer.

For the design and administration of supply chains and logistics chains, we have methodologies and methods to give them efficiency, effectiveness and flexibility in a globalized, complex and dynamic world. Information systems, operations management, analytics and artificial intelligence now converge in support of supply chains, their subsystems, and other methodologies that in turn support them.

Business analytics and advanced analytics in its four modalities, descriptive, diagnostic, predictive and prescriptive, applied to the supply chain in general, and to logistics chains in particular can generate the inputs for an adequate decision making, both operational as strategic, while they can also be used to build or optimize operational models and strategy formulation.

This paper considers the use of analytics and its link with information systems for the optimization of the supply chain, particularly logistics chains, to achieve not only their operational purposes, but also for the achievement of chains sustainable and green.

Keywords: *Advanced analytics, business analytics, data science, information systems in logistics chains, sustainable logistics chains.*

Impacto del Tratado USMCA en el comportamiento de los ADR's mexicanos

Sergio Solís Tepexpa³⁴
Luis Fernando Muñoz González³⁵

Resumen- *El presente trabajo tiene como objetivo establecer el efecto que las negociaciones del nuevo tratado entre Estados Unidos, México y Canadá (USMCA) han tenido sobre la inversión extranjera de cartera, en particular sobre los American Depositary Receipts (ADR's) mexicanos. Se parte de analizar el proceso de apertura de los mercados internacionales, no solamente en los financieros, para acotar hasta el proceso de "integración" dentro del bloque norteamericano y las implicaciones que ello ha traído en materia de desarrollo al país. La metodología utilizada es un modelo GARCH, propio para analizar procesos de series de tiempo de variables financieras. El resultado esperado es que la incertidumbre propiciada por el proceso de negociación del acuerdo en cuestión ha impactado en la volatilidad de los ADR's mexicanos, durante el lapso de estudio.*

³⁴ Profesor – Investigador de Área Análisis y Gestión Socioeconómica de Departamento de Producción Económica, UAM – Xochimilco. Correo: solin77@gmail.com, ssolis@correo.xoc.uam.mx

³⁵ Profesor – Investigador del Departamento de Producción Económica, UAM – Xochimilco. Correo: lfmg60@gmail.com

Palabras clave: ADR's, incertidumbre, mercados financieros, USMCA, volatilidad.

Abstract- The objective of this paper is to establish the effect that the negotiations of the new treaty between the United States, Mexico and Canada (USMCA) have had on foreign portfolio investment, particularly on Mexican American Depositary Receipts (ADRs). The starting point is to analyze the process of opening up international markets, not only financial ones, to narrow down the process of "integration" within the North American bloc and the implications that this has brought in terms of development to the country. The methodology to be used is through the application of a GARCH model, proper to analyze time series processes of financial variables. The expected result is that the uncertainty caused by the negotiation process of the agreement in question has impacted on the volatility of the Mexican ADRs during the study time.

Keywords: ADRs, financial markets, uncertainty, USMCA, volatility.

1. Introducción.

Las relaciones comerciales de México con el exterior han sido monopolizadas por los Estados Unidos durante varios siglos y se agudizaron con la complicidad de gobiernos, como el de Juárez que abrió las puertas para que empresas norteamericanas explotaran de manera intensiva los recursos y mano de obra del país. La década de los años noventa trajo consigo la firma de del llamado TLCAN con el cual se formalizaba un espacio comercial que haría evolucionar algunas industrias nacionales, como la automotriz que pasó de exportar 7,125 millones de dólares en 1994 a 83,632 millones de dólares en 2017, según el Departamento de Comercio de Estados Unidos (2018). No obstante, este ambiente de crecimiento no fue generalizado y es una de las críticas a dicho tratado, pero México envía cerca del 80% de sus exportaciones a Estados Unidos y Canadá alrededor del 75%. Juntos, México y Canadá representan poco más de un tercio de las exportaciones de Estados Unidos.

Dado este contexto resultaba importante renegociar el tratado comercial para adaptarlo a los procesos actuales de comercio global e incluir algunos productos o mercados que no estaban incluidos en el TLCAN. Sin embargo, el actual presidente estadounidense buscó una mejor posición para su país y pujó durante varios meses para que los gobiernos canadiense y mexicano aceptaran las nuevas condiciones comerciales que buscaba imponer. Esto originó un ambiente de incertidumbre y los mercados financieros son altamente sensibles a este tipo de señales.

Es en este sentido, que en el presente trabajo se plantea evaluar el impacto que mexicanos han tenido las negociaciones efectuadas en torno a un nuevo acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá sobre el comportamiento de las cotizaciones de los ADR's mexicanos. Para ello, en un primer momento se identifica la evolución de las cotizaciones de los ADR's mexicanos dentro del período de negociación (2017-2018) del nuevo acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá; y en segunda instancia se realiza un análisis mediante un modelo GARCH. Se utiliza una muestra con cotizaciones diarias de enero de 2017 a diciembre de 2018 de los ADR's que tuvieron actividad en todos los días del periodo de análisis. El modelo considera como variables exógenas a Dow Jones y el IPC, como potenciales factores de volatilidad para los ADR's, sin embargo, los resultados muestran que la volatilidad de estos activos proviene directamente de la especulación sobre la cotización de su precio.

2. Estado del arte.

2.1. Los tratados comerciales

Para entender la dinámica de inserción de México dentro del contexto internacional es necesario ubicarlo como país periférico subdesarrollado, con todas las limitaciones socio históricas que ello supone. Resalta en este orden de ideas el hecho de contar con un Estado que se ha subsumido a los intereses de las economías centrales, específicamente a la estadounidense, con la que se une el país por consideraciones de relación históricamente cercana, producto de su vecindad geográfica, entre otros factores. Esto se hace más patente a partir de la entrada al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), desde 1994. Más aún, se ha generado una más profunda dependencia de los flujos de inversión extranjera de cartera, cuyo carácter volátil es evidente bajo distintos ángulos. Hoy, dadas las presiones del presidente norteamericano, se alude a una reivindicación de la “soberanía”, pero básicamente de carácter eminentemente retórico, por parte de las autoridades mexicanas, sin hacer mención de las enormes fracturas que como proyecto tiene la apertura indiscriminada al capital externo (de acuerdo con el Consenso de Washington), sin una integración productiva y orientada al desarrollo armónico del mercado interno, fundamentalmente:

“El Estado mexicano alarma... a la sociedad sobre los escenarios de mayor volatilidad e incertidumbre en la economía global...Lo que no señala es que (esto se ha) orientado desde por lo menos tres décadas a reproducir las relaciones de subordinación, dependencia y des-
acumulación, mismas que han empantanado a la economía” (Ríos J.L. 2018, pág. 25).

Al respecto, Esteinou (Esteinou Madrid J., 2018) advierte varias contradicciones del enfoque neoliberal que México adoptó desde la década de los ochenta. En esencia éstas giran en torno a la subordinación de las acciones económicas al mecanismo del mercado, a la disminución del papel del Estado a casi un mero vigilante, a la falta de elementos que integren eficazmente la estructura económica del país, a la mayor dependencia respecto de los Estados Unidos,

redundando en una severa vulnerabilidad. En general concluye que ...Lo más impresionante de este fenómeno desnacionalizador ...después de un largo y costosísimo proceso histórico de más de 6 décadas para construir nuestra planta industrial...la sociedad mexicana no proteste mayoritaria y álgidamente ante la destrucción de ésta (Esteinou Madrid J., 2018, pág. 48 y 49)

Es un hecho que hoy en día hay fuertes presiones proteccionistas, entre las que destaca la Administración Trump y el Brexit. América Latina ha jugado un papel relevante en la búsqueda de una integración económica, tanto intra como al exterior del bloque. No obstante que mucho de dicho esfuerzo haya sido poco eficaz, constituye un ejemplo de los intentos por generar sinergias mediante las relaciones entre diferentes economías. En ello es menester considerar que estos esfuerzos son altamente deseables en el mundo actual, aunque hay que ubicarlos en un contexto de alta complejidad, dada la cantidad de factores que involucran, que van más allá de lo comercial y que en efecto incorporan elementos culturales, sociales, de estrategia geopolítica, etc. Al respecto, Copelli (Copelli Ortiz G., 2018) destaca varios estadios en el proceso de integración económica, pasando desde el acuerdo preferencial (que según él se contrapone al GATT), el área de libre comercio (donde entran los TLC), la unión aduanera (como el Mercosur), el mercado común (como el centroamericano), la unión económica y monetaria (como la europea) y la unión política.

De manera coadyuvante a estas modalidades comentadas, se encuentran los acuerdos de cooperación, mismos que han vinculado a América Latina con la Unión Europea en diversas fechas. Destaca como acuerdo de primera generación el firmado por la Unión Europea y México en 1975, así como de cuarta el llamado Marco de Asociación de dicha unión con México, en 1997. Cabe destacar que las cumbres entre América Latina y la Unión europea han jugado un papel relevante dentro de este proceso integrativo (Copelli Ortiz G., 2018, pág. 20 y 21). Destaca el caso chileno, como paradigma de un esfuerzo continuo en las relaciones entre ambos bloques. Tanto el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), como el Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP), constituyen elementos de la estrategia globalizadora de las economías desarrolladas occidentales, que pretenden formar un bloque a nivel del continente euroasiático, para impedir el cambio de hegemonía de los Estados Unidos, a los dos extremos de dicho continente, siendo crucial en el extremo occidental el TTIP, en tanto que en el oriental el TPP. De manera subsidiaria al primero se encontraría la Alianza del Pacífico, conformada por economías del bloque latinoamericano. Ello en constante interacción contra las fuerzas regionalistas tipo Brexit y gobierno Trump. En ambos casos, China juega un papel central en la correlación de fuerzas a nivel global (Merino G. E., 2018).

En el marco de la apertura de las economías de América Latina, no se han establecido políticas compensatorias que aminoren los efectos nocivos de dicho proceso en economías con cadenas productivas no consolidadas de manera integral, principalmente en torno al flujo de mercancías y de inversiones de los países desarrollados. Además, se ha enfatizado en acuerdos bilaterales, más que multilaterales, beneficiando a las empresas multinacionales principalmente. No obstante que las limitaciones de esta negociación asimétrica se aprecian

en los tratados para con la Unión Europea, se aprecia un sesgo pro estadounidense, mismo que tiene que ver con frenar la presencia europea y china en la región. Dentro de este contexto se encuentra el Acuerdo de Libre Comercio para las Américas, al que únicamente se le han opuesto Argentina y Brasil. Como resultado, en particular en el caso de México, se observa una mayor dependencia al mercado estadounidense, así como una creciente vulnerabilidad y volatilidad en los flujos financieros (Huerta González A., 2007).

En general las medidas de facilitación del comercio han formado parte del entorno de instituciones como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y van más allá de tratados comerciales en específico. Se trata de disminuir los costos de transacción del comercio exterior. En México esta situación ha apreciado importantes avances, toda vez de que se han reducido los trámites y actividades conexas con el comercio exterior, reduciendo en menores tiempos y costos concomitantes. Se observa que entre 2015 y 2017, el país se encuentra con un desempeño sobresaliente, dentro una muestra de 163 países en cuanto a facilitación del comercio se refiere (Amador Hernández J.C., Hernández Sánchez L., 2017, pág. 42 y 43). A nivel de América Latina se encuentra en primer lugar. Esta situación, más allá de lo señalado sobre la asimetría de los acuerdos comerciales, resulta ventajosa al momento de promover el comercio exterior, sea cual fuere su destino.

Sin embargo, al firmar un número considerable de acuerdo comerciales con países desarrollados, y dada la asimetría de ellos, México debió ceder el control de algunos procesos financieros para garantizar el flujo hacia el exterior de capital financiero. En este sentido, para dar cuenta de la alta vulnerabilidad del sistema financiero del país, es preciso señalar que “ningún otro país de América Latina ha permitido que su sistema bancario sea controlado por extranjeros con implicaciones para el sector productivo altamente costosas y riesgosas (Pacheco López, P., 2005, p.88). Dado lo anterior es necesario vincular cualquier negociación internacional a la planificación del desarrollo económico y contar con un papel activo del Estado como un verdadero ente regulador en beneficio de la colectividad. Aunque la inestabilidad, la volatilidad y el comportamiento de rebaño son elementos inherentes a los mercados financieros..., no todos los tipos de capital exhiben estas características en igual medida...(García Arias J., 2008, p. 161) La inversión en cartera tiende a ser procíclica y fuertemente reversible y volátil (García Arias J., 2008, p. 162).

Dentro de toda la corriente de libre cambio que se ha estado señalado, destaca el hecho de que a 2016 México contaba con 11 acuerdos, firmados con 46 países, lo que representaba el 90% de su comercio exterior. De éstos, inició con el TLCAN, en tanto que el resto en su mayoría han sido con América Latina, habiendo uno con Japón, otro con Israel y dos con la Unión Europea. A ello hay que adicionar la ya mencionada Alianza del Pacífico y el TPP (Gazol Sánchez A., 2016, p.126). Por lo tanto, plantear la relación de México con Canadá es hablar de la relación entre ambos países con Estados Unidos, y que se ve plasmado en el TLCAN de la década de los años noventa y recientemente en las negociaciones del USMCA. No obstante, con la Administración Trump las relaciones comerciales a nivel mundial se ven amenazadas por las restricciones y aranceles que buscan imponer, en particular, la posición de América Latina se ve afectada por diversos factores de riesgo, destacando una mayor

aversión al riesgo, una concomitante alza en tasas de interés y una volatilidad financiera creciente (Sanahuja J.A., Comini N., 2018, pag.34).

2.2. El TLCAN y el USMCA

Derivado de los sucesos ocurridos en 2001 en el WTC, se presentó una coyuntura desfavorable para México, misma que ha influido decisivamente en el rumbo actual de las relaciones con Estados Unidos, oscilando entre un principio de no intervención y la necesidad de mantener sin grandes menoscabos la postura dependiente frente a la economía del norte (Ramírez Ortiz R.D., 2017). Como ya se mencionó anteriormente, la política exterior de México ha estado condicionada sustancialmente por la relación con Estados Unidos. Dicha dependencia tan acentuada ha generado disparidades productivas, como se puede ver en los grados de industrialización diferenciales entre los estados nortños y los sureños. A efecto de atenuar dicha vulnerabilidad, producto de la incertidumbre, se requiere un vuelco al multilateralismo y una menor dependencia de Estados Unidos. Todo ello se ve más claro cuando este último se cierra a la liberalización comercial, entre tanto China genera lo contrario. Así mismo, se debe complementar esta visión, con mecanismos que protejan la industria nacional y que generen condiciones más favorables como nación subdesarrollada (Guevara López D., 2017).

A todo lo anterior se le suma la incapacidad de entendimiento por parte de la cúpula empresarial mexicana, en el sentido de no usar solamente a los acuerdos con Estados Unidos como un mero mecanismo caro de entrada de capitales, en tanto que dicho país ha utilizado a México como “chivo expiatorio” para pagar su pérdida de competitividad internacional, sobre todo frente a China, país con el que se ha reflejado dicha problemática de una manera muy significativa (Huerta González A., 2017). Según el Foro Económico Mundial, en 2000, México ocupaba el lugar 42 de 80 países en el Índice Global de Competitividad (IGC). En 2007 ocupó el lugar 51 de 137 países (Padierna Luna D., 2017, pág. 157). Si a ello se le suma la falta de inversión en el país, en realidad lo único dinámico han sido las exportaciones y de ellas un alto porcentaje traen un componente importado significativo.

Más aún, el saldo en términos de crecimiento y desarrollo en México ha sido muy desfavorable, lo cual se refleja en una concentración excesiva del ingreso, en una falta de eslabonamientos productivos y en una cada vez menor intervención del Estado como ente regulador de estas “fallas del mercado” (Blecker R.A., Moreno Brid J., Salat I., 2018, pág. 408)

La vieja bipolaridad, donde México entraba como parte de los países no alineados, dejó paso a un mundo más complejo, en el que algunos señalan una nueva bipolaridad China-Estados Unidos y otros más bien califican de una multipolaridad mundial. Sea como fuere, México debe atender a una relación multilateral, concebido como una potencia media, que rompa con la excesiva concentración de sus relaciones en la economía estadounidense. La “...interdependencia económica chin-estadounidense genera consecuencias

desestabilizadoras para la economía mundial: la volatilidad del mercado de dinero creando volatilidad adicional en los mercados financieros...” (Calderón Salazar J., 2017, pág. 11)

En realidad, mientras que Canadá y México buscan el acuerdo regional con fines más integrales en la relación regional, Estados Unidos solamente trata de generar arreglos benéficos para su balanza de pagos. Hoy en día se han puesto sobre la mesa temas más allá de lo comercial, como es la seguridad y aspectos de orden legal (Guerra Castillo M., 2017). El sesgo mercantilista estadounidense no es solamente asunto de la Administración Trump, sino más bien se trata de un fenómeno que aún los demócratas traen consigo como una bandera electoral. Siguen pensando que una balanza comercial deficitaria es una “pérdida”, aunque en el trasfondo ni los empresarios, ni los gobernadores de los estados que mayores vínculos económicos tienen con México (Texas, California, Michigan, entre los más relevantes) creen verdadera esa concepción tan simplista (Negrete-Cárdenas S., 2018).

En el nuevo USMCA se plantea “...que ninguno de los países del acuerdo tripartita, puede negociar sin consultar con los demás tratados comerciales con países que no son considerados “economías de mercado” (léase China).” (Anguiano E., 2019, pag. 154). Ello da cuenta de que Estados Unidos percibe una amenaza en que China se vuelva un socio más interesante para México de aquí en adelante (Anguiano E., 2019).

2.3. Instrumentos financieros internacionales.

A partir de los acuerdos de Bretton Woods se buscó liberalizar y desregular los mercados de todo tipo, entre los que destacan los financieros. El proceso fue lento, pero durante la segunda mitad del siglo XX se fueron dando las condiciones para una apertura en esta materia, de una manera vertiginosa, desde el auge de los euromercados. Al efecto han contribuido la Unión Europea, el TLCAN, los Códigos de liberalización de los movimientos de capitales de la OCDE (González S., Mascareñas J., 1999, pp. 2 y 3), entre otros.

Asimismo, se han incorporado economías como los llamados tigres asiáticos (Corea del Sur, Hong Kong, Singapur y Taiwán), Indonesia o Brasil, dentro de un entorno multilateral. Ello ha propiciado una mayor vulnerabilidad e interdependencia en los mercados financieros internacionales, dando paso a innovaciones en esta materia, tendientes a diversificar los riesgos y a ampliar la liquidez de los mercados. En este último punto ha jugado un papel clave la titularización de los activos, así como el auge de los contratos de derivados. Todo lo anterior se enmarca en la gestión de riesgos, sin menoscabo del carácter especulativo que se le pueda dar a estas herramientas, en lo que juega un papel clave el uso de gráficos del perfil de riesgos específico. Actualmente, se habla de mercados financieros internacionales integrados, los cuales se han dinamizado gracias a los avances tecnológicos, así como a la institucionalización concurrente (González S., Mascareñas J., 1999, p. 13), lo cual mostró los efectos de “contagio”, en crisis como la mexicana, la asiática o la rusa, entre otras (González S., Mascareñas J., 1999, pag. 20).

En todo esto se ha observado un descenso en las comisiones de intermediarios, lo que ha propiciado que éstos asuman más posiciones por cuenta propia, con el consecuente incremento en el riesgo asumido. “La economía real de los países corre el riesgo de verse sacudida por la economía financiera globalizada (González S., Mascareñas J., 1999, pag. 27).

De manera particular, destaca dentro del dinamismo en los mercados financieros, el experimentado por México a partir de 1990. En ello jugaron un papel clave la desregulación de los mercados, como se plasma en las medidas que la Securities and Exchange Commission (SEC) estadounidense generó para expandir el mercado secundario de títulos, hacia el exterior, jugando un papel central las economías de América Latina y en particular México. Paralelamente, las acciones de “apertura” experimentadas por México, en el marco del nuevo modelo neoliberal, alcanzaron el plano financiero, en un proceso de extranjerización y de formalización de los mercados. Así mismo, la flexibilización de la política de inversiones extranjeras disparó los montos en cartera, por las atractivas tasas de interés reales en el país.

Dentro de los instrumentos que más han contribuido en la apertura del mercado financiero mexicano a la inversión extranjera de cartera se encuentran los ADR’s, las acciones serie B, el Fondo Neutro de Nacional Financiera, que permite adquirir por parte de los extranjeros acciones serie B, mediante Certificados de Participación Ordinarios; así como fondos país como el Fondo México (Caro Razú E., 1994, pag. 16 y 17).

2.4. Los ADR’s mexicanos.

En primer lugar es preciso explicar que es un American Depositary Receipt (ADR por sus siglas en inglés). Estos instrumentos representan las acciones de una compañía extranjera negociadas en Estados Unidos en dólares, pero que representan un número fijo de acciones de una corporación domiciliada fuera de Estados Unidos, y que además les da derecho a los accionista a todos los dividendos y ganancias sobre el capital. Es importante señalar que el uso de los ADR permite a los inversionistas norteamericanos comprar acciones de compañías extranjeras que cotizan en otros mercados, pero con la facilidad de que pueden adquirirlas en los Estados Unidos en forma de un ADR. Básicamente, en la emisión de los ADR’s intervienen dos bancos estadounidenses, por un lado, el banco emisor quien compra las acciones extranjeras y realiza todos los trámites para posteriormente ofrecerlas en Estados Unidos, y por otro, el banco depositario quien Emite y cancela los ADRs, teniendo relación permanente con los inversionistas. Algunas de las características de estos instrumentos son:

- Se trata de valores emitidos a nombre del titular,
- La venta/compra en USA se hace conforme a las leyes norteamericanas
- Deben registrarse en la SEC (Securities and Exchange Commission)
- Estarán depositados en el Depósito Central de USA.

De esta manera, los ADR pueden listarse en cualquiera de los mercados financieros europeos y americanos, tales como la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE) y la Bolsa de Valores Americana (AMEX), y el Nasdaq.

En el caso de los ADR's mexicanos, éstos han tenido un dinamismo acelerado, y muestra de ello es que su "colocación...pasó de 402 millones de dólares en 1989 a 21,154 millones de dólares en 1992" (Caro Razú E., 1994, pag. 16), lo cual significó un crecimiento promedio anual cercano al 275%. En esencia se trata de "...un certificado que representa la propiedad de un número específico de acciones de una empresa extranjera y que se coloca y cotiza en el mercado de valores de Estados Unidos." (Caro Razú E., 1994, pag. 27). En esta figura interviene la emisora, el banco custodio y la institución depositaria. (Caro Razú E., 1994, pag. 27)

Surgieron en 1927, a iniciativa del Banco Morgan y pueden ser no patrocinados o patrocinados, estos últimos con un acuerdo contractual. Dentro de la categoría de patrocinados, lo hay de nivel I (over the counter, es decir extrabursátiles) mismos que gozan de alta aceptación, de nivel II denominados Listing Program y aquellos con requisitos más complejos o de nivel III, llamados Offering Program, cuya ventaja más relevante es la mayor penetración que pueden tener en el mercado. Ya para 1990-1992, dentro del bloque latinoamericano, los ADR's mexicanos representaron el 90% del total enlistado. (Caro Razú E., 1994, pag. 29).

Si bien Glaxo (Reino Unido) es uno de los ADR's más negociado, para México el caso de Telmex es destacable. Cabe señalar que dicho mecanismo es una manera muy versátil de entrar al mercado financiero estadounidense. Se tienen ventajas de costo para ambas partes (oferente y demandante), tiempos y proceso de registro ante la SEC. Más aún, mediante ofertas de colocación privada con base en la regla 144 los tiempos de proceso son cortos, menos de dos meses, sin necesidad de registro ante la SEC, aunque con la desventaja de tener mucho menor penetración que una oferta pública. (Velli J., 1994, varias pags.)

3. Metodología del estudio.

Modelo GARCH

Desde su "descubrimiento" en 1982, la elaboración de modelos ARCH se ha convertido en un área floreciente, con todo tipo de variantes respecto al modelo original. Uno que ha sido muy popular es el modelo 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.

La volatilidad es una característica inherente a las series de tiempo financieras. En general, no es constante y en consecuencia los modelos de series de tiempo tradicionales que suponen varianza homocedástica, no son adecuados para modelar series de tiempo financieras. Engle (1982) introduce una nueva clase de procesos estocásticos llamados modelos ARCH, en los cuales la varianza condicionada a la información pasada no es constante, y depende del cuadrado de las innovaciones pasadas. Bollerslev (1986) generaliza los modelos ARCH al proponer los modelos GARCH en los cuales la varianza condicional depende no solo de los cuadrados de las perturbaciones, como en Engle, sino, además, de las varianzas condicionales de períodos anteriores.

En 1991, Nelson presenta los modelos EGARCH, en los cuales formula para la varianza condicional un modelo que no se comporta de manera simétrica para perturbaciones positivas y negativas, como sucede en los modelos GARCH; expresando otro rasgo de la volatilidad: su comportamiento asimétrico frente a las alzas y bajas de los precios de un activo financiero.

4. Datos y Resultados.

El presente trabajo tiene por objetivo establecer si existe alta volatilidad de los ADR's mexicanos durante el periodo de renegociación del tratado de libre comercio de América del Norte, que fue bautizado como USMC o T-MEC en México. Para ello se tomaron en cuenta a las siguientes emisoras que cuentan con el mayor número de instrumentos negociados por día y que se muestran en la Tabla 1. De esta lista de emisoras se eligieron sólo 11, las cuales mostraron actividad durante los dos años que se esta evaluando

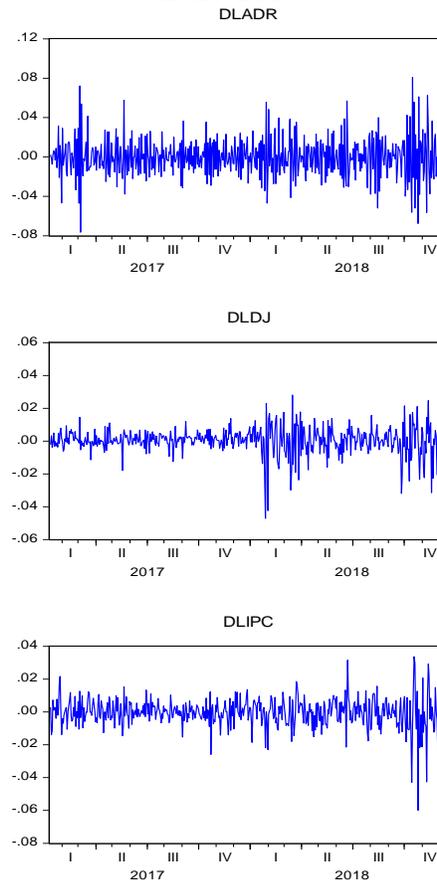
Tabla 1
Emisoras Mexicanas de ADR's con mayor bursatilidad
2017-2018

-
- | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| ● Cemex ADR | ● Wal-Mart De Mexico |
| ● Grupo Televisa ADR | ● Grupo Aeroportuario Sureste ADR |
| ● America Movil ADR | ● Empresas ICA ADR |
| ● Santander Mexico B ADR | ● Wal Mart México |
| ● Vuela | ● Kimberly-Clark de Mexico |
| ● Fomento Economico Mexicano | ● Industrias Bachoco ADR |
| ● Aeroportuario del Centro Norte | ● Grupo Simec ADR |
| ● Alumifuel Pwr Corp. | ● Fresnillo |
| ● Coca Cola Femsa ADR | ● Peñoles |
| ● GAP ADR | ● Gruma SAB de CV |
-

Fuente: Elaboración propia con datos de Investing.com

De manera específica se eligieron a: America Movil, Santander México, Cemex, Femsa, Kimberly-Clark de México, Coca-Cola Femsa, Grupo Aeroportuario del Centro Norte, GAP, Grupo Simec, Televisa y Wal-Mart México. Se utilizaron los datos sobre precio al cierre y volumen negociado por sesión para elaborar un índice Laspeyres que aglutinara las cotizaciones en un sólo dato diario. Con ello se obtuvo una serie temporal de 501 datos. En la siguiente gráfica se ilustra el comportamiento de los rendimientos generados por el Índice ADR's y dos variables exógenas, el Dow Jones y el IPyC.

Gráfica 1
Comportamiento de los rendimientos del índice ADR, Dow Jones e IPyC
2017-2018



Fuente: Elaboración propia con datos de Investing.com

En la Gráfica anterior se observa que los rendimientos muestran un proceso con medio cero, pero heterocedástico. Otra evidencia es que existe mayor volatilidad en el Índice ADR's que en los mercados donde se comercializa estos instrumentos y de donde son originarias las

emisoras a lo largo del periodo de análisis. Como ya se comentó, dadas las características de las series, se utilizó un modelo basado en la Heterocedasticidad Condicional cuya estructura es la siguiente:

$$GARCH = \alpha_0 + \alpha_1 * u^2(-1) + \alpha_2 * GARCH(-1) + \alpha_3 * D(LDJ) + \alpha_4 * D(LIPC)$$

Con este modelo no sólo se busca identificar los procesos de varianza generado por el propio comportamiento de los ADR's, sino también identificar si existe evidencia de que el comportamiento de los mercados accionarios mexicano y estadounidense influyen en la volatilidad de dichos instrumentos. Es importante mencionar que no sólo se construyó un modelo, sino que se elaboraron seis con las diferentes técnicas asociadas a la modelación de la varianza y se eligió un GARCH (1,1), de acuerdo con los criterios de bondad de ajuste. En la siguiente tabla se muestra que los valores del GARCH (1,1) son los más negativos, específicamente en los criterios Schwarz y Hannan-Quinn.

Tabla 2
Pruebas de Bondad de Ajuste

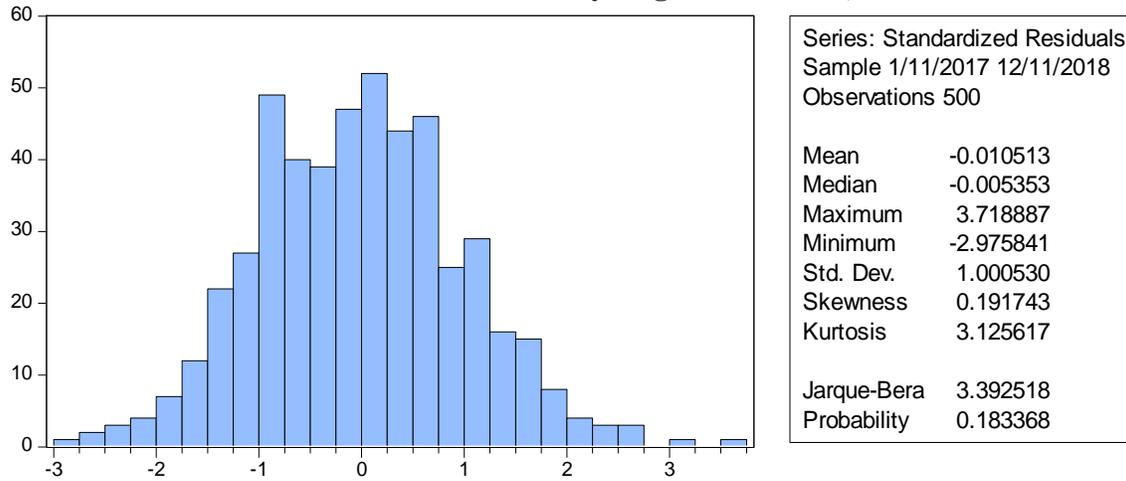
| Criterio | ARCH (1) | ARCH (2) | GARCH (1,1) | GARCH (1,2) | GARCH (2,1) | EGARCH (1,1,1) |
|--------------|-----------|-----------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| Akaike | -5.156543 | -5.198418 | -5.210550 | -5.206554 | -5.210824 | -5.213162 |
| Schwarz | -5.114397 | -5.147843 | -5.159975 | -5.147550 | -5.151820 | -5.154157 |
| Hannan-Quinn | -5.140005 | -5.178572 | -5.190704 | -5.183401 | -5.187671 | -5.190009 |

Fuente: Elaboración Propia con datos de Investing.com

Las pruebas de correcta especificación muestran que el residual del modelo GARCH (1,1) tiene un comportamiento con distribución Normal (Jarque-Bera: 3.3925 (0.183368)) con media: -0.010513; sin leptocurtosis (K=3.125617) y en cuanto a la Heterocedasticidad se realizó la prueba ARCH y bajo la hipótesis de que existe Homocedasticidad se comprueba esto último, como se muestra a continuación:

| | | | |
|--------------------|----------|-----------------------|--------|
| Estadístico - F | 1.606886 | Prob. F(1,497) | 0.2055 |
| Obs*R ² | 1.608153 | Prob. Chi-Cuadrada(1) | 0.2048 |

Gráfica 2
Pruebas de normalidad y sesgo GARCH (1,1)



Fuente: Elaboración propia con datos de Investing.com

Los resultados de salida del modelo GARCH (1,1), ver tabla 3, Muestran que no hay influencia de los mercados mexicano y estadounidense en el comportamiento del Índice ADR's, ya que el coeficiente tiene signo negativo y son no significativos de acuerdo con el p-value (D(LDJ), prob=0.8479 y D(LIPC), prob=0.1069)

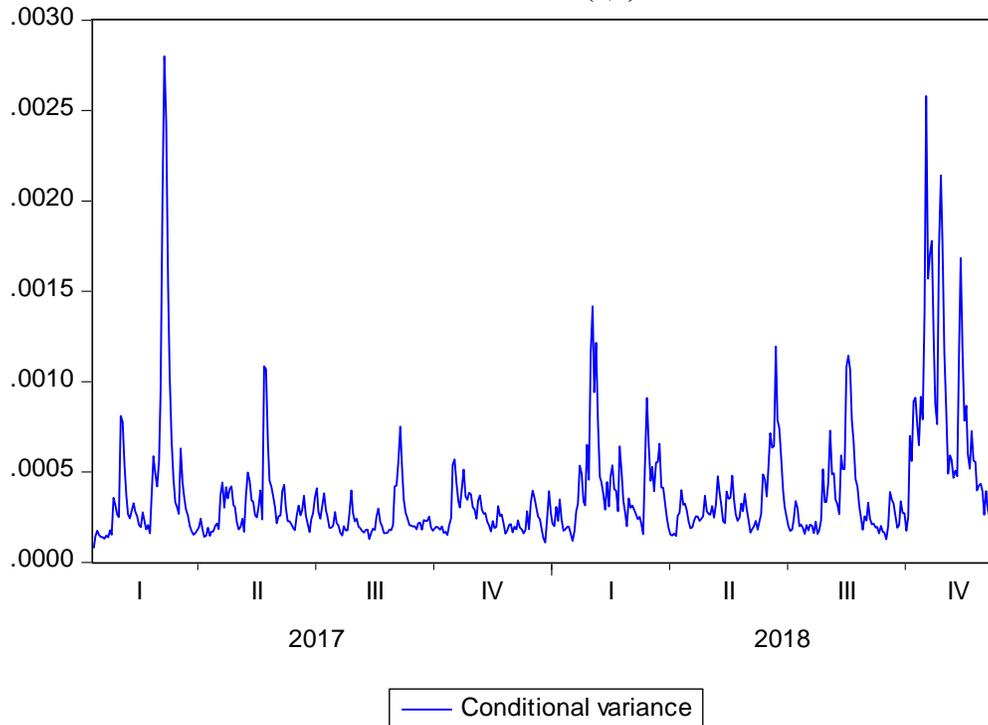
Tabla 3
Modelo GARCH (1,1)

| Variable | Coefficiente | Error estándar | Estatístico-Z | Prob. |
|-------------------------|--------------|------------------------|---------------|----------|
| C | 0.000339 | 0.000686 | 0.493706 | 0.6215 |
| Ecuación de la Varianza | | | | |
| α_0 | 5.56E-05 | 1.85E-05 | 3.007647 | 0.0026 |
| $U^2(-1)$ | 0.269383 | 0.067543 | 3.988296 | 0.0001 |
| GARCH(-1) | 0.581227 | 0.081478 | 7.133569 | 0.0000 |
| D(LDJ) | -0.000421 | 0.002196 | -0.191805 | 0.8479 |
| D(LIPC) | -0.003052 | 0.001893 | -1.612233 | 0.1069 |
| R ² | -0.000270 | Media var. dependiente | | 1.34E-05 |
| R ² Ajustada | -0.000270 | D.E. var. dependiente | | 0.019797 |

| | | | |
|-------------------------------|----------|----------------|----------|
| S.E. de la regresión | 0.019799 | Log likelihood | 1308.638 |
| Suma al cuadrado del residual | 0.195612 | Durbin-Watson | 3.065860 |

Fuente: Elaboración Propia con datos de Investing.com

Gráfica 3
Varianza Condicional GARCH (1,1) Índice ADR's



La gráfica 3 es útil para ilustrar los periodos de mayor volatilidad del Índice ADR's que se construyó. En ella es fácil identificar los picos más altos que son indicio de alta volatilidad. En este sentido, es posible identificar que el año 2017 inicio con procesos de incertidumbre traducida en riesgo en el mercado pero que se fue diluyendo. Es posible plantear que existieron tres grandes etapas, pues en el primer trimestre existió alta cautela ante la retórica proteccionista del nuevo gobierno de EU, en especial marcada por amenazas de un trato fiscal severo contra firmas estadounidenses con operaciones en México. Otro aspecto que originó precaución en el mercado financiero de América del Norte fue enero marcado por un alza histórica en el precio del dólar, el cual llegó hasta 21 pesos en su modalidad interbancaria y que representó la continuidad de una tendencia alcista desde noviembre de 2016, cuando Donald Trump fue electo presidente.

No obstante, a partir del segundo trimestre, conforme la presidencia de Donald Trump se asentaba las amenazas se fueron disipando lo que generó un ambiente menos tenso para los inversionistas que fue reflejado en una reducción significativa en la volatilidad de los ADR's mexicanos. Para finales del año la tendencia de calma continuo y los instrumentos mexicanos

reflejaron que el tipo de cambio se mantuvo por debajo de la línea de 18 pesos durante julio, agosto y septiembre.

En cambio, el 2018 inicia con alzas significativas en los precios de los combustibles lo que se refleja en los costos de producción. Asimismo, se tiene una constante presión cambiaria debido al anuncio de la renegociación del TLCAN y las declaraciones del presidente estadounidense que encaminaban a dismantelar la industria automotriz mexicana para repatriar parte del proceso productivo de este sector. Sin embargo, el mayor nivel de volatilidad de los ADR's durante este año se da después de terminadas las negociaciones y la firma del llamado T-MEC y con el inicio del periodo de transición del gobierno mexicano.

5. Conclusiones.

En el presente escrito se planteó el objetivo de analizar la volatilidad de los ADR's mexicanos ante la incertidumbre generada por la renegociación del tratado de libre Comercio de América del Norte. El estudio llevó a la necesidad de construir un índice que reflejará el comportamiento conjunto de este mercado de instrumentos mexicanos tan específicos. Dicho índice mostró que en general los activos mexicanos resultan muy volátiles, cómo puede verse en la gráfica 1, donde se muestran los rendimientos de los últimos dos años (2017-2018).

Si bien durante la elaboración de los diferentes modelos buscando el que mejor ajuste tuviera, se descubrió que en sólo en el caso del EGARCH se encuentra influencia directa del Mercado Dow Jones en las cotizaciones de los ADR's. En los otros cinco modelos construidos, la volatilidad en los mercados accionarios mexicano y estadounidense no muestra influencia en el comportamiento del índice ADR's que se construyó. De manera específica en el modelo elegido para el estudio (GARCH (1,1)), se puede observar que la volatilidad en los ADR's proviene más de la especulación sobre sus propios precios. Sin embargo, en el análisis de la varianza condicional se logran empatar eventos relacionados con el riesgo sistemático, como la depreciación del tipo de cambio o efectos inflacionarios como el incremento en los precios de producción, que han provocado oscilaciones de las cotizaciones de ADR's. Esto lleva a concluir que los ADR's, aún con su cotización en un mercado externo, son afectados por eventos económico-financieros inherentes al mercado mexicano. Se desecha el supuesto del blindaje que podrían tener estos instrumentos al cotizar en el extranjero.

Finalmente, también se hace evidente que la incertidumbre en el comportamiento de la economía mexicana ante la renegociación del Tratado de Libre Comercio ha influido también en los mercados financieros y todo 2018 mostró una mayor fluctuación en las cotizaciones de los ADR's mexicanos. Sin embargo, la volatilidad es más fuerte después de la firma del Tratado, pues coincide con el proceso de transición en el gobierno de la república en México. El ambiente en los mercados financieros hacia los activos mexicanos ha sido incierto, ya que las potenciales reformas institucionales y el llamado cambio de régimen han provocado

cautela a la hora de tomar posición ante instrumentos financieros mexicanos como los ADR's.

6. Referencias

Amador Hernández, J. C., & Hernández Sánchez, L. (2017). La facilitación del comercio y su aplicación en México. *Pluralidad Y Consenso*,7(34). Recuperado de <http://revista.ibd.senado.gob.mx/index.php/PluralidadYConsenso/article/view/470>

Anguiano, E. (2019). Las vinculaciones de México con China y Estados Unidos. *Economía UNAM*,16(46), 144-156. Recuperado de <http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econunam/46/017EugenioAnguiano.pdf>

Blecker, R. A., Moreno Brid, J., & Salat, I. (2018). La renegociación del tlcan: Un enfoque alternativo para la convergencia y la prosperidad compartida. *Economía Informa*,408. Recuperado de <http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econinfo/408/01BridSalat.pdf>

Calderón Salazar, J. (2017). Presente y futuro de la política económica y comercial de México y del tlcan. *Economía Informa*,407. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185084917300567>.

Caro Razú, E. (1994). Acceso a los mercados internacionales de capital y desarrollo de instrumentos financieros: El caso de México. *NU. CEPAL. Unidad De Financiamiento*,18. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5175>.

Copelli Ortiz, G. (2018). Las perspectivas futuras de la integración económica ¿Subsistencia o fortalecimiento? Especial referencia a la integración en América Latina y a las relaciones América Latina y Unión Europea. *Cultura Giuridica E Diritto Vivente*,5. Recuperado de <http://ojs.uniurb.it/index.php/cgdv/article/view/1850>

Durazo Herrmann, J. (2018). Tan lejos y tan cerca. Las relaciones México-Canadá en perspectiva histórica. *Foro Internacional*,58(2). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-013X2018000200243&script=sci_arttext

Esteinou Madrid, J. (2018). APERTURA COMERCIAL Y MODERNIZACION: el caso de México. *Convergencia Revista De Ciencias Sociales*, (4). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/10144>

García Arias, J. (2008). Finanzas internacionales y desarrollo: ¿oportunidad o amenaza? *Revista De La CEPAL*, (96), 157-172. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/11285>.

Gazol Sánchez, A. (2016). Libre comercio: Tratados y nuevo orden. Un balance. *Economía UNAM*, 13(38). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-952X2016000200122&script=sci_arttext&tlng=pt

González, S., & Mascareñas, J. (1999). La globalización de los mercados financieros. *Noticias De La Unión Europea*, 172, 15-35. Recuperado de <http://gacetafinanciera.com/TEORIARIESGO/GLOFIN.pdf>

Guerra Castillo, M. (2017). Las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte “TLCAN” y sus perspectivas. *Pluralidad Y Consenso*, 7(34). Recuperado de <http://revista.ibd.senado.gob.mx/index.php/PluralidadyConsenso/article/view/474>

Guevara López, D. (2017). Retos y perspectivas de la política exterior de México. *Pluralidad Y Consenso*, 7(32). Recuperado de <http://revista.ibd.senado.gob.mx/index.php/PluralidadyConsenso/article/view/426>

Huerta González, A. (2017). Las negociaciones del TLCAN y la falta de Política Económica de México para continuar o salir del Tratado. *Pluralidad Y Consenso*, 7(34). Recuperado de <http://revista.ibd.senado.gob.mx/index.php/PluralidadyConsenso/article/view/473>

Huerta González, A. (2007). Los tratados de libre comercio impulsados por Estados Unidos en América Latina y la profundización del subdesarrollo. *Contaduría Y Administración*, 221. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422007000100002&script=sci_arttext

Merino, G. E., Dr. (2018). Los tratados comerciales y las luchas globales en la era Trump. *Realidad Económica*, 47(313), 9-40. Recuperado de <http://www.iade.org.ar/system/files/articulos/3merino.pdf>

Negrete-Cárdenas, S. (2018). Escenarios del TLCAN: Farsa, comedia... ¿tragedia? *Revista Análisis Plural*. Recuperado de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5363/E2.EscenariosTLCAN.pdf?sequence=2>.

Pacheco López, P. (2005). Liberalización de la política comercial y crecimiento económico de México. *Economía UNAM*,2(4). Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v2n4/v2n4a5.pdf>

Padierna Luna, D. (2017). 23 años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. *Pluralidad Y Consenso*,7(34). Recuperado de <http://revista.ibd.senado.gob.mx/index.php/PluralidadyConsenso/article/view/476>

Ramírez Ortiz, R. D. (2017). La Política Exterior de México con Estados Unidos entre 2000 - 2006. *Revista Status*,2(3). Recuperado de <http://revista-status.uanl.mx/index.php/status/article/view/28>

Ríos, J. L. (2018). México, un paradigma del Estado dependiente. *Revista Brasileira De Estudos Latinoamericanos*,8(1). Recuperado de <https://rebela.emnuvens.com.br/pc/article/view/385>.

Sanahuja, J. A., & Comini, N. (2018). Las nuevas derechas latinoamericanas frente a una globalización en crisis. *Nueva Sociedad*,275. Recuperado de http://eprints.ucm.es/48563/1/Las_nuevas_derechas_latinoamericanas_fre.pdf

Velli, J. (1994). American Depositary Receipts: An Overview. *Fordham International Law Journal*. Recuperado de <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/frdint17÷=50&id=&page=&t=1558121155>.

DESARROLLO DE LA VIVIENDA VERDE EN MÉXICO

Sergio Solís Tepexpa^{36*}
Luis Fernando Muñoz González^{37**}

Resumen El sistema hipotecario en México ha evolucionado en los últimos quince años de manera significativa en el financiamiento a la construcción y compra de vivienda nueva. Sin embargo, las afectaciones al medio ambiente generadas por los nuevos complejos habitacionales no eran consideradas como una variable de decisión en la política de vivienda. Es importante recordar que en México, de manera tradicional, la vivienda de interés social es construida con materiales de poco o nulo ahorro de energía, alto consumo de agua y procesos de eliminación de residuos altamente contaminantes. En este contexto, se ha dado un movimiento impulsado por el gobierno federal para migrar hacia la construcción de vivienda social con un concepto verde o ecológico, que permita la convivencia de los nuevos asentamientos con el entorno. Este proceso de transición ha generado programas específicos en el marco de la Ley General de Cambio Climático, la Estrategia Nacional para la Vivienda Sustentable y el Programa de Acciones de Mitigación Nacionalmente Apropiadas (NAMA). El propósito de estos programas es crear una vivienda energéticamente sustentable, disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero, reducir el consumo de agua y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Bajo este nuevo escenario en la política de vivienda, el objetivo de este escrito es ilustrar y analizar la Estrategia Nacional de Vivienda Sustentable y de manera más precisa, tener un panorama de cómo funcionan dicho programas. Para este trabajo sólo se analizarán el NAMA y la Hipoteca Verde.

Palabras clave: Entorno, Hipoteca verde, Política de vivienda, sustentabilidad, vivienda social.

Abstract Mortgage system in México has evolved significantly in the last fifteen years in financing the construction and purchase of new housing. However, the effects on the environment generated by the new housing complexes were not considered as a decision variable in housing policy. It is important to remember that in Mexico, in a traditional way, low-income housing is built with materials with little or no energy savings, high water consumption and highly polluting waste disposal processes. In this context, there has been a movement promoted by the federal government to migrate towards the construction of social housing with a green or ecological concept, that allows the coexistence of the new settlements with the environment. This transition process has generated specific programs within the framework of the General Law of Climate Change, the National Strategy for Sustainable Housing and the Program of Nationally Appropriate Mitigation Actions (NAMA). The purpose of these programs is to create an energy-sustainable housing, reduce greenhouse gas emissions, reduce water consumption and improve the quality of life of its inhabitants. Under this new scenario in the housing policy, the objective of this paper is to illustrate and analyze the National Strategy of Sustainable Housing and more precisely, to have an overview of how these programs work. For this work, only the NAMA and the Green Mortgage will be analyzed.

^{36*} Profesor – Investigador de Área Análisis y Gestión Socioeconómica de Departamento de Producción Económica, UAM – Xochimilco. Correo: solin77@gmail.com, ssolis@correo.xoc.uam.mx

^{37**} Profesor – Investigador del Departamento de Producción Económica, UAM – Xochimilco. Correo: limg60@gmail.com

Key words: Environment, Green mortgage, Housing policy, social housing, sustainability.

1.Introducción

Los Estados y gobiernos en el mundo entero utilizan a la Sustentabilidad como parte de su discurso, con el objetivo de integrar a grupos de gran aceptación social a sus líneas de trabajo, sin embargo, este rubro sigue en planos secundarios en los programas de desarrollo de los gobiernos. En el caso de México, los Planes de Desarrollo de los tres presidentes del siglo XXI han incorporado la Sustentabilidad como un factor a ser considerado en las acciones del gobierno nacional, pero sólo se ha quedado en esto y se sigue privilegiando la idea del libre mercado y apertura comercial. Por ello es necesario, no sólo plantear, sino implementar Políticas Públicas que permitan incorporar en la praxis, la sustentabilidad como un quehacer cotidiano por parte de todos los individuos e impulsado de manera integral y multidisciplinaria desde los gobiernos en todos sus niveles.

En México de manera tradicional la vivienda de interés social es construida con materiales de poco o nulo ahorro de energía, alto consumo de agua y procesos de eliminación de residuos altamente contaminantes. En este contexto, se ha dado un movimiento impulsado por el gobierno federal para migrar hacia la construcción de vivienda social con un concepto verde o ecológico, que permita la convivencia de los nuevos asentamientos con el entorno. Este proceso de transición ha generado programas específicos en el marco de la Ley General de Cambio Climático, la Estrategia Nacional para la Vivienda Sustentable y el Programa de Acciones de Mitigación Nacionalmente Apropriadas (NAMA). El propósito de estos programas es crear una vivienda energéticamente sustentable, disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero, reducir el consumo de agua y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Bajo este nuevo escenario en la política de vivienda, el objetivo de este escrito es ilustrar y analizar la Estrategia Nacional de Vivienda Sustentable y de manera más precisa, tener un panorama de cómo funcionan dichos programas. Para trabajo sólo se analizarán el NAMA y la Hipoteca Verde.

2.Estado del arte

Es un hecho que se requiere incorporar una visión de largo plazo, a fin de poder atender el imperativo de sustentabilidad dentro del ámbito de la vivienda. En ese orden de ideas hay que generar estímulos a los proveedores de vivienda (volver rentable lo sustentable), así como a los estratos de menores ingresos (volver accesible lo sustentable). Todo ello con el objetivo de que la racionalidad ambiental esté por encima de la económica y que se pueda vincular la eco-innovación con la vivienda sustentable. Lo anterior implica un esfuerzo concertado de los actores involucrados, en los diferentes sectores sociales del país, para con ello ampliar significativamente su cobertura y acceso al grueso de la población. Ello es sumamente relevante si se toma en cuenta que “Las emisiones de gases efecto invernadero...se originan en actividades y servicios domésticos, como el consumo de electricidad...y calentamiento de agua para aseo personal y cocción de alimentos” (Isunza, 2013, pág 63)

Se cuenta con un marco programático en materia de vivienda sustentable, siendo su antecedente “...el convenio de Concertación para el Crecimiento Ordenado y Sustentable de las Ciudades y Zonas Metropolitanas del sistema Urbano en febrero del 2006.” (Isunza, 2013, pág. 65). Más específicamente, todo esto se rige por los diversos programas de vivienda de las administraciones a partir de Felipe Calderón, donde se da inicio al Programa Hipoteca Verde. (Isunza, 2013). En este sentido, es necesario tener una solución al problema del acceso a la vivienda sustentable, ya que actualmente su incorporación implica un incremento en la carga de los financiamientos de los acreditados. Ello es de particular relevancia en el caso de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, ya que en dicho espacio urbano ya se está viviendo una crisis ambiental de dimensiones nada desdeñables. Un factor que limita aún más la reversión de esta tendencia es la contradicción entre la fuerza de los agentes privados involucrados en la construcción de vivienda y la poca fuerza que tienen las autoridades locales para ejercer una regulación favorable en materia de sustentabilidad de la vivienda. (Isunza, 2010)

“Aunque se reconoce la importancia del Programa Hipoteca Verde en el marco de la política ambiental... se confiere a los agentes privados un gran protagonismo... lo que está en el centro es la rentabilidad de negocios ligados ... con las empresas inmobiliarias, más que la sustentabilidad urbana” (Isunza, 2010, pág. 155). Así como es importante generar un entorno de sustentabilidad en las viviendas, también es vital revertir la tendencia de disminución en los espacios verdes de las ciudades, dando paso a lo “no urbanizado”. Ello debe considerar tres puntos: una dimensión local, otra metropolitana y los embalses acuíferos. Todo lo anterior se puede contemplar en planes generales o específicos, donde se toquen los flujos de energía, trabajo e hidráulicos. (Palomo, n.d.). En toda esta problemática es preciso entender la distorsión existente entre el capital “dinero” y el capital “natural”, donde el dinamismo del primero ha dejado una huella ecológica con incremento en los gases efecto invernadero, caracterizada por un uso desmedido de materiales, reflejo de procesos especulativos de los mercados inmobiliarios en particular. La insustentabilidad territorial y el desequilibrio ecológico consecuente hace necesario replantearse la búsqueda hacia modelos de mayor justicia social y donde el mercado se “somete” a lo social. En la actualidad “La “tercera piel”, el ciberespacio y la economía virtual (y muy en concreto la esfera financiera) nos hacen olvidar que dependemos de la “segunda piel” (el espacio construido y el modelo productivo) y especialmente de la “primera” (la biósfera) para mantenernos” (Fernández, 2006, p. 79). Dentro de este ámbito de gran vorágine inmobiliaria residencial juegan un papel clave la globalización capitalista, el cambio del Estado hacia un ámbito restringido de gestión pública y la atracción de este tipo de negocios por parte de las entidades locales del país. En dicho entorno de desregulación, es que los crecientes flujos de capital institucional buscan lugares de máxima valorización, en detrimento de la sustentabilidad urbana (De Mattos, 2008)

Al respecto, es un hecho que los municipios en general cuentan con poca capacidad rectora para generar sinergias hacia lo socialmente deseable en materia de desarrollo de vivienda, en particular de la sustentable. Ello es especialmente notorio a partir del cambio en el papel del Estado. En específico ello se nota en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, más

aún en lo que respecta al Estado de México. Falta una visión estratégica, así como conocimiento de los vínculos con los otros niveles de gobierno y elementos capacitados en diversas áreas relacionadas con el particular. (Isunza, 2011) Esto repercute significativamente en el deterioro continuo de todos los elementos necesarios para alcanzar una política de vivienda sustentable. Un factor de gran relevancia en las fallas que presenta el avance hacia un desarrollo sustentable de la vivienda en México, se enmarca en el cambio observado por el papel del Estado, de uno interventor hacia uno meramente subsidiario, de manera clara a partir de la década de los setenta del siglo pasado. Si bien en la década de los treinta del siglo antes señalado la intervención estatal se consideró la salida a los problemas de crecimiento y empleo en las economías capitalistas, con un compromiso de todos los involucrados, logrado mediante estímulos fiscales entre otras cosas, una vez agotado el modelo sustitutivo de importaciones, así como con la reducción de los recursos concomitante, se dio paso ideológico a la derecha, achacando al Estado todas las disfunciones de un modelo agotado. Ello se manifestó de manera muy emblemática en el Decálogo del Consenso de Washington, mismo que los nuevos políticos tecnócratas aplicaron, dejando de manifiesto una reestructuración de las actividades del Estado, carentes de un sentido social, en temas vitales como la educación, la salud y evidentemente, la vivienda. (Huerta, 2005)

En este orden de ideas, los programas de vivienda en muchos casos se han caracterizado actualmente por no beneficiar a la población más desamparada. El deterioro en la atención de este amplio estrato se vio desde la modificación al Artículo 123 constitucional y donde la intervención de instituciones orientadas a la vivienda social (INFONAVIT, FOVISSSTE, BANOBRAS, FONHAPO, entre otras) han perdido significativamente su influencia en este objetivo. (Conolly). Todo este fenómeno no se puede visualizar con un concepto estrecho de zona metropolitana, específicamente en la Ciudad de México, ya que se deben usar categorizaciones más generales como “periferia expandida”, misma que se da en un concepto de mayor dispersión y menor continuidad, donde la infraestructura en comunicaciones y las ventajas orográficas delimitan las formas de ese gran espacio urbano. (Aguilar, 2002)

3. Metodología

3.1. ¿Por qué analizar las políticas públicas?

La migración a las zonas urbanas del país ha generado un incremento en el déficit de vivienda, el cual, según datos de Conavi de 2014, es cercano a 9 millones de viviendas. Sin embargo, en los últimos años se han desarrollado mecanismos para facilitar el acceso a créditos hipotecarios, lo que dio pie a la construcción de grandes complejos habitacionales en municipios cercanos a las ciudades, tales como Zumpango, Ixtapaluca, Chalco, Zapopan, entre otros. Este nuevo escenario de crecimiento dinámico en la construcción de vivienda, requiere de una política específica que evite, por un lado, un impacto depredatorio en la construcción de las casas; y por otro, y aún más importante, en la sustentabilidad del ecosistema al momento de ser habitadas. Por ello, en este apartado se analiza la importancia de las políticas públicas ante las problemáticas sociales. De acuerdo a Cervantes (2009) el gobierno debe mostrar una alta capacidad administrativa, lo que lo coloca en la obligación de resolver problemas trascendentales para la sociedad, como pueden ser, el empleo, salud, vivienda, abastecimiento de agua, seguridad entre otros; para resolver o incluso prevenir estos problemas es necesaria la eficiente implementación de las políticas públicas, las cuales si cuentan con un aparato administrativo adecuado podrán dar satisfacción a los ciudadanos en el cumplimiento a sus demandas y con esto la sociedad tendrá elementos para catalogar al gobierno de efectivo o no. Según Cervantes (2009) basado en Orozco, un gobierno se califica como efectivo si el objeto que le da vida es alcanzado, o si sus rendimientos permanecen y crecen ante los mandatos públicos que tienen encomendados. El grado de alcance de tal objeto es variable y, por consiguiente, variable también el grado de gobernabilidad. En este sentido, es conveniente definir y mostrar las diferentes concepciones de Políticas Públicas y sus actores, que permitan comprender de mejor manera su planteamiento o diseño, análisis, implementación y su posterior evaluación.

Como primer acercamiento al concepto de Políticas Públicas tenemos los desarrollados por Kauffer (p.3) que define a las Políticas públicas como, “un conjunto de decisiones cuyo objeto es la distribución de determinados bienes o recursos. En este proceso se encuentran en juego bienes o recursos que pueden afectar o privilegiar a determinados individuos y grupos”. Pero Kauffer va más allá en su definición de Políticas Públicas y retoma el concepto de Thoenig (1987), que concibe a las Políticas públicas como “*lo que los gobiernos deciden realizar o no realizar*”, sin embargo, se debe tener cuidado al utilizar esta definición, ya que no se afirma que el no actuar es una política pública, sino que la decisión de no actuar ante un determinado problema conforma en sí una política pública. Por su parte, Francesc Pallares (1988: p.143) en su obra “Las Políticas Públicas: El Sistema Político en acción” basado en Peters (1982) define a las Políticas Públicas como “*el conjunto de actividades de las instituciones de gobierno, actuando directamente a través de agentes, y que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos*” y además añade que tales actividades deben considerarse como un “proceso decisional” ya que trascienden más allá del periodo inicial de la elaboración de la política. Es importante mencionar que para que una política se pueda considerar pública debe haber sido generada en el marco de los procedimientos, instituciones y organizaciones gubernamentales. Por su parte, Dye (1976) menciona que una política pública es “*aquello que el gobierno escoge hacer o no hacer*”.

Dado lo anterior, se observa que la acción gubernamental no se expresa directamente por medio de las políticas, sino a través de los productos primarios de esta acción (outputs), los cuales a través de su impacto sobre la sociedad generan resultados (outcomes), de ahí que Pallares (1988: p. 144) mencione que “el producto de una política pública es aquello que una institución de gobierno está haciendo en un momento y en un ámbito determinados”. En este sentido, es importante la distinción entre resultados y productos, debido a que el análisis de una política pública se basa en éstos, es decir, se evalúa el rendimiento de una política al relacionarla con sus objetivos. Por ello, es importante mencionar cuales son los instrumentos con los que cuentan las políticas públicas, mediante los cuales obtiene sus productos y sus resultados, para posteriormente plantear algunas de las metodologías generalmente utilizadas

para la elaboración de las mismas. En este sentido, la política de vivienda sustentable tiene por objetivo atender la problemática de la construcción de vivienda pero contemplando el impacto que genera el nuevo conjunto habitacional en la zona, en términos de agua, generación de residuos, y consumo de energía. Sin embargo, la implementación de dicha política ha carecido de sustento debido a que el argumento económico es el que impera sobre la conservación de los ecosistemas.

3.2. Economía Ecológica y Sustentabilidad

La política de vivienda se ha vinculado a otras políticas de gobierno que buscan un proceso de desarrollo sustentable; por ello, se han realizado diversos cambios a la normatividad y la operatividad de la política que permitan la mitigación en el daño al medio ambiente. En este sentido, es importante retomar dos conceptos importantes que coadyuven a entender con mayor precisión los programas de Vivienda Sustentable impulsados. En primer lugar, la Economía Ecológica, de acuerdo a García (2003), es una disciplina cuyo punto de partida plantea que el sistema económico es un sistema abierto que se interrelaciona con los ecosistemas y con los sistemas sociales, y tiene como objetivo de estudio la amenaza sobre la supervivencia del ser humano, provocada, entre otras causas, por la separación del proceso productivo de su base natural. Este “nuevo paradigma económico” cuestiona los conceptos de la Teoría Neoclásica, en especial aquello que llaman la ficción del *Homo economicus*. De acuerdo a los postulados de la Economía Ecológica, este concepto sustrae a la conducta humana de toda propensión cultural en su vida económica, suponiendo una conducta económica automática, y esto lo lleva a ser un agente incapaz de hacer frente a la gestión razonable de los recursos naturales.

Desde la perspectiva de García (2003), existen diversos intentos de abordar los aspectos negativos del proceso económico en el mercado o en los agentes, como es el caso de la Economía del Bienestar y de la Economía del Medio Ambiente, que han tenido que llevar al

campo de lo valorable, apropiable e intercambiable a la naturaleza o al bienestar. Por su parte Pigou, plantea el término de deseconomía externa como contraparte al de externalidad positiva utilizada por Marshall, y exige la intervención del Estado en aquellos procesos de intercambio donde los costos sociales excedían los beneficios privados. Sin embargo, sus postulados se enfrentaron con el problema de valorar dicho costo social que permitiera imponer un impuesto que compensara el daño. Por lo que, Coase critica el modelo de Pigou y propone resolver el conflicto firma-sociedad, por la delimitación y transparencia de los derechos de propiedad, limitando la intervención del Estado, por el peligro de contaminar la acción del mercado y la firma misma ante la acción estatal. Actualmente, los intentos por tener dentro de la ciencia económica postulados que incorporen la importancia del medio ambiente y su interacción con los mercados y los agentes han llevado a retomar conceptos de otras disciplinas, principalmente la Termodinámica, cuyas nociones son (Aguilera, Alcántara, 1994: 18-19):

- I. La materia y la energía ni se crean ni se destruyen, sólo se transforman (ley de la conservación). La principal aportación a la economía ecológica viene de la constatación de que la generación de residuos es algo inherente a los procesos de producción y consumo.
- II. La que la materia y la energía se degradan continua e irreversiblemente desde una forma disponible a otra no disponible, o de una forma ordenada a otra desordenada, independientemente de que las usemos o no.
- III. La tercera noción presenta una doble vertiente. La primera es la imposibilidad de generar más residuos de los que puede tolerar la capacidad de asimilación de los ecosistemas; la segunda advierte sobre la imposibilidad de extraer de los sistemas biológicos más de lo que se puede considerar como rendimiento sostenible o renovable. Este hecho exige poner límites a la actividad humana, y por tanto a la economía, límites que surgirían de un conocimiento profundo y certero de la estructura y el funcionamiento de los ecosistemas naturales.

Desde esta perspectiva, la política de vivienda en México ha carecido del elemento

Sustentabilidad en el otorgamiento de subsidios para la construcción de complejos habitacionales. Los desarrolladores han tenido acceso a subsidios 60-60 o 70-70³⁸ sólo comprobando la existencia, certificación y avance de obra, sin contemplar el tipo de materiales que se utilizaban. Dado esto, era necesaria la generación de parámetros que permitieran distinguir a aquellas viviendas que generan menos contaminación y consumen menos energía, y destacar los beneficios que conlleva el habitar este tipo de viviendas para el entorno en el cual se insertan los nuevos complejos habitacionales. Como se puede observar en la figura 1, la política de financiamiento a la vivienda a lo largo del último sexenio ha tenido un comportamiento diferente, implementando programas y normas que impulsan la adquisición de vivienda con características sustentables. Lo cual parecería un avance sumamente significativo si esto estuviera acompañado de un programa de impulso a la producción de insumos y materiales con eco-tecnología dentro del país, y esto permitiera que el precio de la vivienda fuera el mismo que el otro tipo de vivienda.

³⁸ Los subsidios 60-60 (70-70) son otorgados por Infonavit e implican que una vez terminada la casa en un 60% (o 70%) se le adelanta el 60% del valor de la vivienda.

Figura 1
Cronología de las Acciones Sustentables en México



Fuente: Fundación IDEA. EMBAJADA BRITÁNICA EN MÉXICO, 2012

3.3. Estrategia Nacional de Vivienda Sustentable

La Estrategia Nacional de Vivienda Sustentable, según su documento de lanzamiento, busca promover un enfoque más integral de la vivienda, bajo el enfoque del “*Whole-House Approach*” (WHA, desempeño global de la vivienda), el cual reconoce a la casa como un solo sistema, integrado por distintos elementos interdependientes que definen la demanda de energía y los consumos de energía y agua. Cabe mencionar que el WHA incentiva prácticas de diseño bioclimático y el uso de materiales eficientes cuyo impacto se refleje en una mayor satisfacción térmica de los habitantes al interior del hogar y en una disminución en el

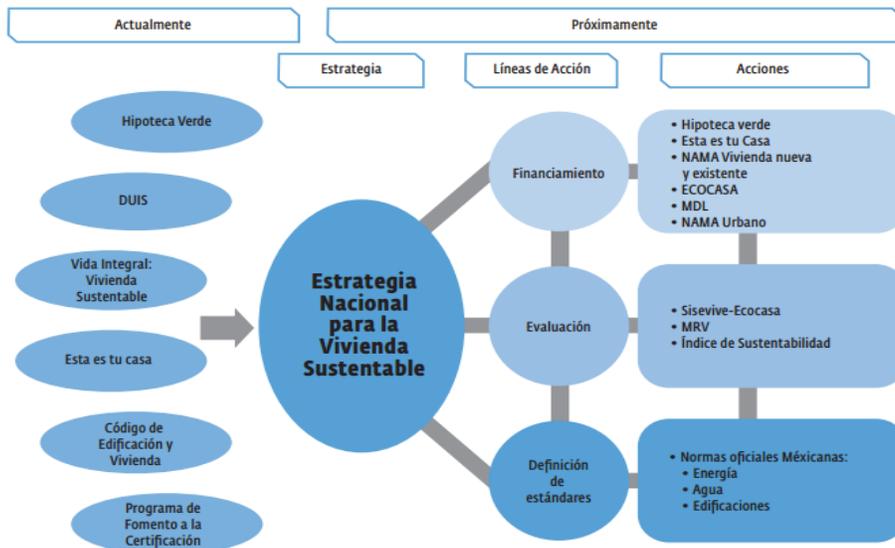
consumo de energía de las viviendas, particularmente el vinculado con la climatización al interior de la vivienda. En este sentido, el *WHA* tiene un impacto en la calidad de vida de las familias, ya que promueve la especialización del diseño y equipamiento de las viviendas en función de las condiciones climáticas e hidrológicas del lugar donde se ubican, lo que implica una mayor duración del impacto – en comparación con ecotecnologías – pues los beneficios permanecen toda la vida útil de la vivienda. Sin embargo, la implementación y medición de los beneficios de estos elementos bioclimáticos es más compleja e implica un cambio de fondo en las prácticas de construcción actuales.

De acuerdo a la Fundación IDEA, A.C.(2013), la Estrategia Nacional de Vivienda Sustentable considera a la vivienda como parte de un entorno habitacional, urbano y comunitario, es decir, se reconoce que la sustentabilidad de las viviendas depende de un desarrollo urbano ordenado y eficiente. En cuanto a la evaluación de la eficiencia en el consumo de agua y energía, y de las emisiones Gases de Efecto Invernadero (GEI) resultantes de estos consumos, el enfoque antes mencionado exige considerar el uso de energía y agua del conjunto habitacional (alumbrado público, tratamiento de aguas residuales, manejo de la basura, entre otros), y los consumos resultantes de la ubicación (traslados, tipo de transporte público, entre otros). Con base en el enfoque de la vivienda sustentable, que considera tanto los factores de la vivienda como su entorno, se ha desarrollado una visión y una estrategia conjunta entre los principales actores del sector para impulsar la sustentabilidad de la vivienda, que busca identificar, evaluar e incentivar inversiones y esfuerzos, públicos y privados, orientados a promover viviendas más sustentables que brinden beneficios sociales, económicos y ambientales, que según lo expuesto por el gobierno, tendrá efecto en las familias y en la sociedad en su conjunto, así como en las generaciones futuras. Como se muestra a continuación, el esquema de la estrategia nacional implica un proceso integral y gradual que pretende establecer un basamento institucional que permita incorporar a todos los actores del sector como piezas operadoras de la política pública. Sin embargo, como veremos más adelante con dos de los programas incluidos en las acciones (Hipoteca Verde y NAMA), la dinámica sustentable sigue sin poder ser desligada de los intereses de mercado y

por ende de su influencia en los precios de los bienes, en este caso en los precios de las casas que incluyen ecotecnologías.

Figura 2

Esquema de Estrategia Nacional para la Vivienda Sustentable



Fuente: Fundación IDEA. EMBAJADA BRITÁNICA EN MÉXICO

3.3.1. Acciones de Mitigación Nacionalmente Apropriadas (NAMA)

En México se han iniciado acciones de manera unilateral en el sector de la vivienda mediante programas como *Hipoteca Verde* y *Ésta es tu casa*, los cuales otorgan financiamiento adicional o subsidio para cubrir el costo incremental de distintas medidas encaminadas a la reducción de consumo de energía eléctrica, gas y agua, el aislamiento, calentador solar de agua y equipos, aparatos o accesorios de bajo consumo de energía y agua en viviendas nuevas; en otras palabras se incrementa el precio de la vivienda y por ende el tamaño del capital que debe pagar el trabajador por acceder a este tipo de vivienda. En este contexto, se desarrollaron el diseño técnico, el Sistema de Monitoreo, Revisión y Verificación (MRV) y el financiero como cimiento que permitiera que el concepto NAMA

de vivienda sustentable emprendiera en su fase piloto en 2012. Las Acciones de Mitigación Nacionalmente Apropriadas (NAMA) son mecanismos emergentes de mercado que permiten a las economías en desarrollo alinear el desarrollo sustentable con las prioridades económicas nacionales.

El caso de la NAMA de Vivienda Sustentable de México mitiga emisiones en el sector de la vivienda al proveer financiamiento adicional para mejorar la eficiencia energética y disminuir el consumo de combustibles fósiles y del agua, lo cual se logra a través de la implementación de eco-tecnologías, mejoras en el diseño arquitectónico y la utilización de materiales constructivos eficientes. Como ya se mencionó, en el 2012, en México se adoptaron medidas para impulsar el desarrollo sustentable en el sector de la vivienda mediante la creación de capacidad técnica, el desarrollo de proyectos piloto y la coordinación de los actores clave y tomadores de decisiones en la *Mesa Transversal* de Vivienda Sustentable³⁹ en México. Esto dio como resultado un avance hacia la implementación de la NAMA de Vivienda, presentado por México en la COP 17 en Durban, Sudáfrica. Es preciso señalar que la NAMA amplía y expande el alcance de los programas en curso incrementando el número de viviendas energéticamente eficientes construidas y por ende reduciendo sus niveles de emisiones, por lo que, el gobierno federal a diversos niveles, junto con actores de cooperación internacional⁴⁰ y nacional han desarrollado tres estándares de eficiencia energética que los desarrolladores de vivienda pueden alcanzar y para los cuales los propietarios de viviendas pueden recibir apoyo financiero. Estos son Eco Casa 1, Eco Casa 2, y Eco Casa Max, siendo este último el estándar más ambicioso.

Dichos parámetros y la NAMA misma abordan la eficiencia energética en la construcción, basándose en el *desempeño integral de la vivienda*, lo que a su vez fija los estándares para

³⁹ Es el espacio de trabajo para la vivienda sustentable en el país donde participan las entidades y actores relevantes interesados en contribuir “mediante financiamiento, cooperación técnica o construcción de capacidades, para la extensión, optimización y obtención de resultados cuantificables de dichos programas.

⁴⁰ De acuerdo a la Conavi(2013), la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH (Cooperación Alemana al Desarrollo) ha apoyado el desarrollo de esta NAMA en nombre del Ministerio Federal Alemán de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza y Seguridad Nuclear (BMU). También Environment Canada, el Reino Unido, y numerosos bancos de desarrollo han brindado apoyo técnico y financiero.

la demanda total de energía primaria basada en el prototipo y la zona bioclimática. De ese modo, tanto los desarrolladores de vivienda como los propietarios de las mismas pueden elegir cualquier combinación de intervenciones que logren el nivel de eficiencia buscado. La generación de tales estándares fue a través del Passivhaus Institut (Instituto alemán de la vivienda pasiva, PHI, por sus siglas en alemán) quien calculó, de manera específica para México, el balance de energía del *desempeño integral de la vivienda*, cuya escala se puede ajustar según el tamaño de unidad, basándose en las regiones bioclimáticas del país, para tres tipos de vivienda: vivienda unifamiliar aislada, vivienda unifamiliar adosada, y vivienda multifamiliar vertical. De igual forma, se desarrollaron para cada tipo de construcción y región climática, tres valores primarios o ‘estándares’ objetivo de eficiencia, denominados: Eco Casa 1, Eco Casa 2 y Eco Casa Max. (Conavi, 2013: 3)

- I. Eco Casa 1 representa el nivel de eficiencia si se adoptan todas las tecnologías apoyadas bajo el actual esquema de Hipoteca Verde. Esto equivale al nivel de eficiencia energética alcanzado, por ejemplo, si se instala el aislamiento de 2.5cm en el techo y en una sola pared, así como pintura reflectiva, calentador de agua de paso, calentador solar de agua y una unidad de A/C eficiente, dependiendo de la región bioclimática.
- II. Eco Casa 2 representa un nivel mayor de eficiencia que se logra al aislar todos los muros, instalar mejores ventanas, así como electrodomésticos altamente eficientes.
- III. El Estándar de Eco Casa Max prevé la optimización de todas las medidas anteriores, incluyendo elementos pasivos, como partesoles, mayor aislamiento térmico, entre otras características de diseño para lograr una reducción de la demanda de energía primaria.

Es importante mencionar que el enfoque sistémico de la política de vivienda lleva a tener como un pre-requisito clave a la transferencia del conocimiento y la experiencia relacionados

con la eficiencia energética en las construcciones. La forma de lograr esto es a través de capacitación específica, experiencias educativas más amplias y alcance y construcción de capacidades. Para poder cumplir con esto, Conavi promovió la Mesa Transversal, donde se busca compartir y aumentar el conocimiento sobre la eficiencia energética y sustentabilidad en la vivienda entre desarrolladores, agencias de cooperación internacional, la academia y los sectores público y privado; así mismo, CONAVI ha involucrado a los actores participantes dentro del proceso de desarrollo de la NAMA. Este proceso ha generado una herramienta de simulación que pueden utilizar arquitectos, ingenieros, desarrolladores y los constructores para comparar e implementar diseños sustentables. Para entender mejor cómo funciona este modelo integral, a continuación se explica el funcionamiento del Sistema de Medición, Reporte y Verificación (MVR).

3.3.2. El Sistema Medición, Reporte y Verificación (MVR): Monitoreo y Verificación

La NAMA para la Vivienda Sustentable, es una de las muchas iniciativas dirigidas para la mejora de la sustentabilidad del entorno de la construcción en México. El Sistema MRV y el desarrollo de la metodología bajo la “Mesa Transversal de Vivienda Sustentable en México” están aún, en el camino de desarrollar un sistema para la recopilación de datos y la emisión de reportes que pueda soportar las acciones a ser logradas dentro del sector de la vivienda. El sistema MRV se basa en las instituciones y atribuciones existentes, optimizando los recursos financieros e institucionales vigentes. Para la NAMA para la Vivienda Sustentable, el proceso de certificación, calificación y de MRV, consiste de dos fases distintas, como se detalla, a continuación:

- 1) **Fase Inicial (*ex-ante*).** La primera fase ocurre durante el diseño y la edificación de las viviendas. El desarrollador define los parámetros de su proyecto de Vivienda Sustentable y evalúa los resultados esperados de reducciones de GEI utilizando la herramienta de simulación. Las reducciones de emisión de Gases Efecto Invernadero (GEI) serán la resultante de la diferencia entre las proyecciones de desempeño del proyecto y la línea base. A continuación, se registran las casas en el Registro Único de Vivienda (RUV), que registra las ecotecnologías, las características, y los materiales que constituyen el

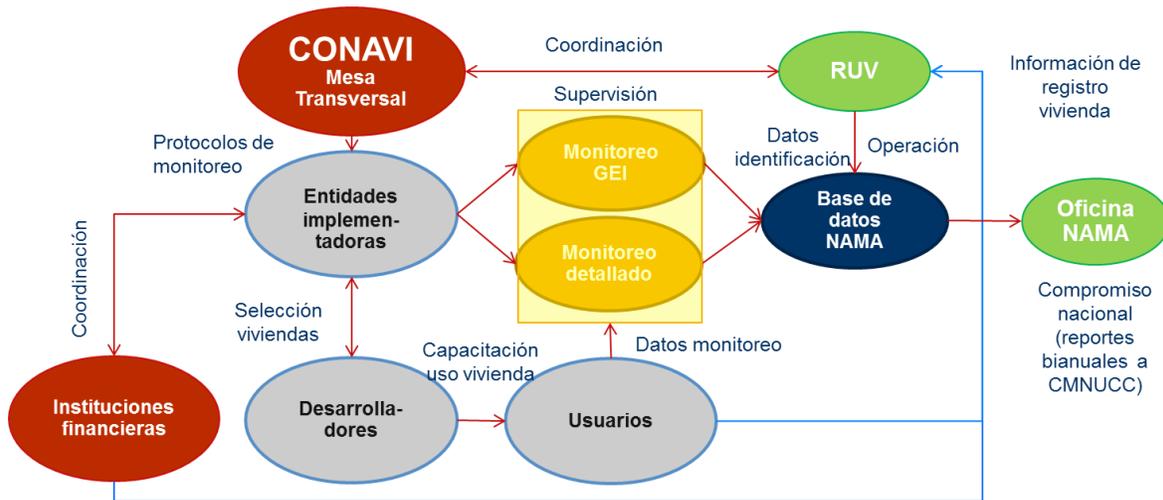
diseño sustentable – y se asigna una Clave Única de Vivienda (CUV) para identificar la casa. Durante la construcción, un auditor calificado, asegura que la edificación esté de acuerdo con las características del diseño simulado, y que el diseño presentado ante el RUV sea el adecuado. Una vez que todo esto ha sido confirmado, y la casa terminada, la vivienda se introduce a la base de datos de NAMA.

- 2) Fase de Monitoreo (*ex-post*).** Una vez que la casa ha sido comprada, ésta puede participar en uno de dos tipos de sistemas. El primero que, se ha definido como el sistema de “Monitoreo de Gases de Efecto Invernadero (GEI)” o simple, y está enfocado a la recopilación de los datos necesarios para calcular el impacto de las emisiones de NAMA para la Vivienda Sustentable. El Segundo llamado sistema de “Monitoreo Detallado”, está enfocado en la recopilación de un rango más amplio de indicadores que pueden utilizarse para calibrar los modelos de emisiones y rastrear las variables aparte de los gases de efecto invernadero, que son importantes para el desarrollo de políticas y de los estándares técnicos, pero que no son, necesariamente, relevantes para el seguimiento del impacto de los gases de efecto invernadero.

Coordinación entre actores para el sistema MRV

Todos los actores que quieran implementar proyectos de vivienda NAMA deberán usar el mismo sistema de MRV, parámetros, factores y base de datos, así como encargarse de su financiamiento. Con el fin de mantener coordinación de la cobertura del programa a nivel nacional, se deberá informar a la Mesa Transversal la escala del proyecto, ubicación del área de muestreo y el tamaño de muestra por categoría para lograr alcanzar representatividad deseada. El siguiente esquema, retomado del documento de Conavi, ilustra la coordinación entre actores para el monitoreo y manejo de datos, desde el usuario hasta la Autoridad NAMA nacional.

Figura 3
Coordinación de actores para el monitoreo de la NAMA



Fuente: CONAVI, 2013

Bajo este esquema, cada uno de los actores tiene definidas cada una de sus responsabilidades respecto al MVR, las cuales se mencionan a continuación:

- i) Mesa Transversal, CONAVI: Proporciona protocolos y recomendaciones mínimas para el monitoreo, formulación de documentos de reporte; coordina el avance de la cobertura de la NAMA a nivel nacional; informa los avances de la NAMA a los donantes.
- ii) Entidades implementadoras: Se encargan de seleccionar los proyectos de NAMA, en línea con los acuerdos alcanzados, financian la implementación del sistema de monitoreo; coordinan con la mesa transversal el número total de la muestra; son los encargados de descargar la información de monitoreo GEI y detallado a la base de datos.
- iii) Desarrolladores: Dependiendo la entidad implementadora y los acuerdos alcanzados, apoyan la coordinación de la instalación de los equipos de monitoreo, realizan los acuerdos de acceso a la información con los usuarios y realizan una capacitación del uso de la vivienda sustentable
- iv) RUV: Gestiona el registro de la vivienda; proporciona los datos de identificación de la vivienda y permite la comunicación con la base de datos propia de la NAMA. Aún está

por acordarse su responsabilidad en la operación de la base de datos que concentrará la información recabada del monitoreo GEI y detallado proporcionado por las entidades implementadoras.

- v) Oficina NAMA: Entidad nacional encargada de realizar las comunicaciones a las autoridades nacionales encargadas de realizar los reportes bianuales sobre las reducciones alcanzadas nacionalmente a la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC); encargada de comunicar el avance de la NAMA a nivel internacional.

3.3.3. Programa Hipoteca Verde

Como un intento de implementar una política pública basada en la sustentabilidad, desde el año 2007, el Infonavit implementó el Programa Hipoteca Verde, cuyo objetivo era promover medidas sustentables dentro de la vivienda a través de la inclusión de tecnologías ecológicas o ecotecnologías. Además de la reducción en consumos energéticos y emisiones de gases de efecto invernadero. La inclusión de estas tecnologías implica ahorros para los derechohabientes derivados de la reducción en los consumos de electricidad, agua y gas. Estos ahorros se traducen en un mayor ingreso disponible que fortalece la capacidad de pago de los créditos con el Instituto.

Con ello, se busca influir en el mercado incorporando las ecotecnologías, no como una opción, sino como un requisito para acceder a un crédito de Infonavit. Con ello se le impone un precio a la sustentabilidad, ya que el Programa Hipoteca Verde es, esencialmente, un esquema de crédito bajo el cual se aporta un monto adicional a los derechohabientes para financiar la adquisición de ecotecnologías en sus viviendas. El programa comenzó como plan piloto en 2007 y se expandió e institucionalizó a nivel nacional en 2009, funcionando como un esquema de crédito opcional que aportaba un monto adicional a los derechohabientes para financiar la adquisición de un paquete fijo de ecotecnologías de acuerdo a la zona climática. A partir de 2011 se aprobó un nuevo esquema, llamado programa Hipoteca Verde Flexible,

que permite a los derechohabientes seleccionar las ecotecnologías que mejor satisfacen sus necesidades, partiendo de una lista amplia aprobada por el Infonavit. A partir de 2011, todos los créditos de vivienda otorgados por el Infonavit, independientemente del producto de crédito elegido, deben incluir un monto adicional para la adopción de ecotecnologías en la vivienda. Es decir, el programa Hipoteca Verde es obligatorio para todo derechohabiente que adquiera un crédito con el Infonavit, sea para vivienda nueva o usada, remodelación, ampliación o autoconstrucción. El monto del crédito adicional está sujeto al salario del trabajador y de las ecotecnologías seleccionadas. Para su otorgamiento, el paquete deberá cumplir un ahorro mínimo generado por las ecotecnologías, dependiendo de su segmento salarial, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1
Parámetros para el apoyo “Hipoteca Verde”

| Si tu ingreso mensual es: | Podrás tener un monto máximo de crédito adicional de: | Y un ahorro mínimo mensual de: |
|------------------------------|---|--------------------------------|
| De \$2,131.04 a \$3,409.65 | \$4,262.08 | \$100.00 |
| De \$3,409.66 a \$8,524.15 | \$21,310.40 | \$215.00 |
| De \$8,524.16 a \$14,917.27 | \$21,310.40 | \$250.00 |
| De \$14,917.28 a \$23,441.43 | \$31,965.60 | \$290.00 |
| De \$23,441.44 en adelante | \$42,620.80 | \$400.00 |

Fuente: Infonavit, 2015

¿Cómo se obtienen estos montos? De acuerdo al Infonavit, los derechohabientes pueden acceder a la Hipoteca Verde, conforme a las siguientes condiciones:

- Si la vivienda nueva o usada ya tiene instaladas las ecotecnologías, y éstas cumplen con el ahorro mínimo esperado (establecido por Infonavit), el monto de crédito

adicional que otorgue el Instituto formará parte del crédito hipotecario y el pago de las ecotecnologías instaladas se hará directamente al vendedor de la vivienda.

- Si la vivienda nueva o usada no cuenta con ecotecnologías, es posible instalarlas una vez que se haya obtenido el crédito hipotecario y se pueden adquirir con los proveedores autorizados por el Instituto. En este caso, el monto del crédito adicional que se otorgue, por parte Infonavit, no formará parte del crédito hipotecario y el pago de las ecotecnologías se realizarán directamente a los proveedores.
- Si el crédito se utiliza para construir en terreno propio, reparar, ampliar o mejorar la vivienda, es necesario asegurarse que se instalen las ecotecnologías que cumplan con el ahorro mínimo esperado, aprobado por Infonavit, adquiriéndolas con los proveedores autorizados. En este caso, el monto de crédito adicional que se otorgue formará parte del crédito hipotecario y el pago de las ecotecnologías se hará directamente a los proveedores.

Cabe mencionar que el derechohabiente puede elegir una combinación de ecotecnologías cuya medición de eficiencia en consumo de agua y energía haya sido certificada por los organismos autorizados o por las autoridades regulatorias competentes. Algunas de estas ecotecnologías avaladas por las autoridades correspondientes se describen a continuación:

1. Inodoro: debe ser de grado ecológico con un máximo de 5L por descarga y que cumpla con las NOM-009-CONAGUA-2001.
2. Regadera: de tipo compensador o de flujo de grado ecológico que cumpla con la NOM-008-CONAGUA-1998.
3. Llaves (válvulas) para uso doméstico: deben tener dispositivo ahorrador de agua en fregadero de cocina y lavabos de baño que cumplan con el certificado NMX-C-415-ONNCCE-1999.
4. Válvula reguladora para flujo de agua en tubería de suministro: debe cumplir con los certificados NOM-001-CONAGUA-2011 Y CNCP-ONNCCE-ANCE-EST-02M2.
5. Lámpara de uso residencial: lámparas fluorescentes compactas, autobalastadas (focos ahorradores) y lámparas LED tipo bombilla, que cumplan con las normas

NOM-017-N/SCFI-2008, con una potencia de 3 a 23W para exteriores y 20 a 23W para interiores.

6. Optimizadores de tensión eléctrica: de 20 a 39A y de 40 a 50A
7. Calentador solar de agua (sin respaldo de gas)
8. Filtro purificador de agua
9. Botes con tapa diferenciada para separación de residuos.

De lo anterior mencionado se debe hacer una combinación que genere el ahorro mínimo en los egresos del trabajador ligado a su nivel de ingreso, conforme a la siguiente tabla:

TABLA 2
Montos de hipoteca verde otorgados en relación con el nivel de salario

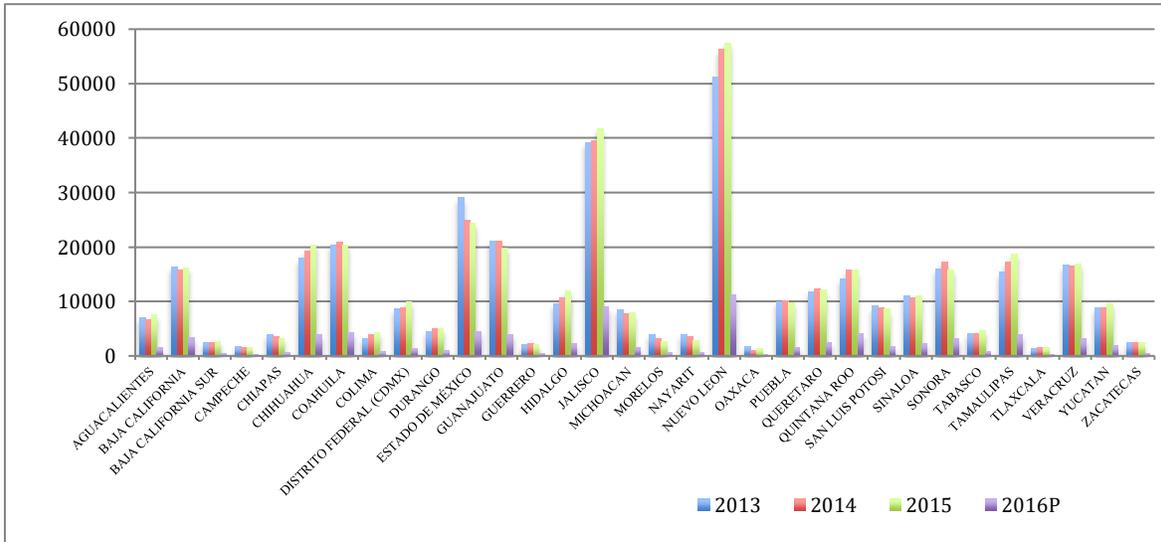
| Segmento de vsm | Ahorro mínimo mensual | Monto de HV en vsm |
|-------------------|-----------------------|--------------------|
| 1.00 - 1.59 | 100 | Hasta 2 |
| 1.60 - 3.99 | 215 | Hasta 10 |
| 4.00 - 6.99 | 250 | Hasta 10 |
| 7.00 - 10.99 | 290 | Hasta 15 |
| 11.00 en adelante | 400 | Hasta 20 |

Fuente: tomada de INFONAVIT (2014) Manual Explicativo Vivienda Ecológica

Este programa ha ido avanzando debido a la obligatoriedad establecida por la normatividad. El crecimiento de los créditos otorgados bajo el esquema Hipoteca Verde ha tenido un comportamiento exponencial, si tomamos como base el año de su lanzamiento, pasó de 593 créditos en 2007 a 1,429,643 créditos en 2013, representando un incremento del 240,987 por ciento, como puede observarse en la siguiente gráfica.

Gráfica 1

Total de Hipotecas Verdes otorgadas por estado.

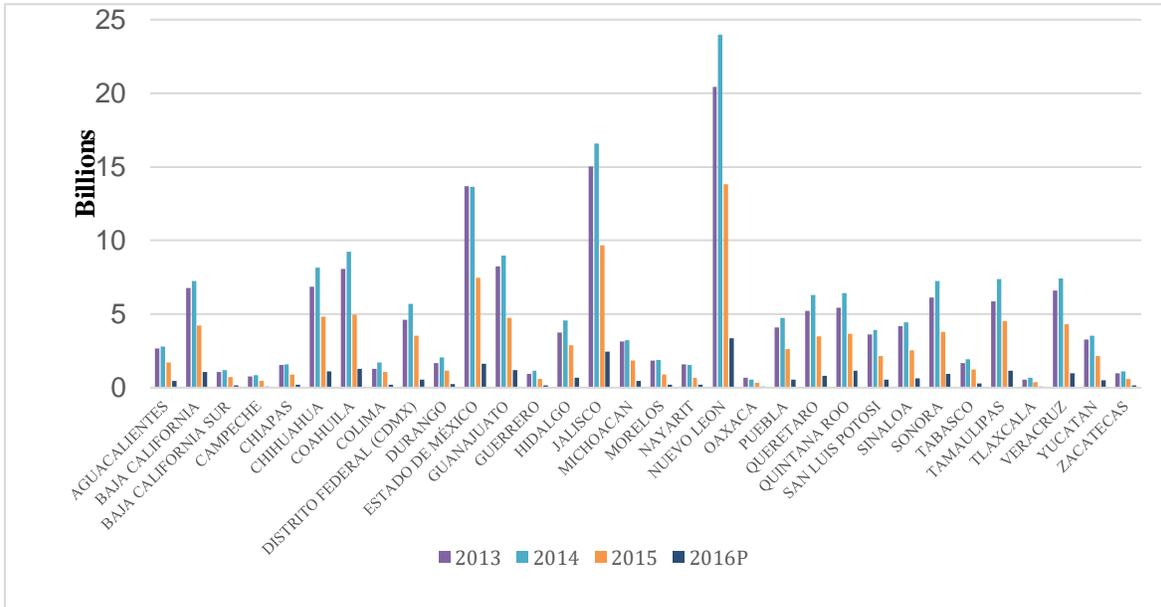


Fuente elaboración propia basada con datos de la CONAVI

Se puede observar una tendencia a la alza en las hipotecas verdes otorgadas por año en los dos estados en donde se han entregado más hipotecas de este tipo, Nuevo León y Jalisco. Por otra parte, el Estado de México, la tercera entidad con mayor número de hipotecas verdes entregadas, muestra una tendencia a la baja en el número de hipotecas otorgadas cada año.

Gráfica 2

Monto de las Hipotecas Verdes otorgadas por estado.

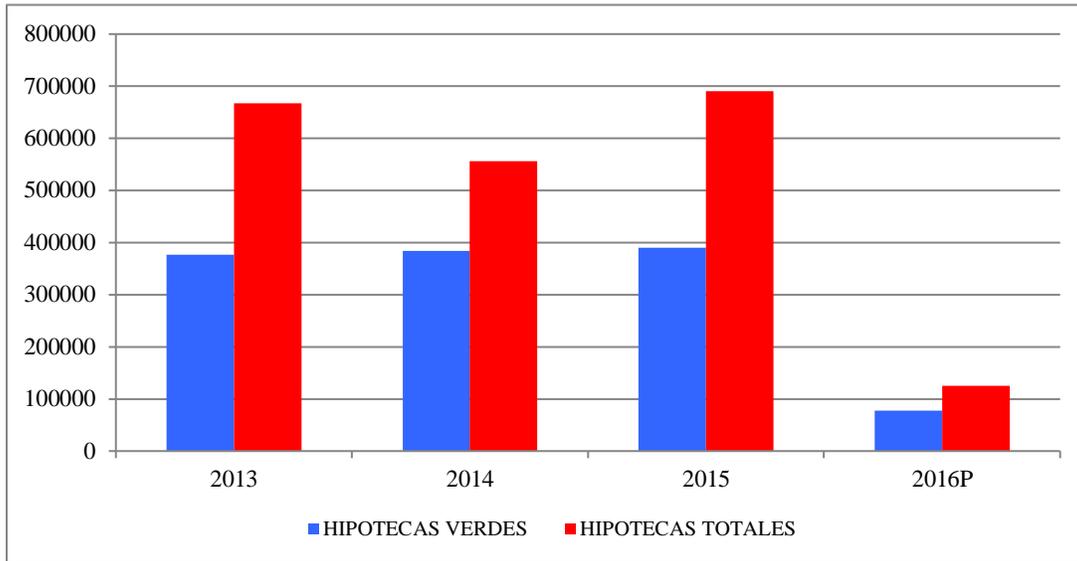


Fuente elaboración propia con datos de la CONAVI

A pesar de que el 2015 fue el año en que fueron entregadas la mayor cantidad de hipotecas verdes en todos los estados, los montos otorgados en términos constantes para adquirirlas se redujeron drásticamente, solamente en Nuevo León, en 2015 hubo una disminución de poco más del 42% en el monto otorgado para adquirir las hipotecas verdes con respecto al 2014. Jalisco, el Estado de México, Guanajuato y Coahuila, entre otros, muestran una disminución parecida.

Gráfica 3

Total de hipotecas e Hipotecas verdes otorgadas a nivel Nacional.

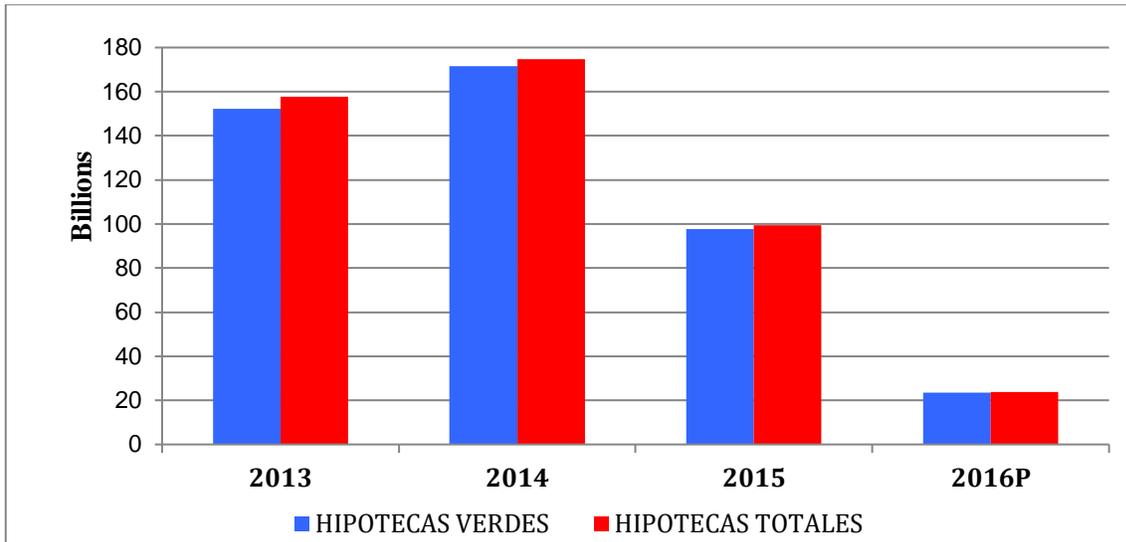


Fuente elaboración propia con datos de la CONAVI

Las hipotecas verdes entregadas anualmente en el país desde 2013 han tenido un crecimiento discreto pero continuo, pasando de 377,232 hipotecas verdes entregadas en el 2013 a 389,957 entregadas en 2015, lo que significa un aumento en promedio de 2% por año.

Gráfica 4

Monto Total otorgado por hipotecas y las hipotecas verdes



Fuente elaboración propia con datos de la CONAVI

A pesar del aumento continuo en las hipotecas verdes otorgadas, los montos en términos constantes utilizados para subsidiar estas hipotecas han ido a la baja, en 2014 se entregó una cantidad de 171,662,716,902 de pesos, y para 2015 esta cantidad bajó a 97,776,149,670 de pesos, representando una disminución de poco más del 43%.

4. Conclusiones

La situación actual del país, en términos de sustentabilidad, es crítica debido a que los intereses basados en el sistema de precios siguen prevaleciendo sobre el interés social. Las leyes y normatividad que se promulgan dejan espacios para que dentro del “marco de la ley” se sobreexploten los recursos naturales, se invadan territorios comunales para explotación privada o se depreden ecosistemas completos. Como se muestra en este trabajo, existen programas y estrategias, que en el papel, buscan mitigar los efectos de la urbanización y la explotación de diversas zonas del país, pero que en la implementación no existe un sistema de control que arroje datos que permitan evaluar de manera puntal los impactos ambientales. En el caso de la vivienda, el reconocimiento de la falta de una política gubernamental en los procesos de construcción de vivienda ha dado como resultado un modelo integral de

monitoreo, que aún no genera información suficiente sobre los impactos y resultados de dicho modelo. Una de las aparentes virtudes del sistema reside en que se alimenta de información que implica la integración multidisciplinaria de diversos agentes y organizaciones, tanto para la generación de información, así como para la evaluación y certificación de las viviendas que cumplan con las ecotecnologías necesarias para disminuir los efectos contaminantes que generan las casas habitación. Sin embargo, aún existe un fenómeno de centralización en la conducción del programa, ya que es el propio Infonavit quien debe generar las certificaciones sobre las viviendas y también es quien otorga los subsidios a constructores y derechohabientes, lo que puede dar pie a favorecer a algunas constructoras o regiones. Un aspecto a destacar es que se ha institucionalizado el proceso y existen las normas de conducción y operación. No obstante, aún no existen procesos de seguimiento y control para cuando las viviendas han sido colocadas en el mercado y habitadas. Para lograr pleno cumplimiento con los estándares de sustentabilidad de ahorro de energía, disminución de emisiones y generación de desechos contaminantes, es necesario establecer indicadores sobre el uso y manejo de las ecotecnologías por parte del usuario final. Otro aspecto a cuidar se refiere al manejo y separación de residuos, del cual el sistema no toma en cuenta para certificar el complejo, ya que en algunos estados aún no se cuenta con la infraestructura para este fin.

Por otro lado, el derecho a la vivienda, transformado en derecho a un crédito hipotecario, es contradictorio en un marco de economía ecológica, ya que se otorga un precio a las ecotecnologías utilizadas, por lo que esto significa integrar al juego del mercado la sustentabilidad de la vivienda. El crédito suma al monto original de los créditos, pero esto implica un incremento en el valor de la vivienda, lo cual convierte a la hipoteca verde en un producto más caro y discrimina en términos del nivel de ingreso.

Referencias

- Aguilar, A. G. (2002). Las mega-ciudades y las periferias expandidas. EURE (Santiago), 28(85), 121-149. Recuperado a partir de <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612002008500007>
- Baradach, Eugene (2008). “Los ocho pasos para el análisis de políticas públicas”. Editorial Miguel Ángel Porrúa, 152 p. México. ISBN: 968842790X
- CONAVI (2012). Guía de aplicación de las reglas de operación desarrolladores y Verificadores. México, D.F. 03/05/2012.
- CONAVI (2013). NAMA Apoyada para la Vivienda Sustentable en México – Acciones de Mitigación y Paquetes Financieros. México
- CONAVI y SEDATU. (2016). Sistema Nacional de Información e indicadores de vivienda. Obtenido de http://sniiv.conavi.gob.mx/Financiamientos/cubo_finan.aspx
- Conolly, P (n.d.). El financiamiento de vivienda en México. Recuperado a partir de <https://infonavit.janium.net/janium/UAM/Documentos/19752.pdf>.
- De Mattos, Carlos A. (2008). Globalización, negocios inmobiliarios y mercantilización del desarrollo urbano. En Lo urbano en su complejidad: una lectura desde América Latina. Marco Córdova Montúfar (Coord.): 35-62. Quito: FLACSO - Sede Ecuador
- Durán, R. F. (2006). El tsunami urbanizador español y mundial: Sobre sus causas y repercusiones devastadoras, y la necesidad de prepararse para el previsible estallido de la burbuja inmobiliaria. Barcelona: Virus Editorial. Recuperado de: <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/397/8/84-96044-74-2.pdf>
- EVO (2012). Protocolo Internacional de Medida y Verificación. Conceptos y Opciones para Determinar el Ahorro de Energía y Agua. Volumen 1. Disponible en: http://www.evo-world.org/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=1104&Itemid=199&lang=en
- Francesc Pallares (1988). “Las Políticas Públicas: El Sistema Político en acción” en Revista de Estudios Políticos. Núm. 62, pp 141-162. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. España
- Fundación IDEA A.C. (2013). Estrategia Nacional para la Vivienda Sustentable.

Componente Ambiental de la Sustentabilidad. México. www.fundacionidea.org.mx

- García, M. (2003). “Apuntes de Economía Ecológica” en Boletín Económico de ICE, Núm. 2767. Pp 69-75.
- Huerta Moreno, María Guadalupe. (2005). El neoliberalismo y la conformación del Estado subsidiario. *Política y cultura*, (24), 121-150. Recuperado a partir de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422005000200006&lng=es&tlng=es. <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n24/n24a06.pdf>
- INECC y SEMARNAT. (2015). Primer Informe Bienal de Actualización ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. INECC/SEMARNAT, México.
- INFONAVIT (2014). Hipoteca Verde. Portal Infonavit
- INFONAVIT (2014). Manual Explicativo Vivienda Ecológica
- INFONAVIT (2015). Hipoteca Verde. Portal Infonavit
- Isunza Vizuet, G., & Dávila González, C. (2013). Desafíos de los programas de vivienda sustentable en México. *Cuadernos De Vivienda Y Urbanismo*, 4(7). Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/view/5570>
- Isunza Vizuet, Georgina, & Méndez Bahena, Benjamín. (2011). Desarrollo inmobiliario y gobiernos locales en la periferia de la Ciudad de México. *EURE (Santiago)*, 37(111), 107-129. Recuperado a partir de <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612011000200005>
- Isunza Vizuet, Georgina. (2010). Efectos urbano-ambientales de la política de vivienda en la Ciudad de México. *Espiral (Guadalajara)*, 17(49), 129-159. Recuperado a partir de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-05652010000300005&lng=es&tlng=es.
- Kauffer, Edith (s.f.). “Políticas Públicas: Algunos Apuntes Generales” consultado en la página <http://cgpp.app.jalisco.gob.mx/images/ppapuntes.pdf>
- Palomo, P. S. (n.d.). La planificación verde en las ciudades. *Arquitectura Del Paisaje. Construcción Y Medio Ambiente*.
- Point Carbon (2012). MRV System for the ‘Sustainable Housing NAMA’ in Mexico.

- Riechman, J. (1995). “Desarrollo Sostenible, la lucha por la interpretación”. En: De la Economía a la Ecología. Ed. Trotta, España.
- UNFCCC (2009). CDM AMS-III.AE.: Energy efficiency and renewable energy measures in new residential buildings --- Version 1.0, United Nations Framework Convention on Climate Change. Bonn, 2009. Disponible en: <http://cdm.unfccc.int/methodologies/DB/AWRS1U9S13QBGT2FX236Z2CVTMH44A>
- UNFCCC (2011). Standard for sampling and surveys for CDM project activities and programme of activities (version 02.0). United Nations Framework Convention on Climate Change. EB 65, Annex 2. Bonn, 2011. Disponible en: <http://cdm.unfccc.int/UserManagement/FileStorage/TPXDOG9Q5HE7Z18CFBM3VSKIWU4YJ2>
- UNFCCC (2012). Best practices examples focusing on sample size and reliability calculations (version 01.0). United Nations Framework Convention on Climate Change. EB 67, Annex 6. Bonn, 2012. Disponible en: <http://cdm.unfccc.int/UserManagement/FileStorage/NGPMF4O672J3CBDVAYRTS8IXQZ5WKL>

INDICACIONES GEOGRÁFICAS, UNA ALTERNATIVA SUSTENTABLE AL DESARROLLO AGRICOLA COLOMBIANO

Manuel Antonio Pérez Vásquez
manuelperezv@unisinu.edu.co
universidad del Sinú

Resumen- Las Indicaciones Geográficas –IG, son signos distintivos en el cual se identifica un producto según su región geográfica donde fue elaborado, y en atención a sus propiedades físicas, climáticas y humanas que están contenidas en su producción, y tales características a su vez, se convierten en una ventaja competitiva en un mercado tanto nacional como internacional, debido a que, a través de la IG, se logra posicionar en el mercado un producto con definidos estándares calidad. El presente artículo de tipo descriptivo tiene como propósito central, el describir como el IG puede ser una alternativa sustentable en el sector agrícola colombiano.

Palabras claves: Denominación, origen, producto, agrícola, región

Abstrac- The Geographical Indications -IG, are distinctive signs in which a product is identified according to its geographical region where it was made, and in view of its physical, climatic and human properties that are contained in its production, and such characteristics in turn, they become a competitive advantage in a national and international market, because through the IG, it is possible to position a product with defined quality standards in the market. The purpose of this descriptive article is to describe how the GI can be a sustainable alternative in the Colombian agricultural sector.

Keywords: Denomination, origin, product, agricultural, region.

1) **Introducción.** Las Indicaciones Geográficas –IG, son instrumentos que facilitan la identificación de un producto o servicio, a partir de su origen geográfico, es decir, se indica de qué lugar o región ha sido producido, es decir, su región de origen. En el ordenamiento jurídico de Colombia se identifican dos tipos de IG: las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen (Londoño, 2009).

Las indicaciones de procedencia, solo “no tienen, necesariamente, incidencia en la calidad o particularidades de un producto” (Castro, 2009, p.194), es decir, es un signo distintivo. En la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones –CAN– (Fernandini, 2003, p.83), se concibe, que Las indicaciones de procedencia son un “*nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado*” (Decisión 486 de 2000, art. 221).

En cambio, la denominación de origen está referido al lugar originario donde ha sido recolectado, transformado o fabricado (Castro, 2009, p.196), y en donde se consideran una serie de características naturales, de suelo, climáticas, culturales, humanas o geográficas, lo cual tales elementos hacen el bien contenga una cierta reputación o cualidades, que son únicas, identificables y diferenciadas de aquellos productos que se elaboran en otras zonas (Tamayo, 2005, p.93).

El artículo 201 de la Decisión 486 de 2000 de la CAN, establece lo siguiente:

... una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos (Decisión 486 de 2000 de la CAN, art. 201).

En el presente artículo es de tipo descriptivo con información recolectada de fuente primaria (Libros, textos, normas y artículos), en el cual se pretende describir acerca de la importancia de las Indicaciones Geográficas, y específicamente, si estas pueden ser una alternativa sustentable en el sector agrícola colombiano.

2) Las Indicaciones Geográficas

Según Nudman (2007), la IG:

Es todo signo, nombre o mención que identifica un determinado lugar de la tierra, sea un pueblo, una región, un país, o inclusive, un continente. A través de estas indicaciones se ubica espacialmente a las personas y a las cosas, y esta "información" que suministran es aprovechada como elemento individualizador de productos en el tráfico mercantil, de suerte tal que ponen en conexión el producto al cual se aplican con su lugar de origen o procedencia (p.2).

La anterior consideración, pone de relieve que las IG, les da una categoría única a los productos producidos en una región para el desarrollo de la comercialización del mismo. Por su parte, Maroño (2002); expresa que:

Se ha considerado como una indicación geográfica que, además de señalar la procedencia geográfica del producto, revela la presencia en el mismo de cualidades o características debidas esencial o fundamentalmente al medio geográfico de origen (formado por la confluencia de factores naturales y humanos existentes en ese lugar)" (p.21).

Este autor atiende no solo al origen del producto para distinguirlo de los demás en un mercado, son también resalta los factores humanos que tienen incidencia en la calidad o característica del producto.

Existen dos tipos de IG, unas simples y otras calificadas. Las primeras, también se denominan como indicaciones de procedencia, e indican que se establece el origen del producto, sin

embargo, este no se relaciona con la calidad ni con sus características específicas. Las calificadas, que están referidas a darle significancia el origen de aquellos productos y haciendo énfasis en el cumplimiento de ciertos requisitos especiales (características, cualidades o reputación especiales, entre otras).

Los consumidores, al ser informados sobre el origen geográfico de los productos, son influenciados por dicha publicidad en cuanto a calidad o característica del producto y ello es conducente a una valoración y diferenciación del mismo por parte de quienes lo consumen. Y estos consumidores, están dispuestos a pagar más por estos productos con denominación de origen y ello a su vez, es vital dentro del proceso de la comercialización, debido a que las IG, se convierten en un aspecto definitivo en el posicionamiento de un producto o marca apoyados en la calidad y su relacionamiento con el origen.

Lo anterior pone en relevancia que las marcas como parte de las estrategias de comercialización, través de un IG puede lograr que un simple indicador de origen se convierta en una marca identificable en los consumidores.

Siguiendo con lo anterior, una IG, a través de un nombre y/o signo, se puede proveer información relevante al consumidor sobre un producto, y como ejemplos de ellos, se mencionan los productos agrícolas que, debido a sus cualidades, dan cuenta de un lugar de producción. Las IG pueden ser aplicables para una variedad de productos y marcas del sector agrícola, en ese sentido, se menciona, “Toscana” para el aceite de oliva, como originario de una región italiana o “Roquefort”, que es un queso elaborado en Francia; el “Tequila” para el caso de una zona de México, o el “Pisco” en relación a una población del Perú. Estos signos o nombres, indican las particularidades de una región, que se materializan en la elaboración de un producto, y le dan un toque de exclusividad y calidad.

El concepto de IG, lleva contenido las denominaciones de origen. En razón a las “marcas la OMC, expone que:

En el sentido de que toda persona cuyos bienes o servicios sean originarios de la zona geográfica de que se trate y cumpla las condiciones establecidas en la reglamentación tendrán derecho a ser miembro de la asociación y será admitido en el grupo de personas autorizadas a utilizar la marca (OMC, 2004). B

Lo anterior significa, que las marcas son parte de la diferenciación de los productos por origen territorial. Y en lo referente a la protección de los signos distintivos, para el caso de las marcas registradas y las IG, se infiere que las marcas son aquellas referidas a la protección de la inversión en cuanto al mantenimiento de una determinada calidad y reputación. En las IG, se busca establecer una información que sirve de soporte como indicador del origen y de la calidad de los productos.

En razón a la protección de una IG, si se da una utilización que no es honesta por parte de terceros que no han recibido autorización, esto es perjudicial tanto a los que consumen como a los que producen, en el caso de los consumidores, estos son engañados al creer que consumen un producto original y con cualidades especiales debido a que es originario de un lugar en particular, cuando en realidad se trata de una imitación sin valor. También se afectan los productores, ya que, por una parte, pierden una parte importante de sus utilidades y por otro lado, se disminuye la buena imagen de sus productos.

Las IG, en igual forma que una protección intelectual de una marca o patente, estas son protegidas conforme a las legislaciones nacionales e internacionales, en cuanto a esta última, la protección de las IG, es relativamente antigua y aún vigente. En ese sentido, se destacan diversos tratados internacionales, entre ellos, están: El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883, y el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, que están actualmente administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Se menciona en especial, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el

Comercio (ADPIC), entidad que es encargada de la protección internacional de las IG, en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que en su artículo 22.1 del Acuerdo sobre los ADPIC define las IG del modo siguiente:

...indicaciones geográficas son las que identifican un producto como originario del territorio de un Miembro de la Organización Mundial del Comercio o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto es imputable fundamentalmente a su origen geográfico (ADPIC, art 22.1).

En este artículo de la ADPIC, se establece que las IG, ofrecen la identificación del producto y ello trae consigo diferenciación con respecto a los demás en cuanto a calidad, reputación o característica especial y todo ello, como un sello de marca característico de su origen o procedencia.

Por su parte, el Artículo 22, establece que:

Los Miembros arbitrarán los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir:
a) la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto y; b) cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal.... (ADPIC, 2018, art 22).

Asimismo, se dispone que todo Miembro, de oficio o a petición de parte, "...denegará o invalidará el registro de marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios de dicho territorio indicado, si el uso de tal indicación [...] induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen (ADPIC, 2018, art 22).

El Artículo 23 determina una protección adicional a las IG, al consignar que:

Cada Miembro establecerá los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique vinos para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica de que se trate, o que identifique bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica en cuestión, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras análogas (ADPIC, 2018, art 23).

En el Artículo 24, señalan que:

Ninguna de las disposiciones de estos artículos impone a un Miembro la obligación de impedir el uso continuado y similar de una determinada indicación geográfica de otro Miembro, que identifique vinos o bebidas espirituosas en relación con bienes o servicios, por ninguno de sus nacionales o domiciliarios que hayan utilizado esa indicación geográfica de manera continua para esos mismos bienes o servicios, u otros afines... (ADPIC, 2018, art 23).

Entre las IG, toman relevancia, las denominaciones de origen, que son aquellas de mayor exigencia, debido a que no solo se establece la vinculación geográfica del producto, sino también, el hecho de que se haya cumplido con procedimientos naturales y humanos adicionales que han incidido en la calidad del producto (Errázuriz, 2010).

Las IG, sirven como centro de interés para inversiones en infraestructuras viales, de transporte y de comunicación, u otras actividades directas o indirectas relacionadas con las zonas productivas (Cambra y Villafuerte, 2009). En ese sentido, las IG, son parte de la competitividad de un sector, tal como lo concibe Porter (1990), en su modelo estratégico del

“diamante”, y en donde se fomenta la existencia de sectores y clústeres relacionados que se apoyen mutuamente.

2.1 Las indicaciones geográficas como factor de desarrollo rural

Los IG pueden ser parte de proyectos y programas de desarrollo rural, debido a que tienen contenido saberes y conocimientos tradicionales en una región, y ello es parte de la calidad del producto originario en una zona, y ello a su vez, lo hacen potencialmente atractivo para un mercado específico, y en esa medida, las IG pueden llegar a ser instrumentos útiles para el desarrollo rural (Ibert y Petit, 2009).

En línea con lo anterior, los productos agrícolas tienen la particularidad de ser influenciados por el clima, el suelo y las formas de producción de una zona determinando en un país, por ello la mayoría de estos productos tienen la connotación de indicaciones geográficas en todo el mundo.

Muchos autores han conferido que las indicaciones geográficas contribuyen de manera significativa en el desarrollo de las zonas rurales, debido a que se logra un reconocimiento no solo del producto como tal, sino también de una zona de producción, y así mismo, de los productores regionales, y ello conlleva a que exista una marca reconocida en el mercado tanto nacional como internacional, y pueda darse un sobreprecio, que favorece la creación de empleo y en parte, ayudar a evitar el éxodo rural. También los productos agrícolas con indicación geográfica, generan beneficios secundarios, derivados de ese reconocimiento de una región determinada, como por ejemplo en las áreas turísticas y gastronómicas.

Las IG, no solo contribuyen en el empleo o mayores ingresos en una región, sino también, en la promoción de la misma como un todo. En este sentido, se podría afirmar que las IG establecen una “marca regional”, aunque ello no garantice el éxito automático o el desarrollo de la región, debido a que ello implica el fortalecimiento de otros factores a nivel regional.

Por otra parte, las IG, están relacionadas intrínsecamente con la agricultura en el comercio internacional, debido a que generan reconocimiento hacia los cultivos y productos que son originarios del campo y de una zona en específico, y ello su vez, incide en los patrones de consumo de alimentos a nivel mundial (Bhala, 2003).

Las IG, impulsan el desarrollo de productos de calidad, a través de la especialización (Josling, 2005), y en parte, compensan la eliminación de las medidas de proteccionismo, porque generan nuevas formas alternativas de competencia, fundamentadas en la calidad del producto frente a otras opciones a los consumidores de otros países. Las IG, pueden tener un papel central en la subsistencia de la cultura agrícola en casos específicos de algunas naciones. Sin embargo, se requiere que indicaciones geográficas estén referidas a los modelos agrícolas que se establecen en los países subdesarrollados en función de que haya beneficios en los pequeños agricultores, y no sólo a los grandes productores (Santilli, 2012).

En el desarrollo o implementación de una indicación geográfica para el caso agrícola se deben considerar los siguientes aspectos:

- Debe haber una identificación de las características del producto y analizar si hay posibilidades de su expansión comercial;
- Debe existir cohesión organizativa en el grupo de productores agrícolas y en otros agentes que son parte del régimen de indicación geográfica;
- Se requiere la implementación de un código de prácticas o reglamento de uso referidos al producto, sus métodos de producción y procesamiento agrícola. En este código deben estar las especificaciones de acerca de los factores, naturales o humanos, que existen en la región, ya que se consideran como parte integrante del producto;

- Se debe establecer sistemas de trazabilidad, verificación y control, todo ello en el propósito de que haya garantía en cuanto a la calidad y en correspondencia al código de prácticas o el reglamento de uso del producto.
- Se deben desarrollar estrategias de comercialización en atención a la calidad originaria del producto agrícola;
- Se debe lograr la protección jurídica de la IG y diseñar una estrategia de observancia (Gotschlich y Valverde, 2011).

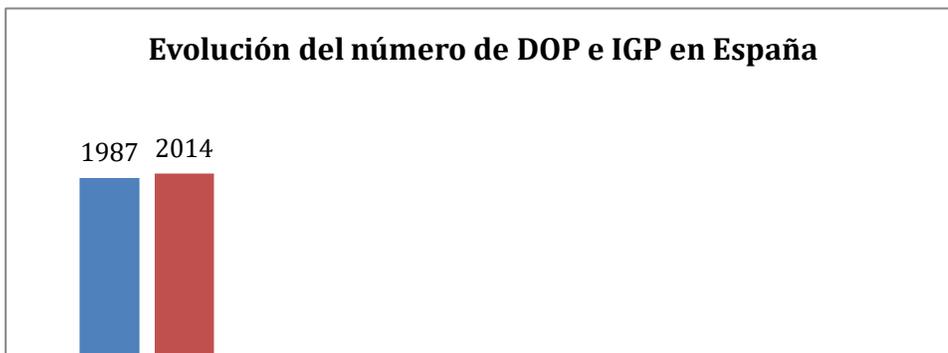
Caso de éxito de las Indicaciones Geográficas

Un ejemplo de éxito de las IG a nivel internacional es el caso de la UE, que, a partir del año de 1988, en el documento de la Comisión de las Comunidades Europeas (1988), denominado “El futuro del mundo rural”, el sistema de protección de indicaciones geográficas toma gran auge en cuanto a que haya diferencia de los productos alimenticios de Europa frente a los de terceros países.

Una muestra de tales resultados es la gran proliferación de estas denominaciones y marcas colectivas relacionadas a un origen geográfico, tanto en España como en Europa, tal como se evidencia en las siguientes tablas 2.1 y 2.2.

Tabla 1. Evolución del número de DOP e IGP en España

| España | 1987 | 2014 |
|--------------------|------|------|
| Alimentos DOP -IGP | 12 | 191 |
| Vinos DOP | 31 | 74 |
| TOTAL | 43 | 285 |



Gráfica 1

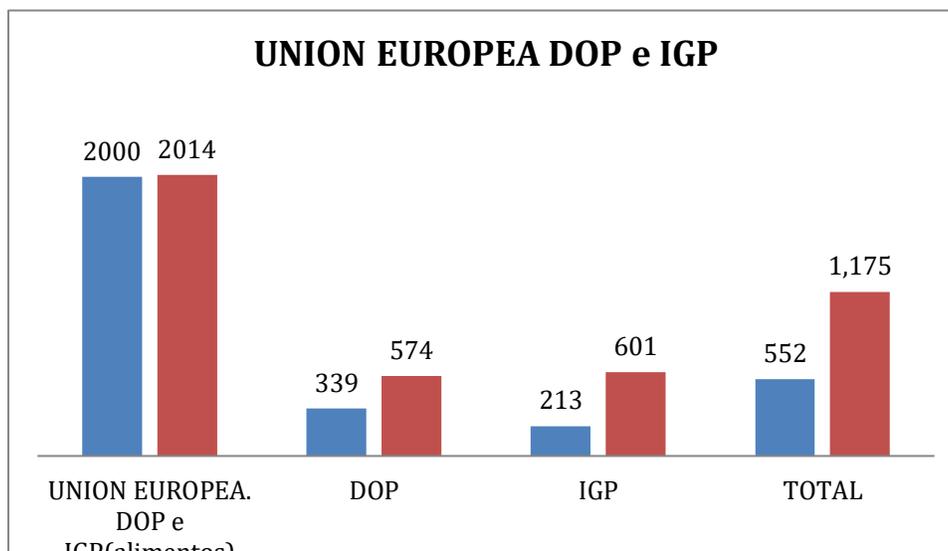
Fuente: MAGRAMA (2014).

En esta tabla se muestra como del periodo de 1987 a 2012, solo en España el número total de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) aumentó sustancialmente, hasta multiplicarse por 6,6 Veces.

Tabla 2. Evolución del número de DOP e IGP en la U.E.

| UNION EUROPEA. DOP e IGP(alimentos) | 2000 | 2014 |
|--|------|-------|
| DOP | 339 | 574 |
| IGP | 213 | 601 |
| TOTAL | 552 | 1.175 |

Fuente: MAGRAMA (2014).



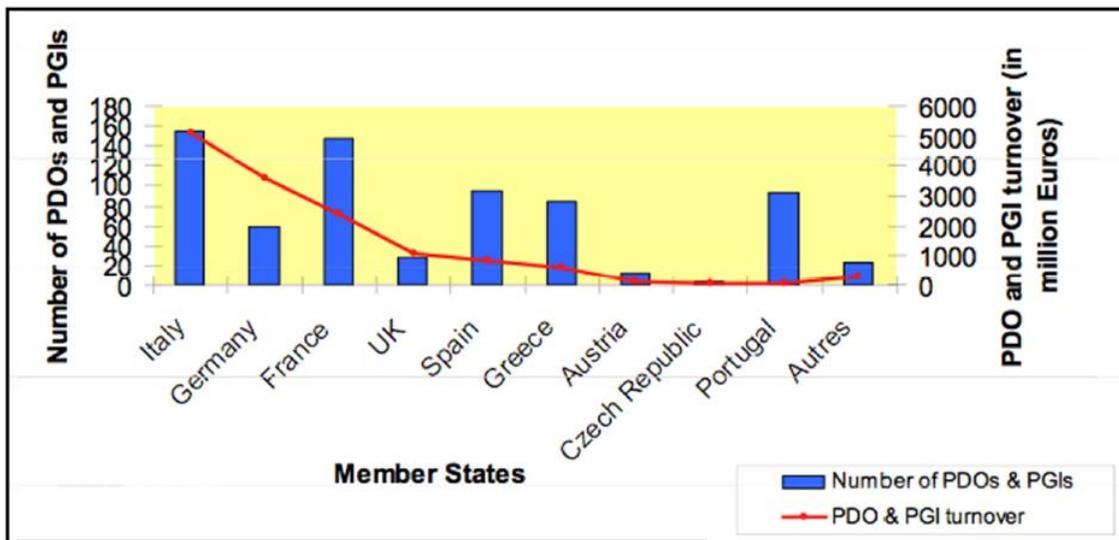
Gráfica 2

En la gráfica anterior, se evidencia que, en la Unión Europea, entre los años 2000 y 2014, el aumento en el número de las DOP e IGP, ha aumentado significativamente.

Un estudio realizado en el año 2010 por la Comisión Europea de Agricultura y Desarrollo Rural (Comisión Europea, 2010) mostraba que el valor económico total que generaban las 820 DOP e IGP europeas registradas en aquel momento alcanzaba los 14.200 millones de euros (datos de venta al mayor, sin incluir vinos).

No obstante, existen importantes diferencias entre los países europeos (los más desarrollados internacionalmente en el uso y protección de las denominaciones geográficas) en cuanto al valor económico generado por las DOP e IGP del país.

Figura 1: Número de DOP/IGP por Estado Miembro y Valor Económico



Fuente: Dimitriou (2010)

Fuente: Dimitriou (2010)

Según la Figura 1, las indicaciones geográficas que mayor valor económico generan son las italianas, seguidas de las alemanas y las francesas. Llama la atención que las denominaciones alemanas generen mayor valor económico agregado que las de Francia, España, Grecia o Portugal, a pesar de contar con un número notablemente inferior de IIGG que estos cuatro países.

2.3 Las indicaciones geográficas en Colombia

Para el caso colombiano, las indicaciones geográficas, no han tenido un gran desarrollo a nivel agrícola, debido a que no se han dado a las condiciones de infraestructura productiva y de comercialización que permitan posicionar productos con base en su denominación de origen. Sin embargo, en tal dirección, se resalta que, en el año 2005, el “Café de Colombia” fue reconocido como denominación de origen en Colombia. Y en el año de 2007, convirtiéndose en la primera IG protegida no europea registrada en la Unión Europea (UE).

La estrategia de diferenciación de la FNC como denominación de origen en Europa obedece a muchos años de esfuerzos de más de 50 años en el país, y se refleja en la marca de “JUAN VALDEZ”, para designar que es un producto auténtico de una región colombiana. Así mismo, se ha logrado dos nuevas denominaciones de origen para el café del país, como son: “Café de Nariño” y “Café del Cauca”, y ello le ha dado una gran reputación de este producto en todo el mundo y han tomado relevancia como una de las marcas más valiosas de Colombia.

En un estudio realizado por Tauber (2007), se concluye, que el origen del país con respecto al café, es esencial en la determinación del precio que pagan consumidores, importadores y tostadores. Por su parte, Samper et al (2011), en estudio realizado sobre la Denominación de Origen - DO Café de Colombia, exponen, que las IG y DO son un instrumento clave para generar diferenciación en commodities y evitar la tendencia en la disminución de precios de estos bienes.

Colombia, es un país que cuenta con un sector agrícola con métodos tradicionales de producción, en el cual la economía nacional se beneficia de las ventajas del sector agropecuario, y en donde existen instituciones informales en las regiones y con comunidades, como las indígenas o campesinas, que han usado el conocimiento tradicional como forma de vida, en ese sentido, Zerda (2005), expresa que tales aspectos deben convertirse en ventajas competitivas en el país en cuanto a los sistemas de protección de las IG, y en consideración de los acuerdos suscritos por el país con la UE y con EE.UU, en donde ha habido un reconocimiento de las marcas colombianas. En ese orden de ideas las IG, se deben convertir en una alternativa sustentable para el desarrollo agrícola en el país, debido a que permiten una identificación regional de los productos colombianos, como bienes de alta calidad, con características naturales, geográficas que los hacen auténticos, diferenciables y generadores de incentivos a la economía nacional.

Discusión. En el plano de la comercialización internacional de bienes y servicios y en concomitancia con los acuerdos bilaterales y multilaterales de las naciones están inmersa, un creciente interés porque se incorpore la agenda de la propiedad intelectual en tales negociaciones. Uno de los temas más controversiales en esta dirección es lo referente a las marcas y las IG, y especialmente, el nivel de protección que hay que otorgar.

Las IG, generan al consumidor datos pertinentes sobre el origen de un producto y su diferenciación frente a otro, y ello está relacionado directa o indirectamente con la alta calidad en su producción. En ese orden de ideas, la Organización Mundial de comercio -

OMC (2004), expone que las IG, permiten que los consumidores puedan diferenciar entre productos que son procedentes de un lugar o región y productos similares de otra región. Esta asociación de las particularidades de un producto con respecto a su origen geográfico, conlleva no solo a la identificación de un producto por parte de los consumidores, sino también, el establecer posicionamiento de marca.

Hay algunos productos, que a pesar de que son pertenecientes a un mismo grupo, estos se pueden diferenciar en cuanto a determinadas características, y que quizás no pueden ser identificables fácilmente por el consumidor, es lo que comúnmente se llama “asimetría de la información”, el cual, las personas que consumen el producto no pueden observar todas las características del mismo. En razón a lo anterior, las IG, pueden contribuir en dicha opción de identificación, y en donde el origen del mismo puede garantizar su alta calidad. De manera regular el sector agrícola presenta asimetría en la información entre productores y consumidores.

En el logro de que las IG sean una alternativa sustentable para el desarrollo agrícola, se deben considerar los aspectos que siempre son tema de crítica en el desarrollo del campo, como lo es, el que se dote de una infraestructura física, logística y tecnológica adecuada al sector agrícola, y ello conlleva mayores inversiones en el sector. El acceso de los productos agrícolas a los mercados internacionales, no se resumen solamente, en la protección de los productos rurales, o en su diferenciación, control de la oferta y calidad, sino también, en que el desarrollo de las IG, generen un real beneficio a los productores agrícolas, y ello supone, que las IG se conviertan en un reto más dentro de la productividad agrícola, en el intento que estos modelos de protección de los productos agrícolas en cuanto su origen reputación o calidad, y sus costos asociados, estén articulados no solo con la comercialización exitosa en los mercados, sino también en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de una zona en específico en el país.

3) Conclusión. Las IG para el caso colombiano son de gran importancia, debido a que permiten que los productos nacionales agrícolas, puedan darse a conocer de manera eficaz

a un mercado nacional e internacional, en donde los consumidores puedan informarse de las cualidades especiales de los productos específicos, y lograr diferenciación en los precios acorde a las calidades, facilitando de paso la decisión de compra, redundando en beneficios que se distribuyen hacia el consumidor y al productor. Estos últimos, se beneficiarían significativamente de las IG, al lograr estos una mejora en sus ingresos netos, y seguir reinvertiendo estos excedentes en infraestructura productiva hasta consolidar una demanda mayor y más sólida.

El café colombiano sigue siendo un ejemplo de como las IG generan desarrollo agrícola, pero tal denominación de origen, debe estar acompañada de reputación, calidad, capacidad instalada, publicidad y experiencia, alrededor de los factores productivos. Este éxito debe ser imitable en el país para una gama de productos agrícolas que ya tienen gran aceptación en los mercados internacionales, pero que requieren de la protección de las IG, mediante una legislación adecuada, una institucionalidad nacional y la capacidad local necesarias para hacer de las IG una alternativa sustentable para el desarrollo agrícola en el país.

La teorización y las experiencias descritas en el presente artículo, corroboran el hecho, de que las IG pueden contribuir significativamente en el desarrollo del sector agrícola, debido a que generan productos auténticos, diferenciables y con cualidades únicas para los mercados tanto nacionales como internacionales, y ello a su vez, tare consigo, el destacar la labor de talento y esfuerzo por parte de quienes elaboran estos bienes en determinadas regiones del mundo. En el caso colombiano, el éxito del café y su marca, través del símbolo de “**JUAN VALDEZ**”, es un evento económico real y significativo para la economía nacional, y en donde las cifras o resultados del posicionamiento de este producto a nivel mundial, dan cuenta de las ventajas competitivas de las IG, y estos resultados a su vez, sirven de motivación para que se sigan desarrollando acciones estratégicas y competitivas en función de la implementación de las IG en el país, y de paso generar consigo, mayores oportunidades de comercialización, de empleo y reputación para los productos originarios de Colombia.

4) Referencias

Bhala, Raj. (2003). World Agricultural Trade in Purgatory: the Uruguay Round Agriculture Agreement and its Implications for the Doha Round”, N.D. L. Rev., Vol. 79, 2003, p. 691-830.

Cambra, J., Villafuerte, A. (2009): Denominaciones de origen e indicaciones geograficas: justificacion de su empleo y valoracion de su situacion actual en Espana; publicado en: Lamo de Espinosa, J. (Coord.). El nuevo sistema agroalimentario en una crisis global; Coleccion Mediterraneo Economico; Cajamar. Almeria.

Comisión de las Comunidades Europeas (1988). El futuro del mundo rural. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo de 29 de julio (COM (88)501 final). Boletín de las Comunidades Europeas.

Castro García, J. (2009). La propiedad industrial. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. P. 194

Comunidad Andina de las Naciones. Artículo 221 de la Decisión 486 de 2000.

Comisión Europea (2010): PDO and PGI Agricultural Products: a 14,2 billion euros turnover for over 800 products. Comision Europea de Agricultura y Desarrollo Rural. (http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/newsletter-2010_en.pdf).

Dimitriou, P. (2010): The point of view of EU., International Seminar on Geographical.

Errázuriz Tortorelli, C. (2010) Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Propiedad Intelectual en progreso. *Revista Chilena de Derecho*, vol. 37 N0 2, pp. 207-239. Chile.

Fernandini, C. (2003). La Comunidad Andina. Tendencias en propiedad industrial. En: Revista Propiedad industrial e intelectual en Iberoamérica. P. 83.

Granados Aristizábal, J. (2012). Las denominaciones de origen en la industria agrícola: una herramienta de distinción y competitividad. Art. Producción + Limpia, Vol.7, No.2 - 95•105. Colombia.

Gotschlich Vázquez, C; Valverde Bórquez, F. (2011). Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen: régimen contractual de los beneficiarios con una indicación geográfica o denominación de origen y las ventajas que trae consigo el sometimiento a un régimen contractual ORGANIZADO. Universidad de Chile. Santiago, Chile.

Ilbert, H., y Petit, M. (2009). ¿Son las indicaciones geográficas un derecho válido de propiedad? Tendencias globales y desafíos. Publicado originalmente en inglés por Wiley-Blackwell and the Overseas Development Institute. Disponible en <http://www3.interscience.wiley.com/journal/122540117/abstract>.

Josling, Tim. (2005). What's in a Name? The economics, law and politics of Geographical Indications for foods and beverages", IIS Discussion Paper No. 109, Institute for International Integration Studies, Trinity College, Dublín.

Londoño Fernández, J. (2009). La denominación de origen y el alcance de su protección. En: *Revista La propiedad inmaterial. Universidad Externado de Colombia. N° 13. p. 1.*

MAGRAMA –Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente- (2013): Anuario de Estadística, Avance 2013. Madrid.

MAGRAMA –Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente- (2014) Situación de las denominaciones de origen protegidas y de las indicaciones geográficas protegidas de vinos.

Maroño, M. (2002). La Protección Jurídica de las Denominaciones de Origen en los Derechos Español y Comunitario. Barcelona, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, págs. 21 y 22.

Nudman Almazan, V (2007). Protección Internacional de la Denominación de Origen Pisco Chileno: De La controversia con Perú y en Particular del Arreglo de Lisboa y La Inscripción del Pisco Peruano en La Organización Mundial de La Propiedad Intelectual. Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. Santiago, Chile. Universidad de Chile. Pág.2

OMC (2004). *Informe sobre el Comercio Mundial 2004*, págs. 76-95 sobre Indicaciones Geográficas en Capítulo sobre Evolución del Comercio y de las Políticas Comerciales.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI (2018). Las indicaciones geográficas.

Porter, M.E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Ed. The Free Press, New York.

Santilli, J. (2012). *Agrodiversity and the Law: regulating genetic resources, food security and cultural diversity*, Earthscan, NY, 2012, p. 324.

Samper L y Lozano (2011) Las indicaciones geográficas - y la ciencia como instrumento de Competitividad: el caso del café de Colombia, Simposio mundial sobre indicaciones geográficas, OMPI.

LA ECONOMÍA CIRCULAR EN COLOMBIA: UN PARALELO CON LA EXPERIENCIA EUROPEA

Redondo Ramirez, Marlen Isabel¹, Duque Gómez, Cristian Camilo², Lopez Buritica, Laura Vanessa³,
Hernández Ramírez Leidy Johanna⁴, Ruiz Tamayo David⁵

¹Universidad Libre seccional Pereira, Directora del Centro de Investigaciones Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables (TEM, Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, Universidad Libre seccional Pereira), isabel.redondo@unilibre.edu.co

²Estudiante del programa de economía (TEM, Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, Universidad Libre seccional Pereira), cristian-duqueg@unilibre.edu.co

³ estudiante del programa de economía (TEM, Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, Universidad Libre seccional Pereira), laura-lopezb@unilibre.edu.co

⁴ Universidad Libre seccional Pereira, Directora del Centro de Investigaciones Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables (TEM, Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, Universidad Libre seccional Pereira),
leidyj.hernandezr@unilibre.edu.co

⁵ Estudiante del programa de economía (TEM, Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, Universidad Libre seccional Pereira), david-ruizt@unilibre.edu.co

Resumen— Esta es una revisión bibliográfica referente a la economía circular, vista desde su aplicabilidad en Colombia y la Unión Europea; cuyos objetivos son: definir el funcionamiento de la economía circular; explicar los principios en los que se apoya; detallar los factores para un óptimo proceso de transición de economía lineal a circular; y explicar cómo es la utilización de este modelo y algunos casos de éxito en la Unión Europea y Colombia. Asimismo, la metodología se divide en las siguientes etapas: Recopilación de documentos bibliográficos; revisión y selección por temas; análisis de la información seleccionada y su respectiva condensación y redacción del artículo. Además, la realización del artículo permite concluir que: La aplicación de un modelo de economía circular permite al país obtener beneficios tanto ambientales, como sociales, políticos y económicos; a pesar de ser un modelo reciente, Colombia empieza a integrar las ideas de la economía circular mediante el Departamento Nacional de Planeación, el cual ha lanzado algunos informes sobre el tema y como las empresas del país se pueden acoplar para así obtener mejores resultados

Abstract— The following it's a bibliographic review about circular economy, seen from its applications in Colombia and the EU. The main objectives are: Definition of the Circular economy functionality; to explain its foundations and the main factors that would lead an optimal transition process from a linear to a circular economy; to explain how the model is used and some success cases in both economies. The methodology is broken down into the

following steps: bibliographic research, topic selection and revision, analysis of selected data. Some of the conclusions found are: the application of a circular economy model brings social, political, environmental and economic benefits; Colombia is starting to implement the model through its National Planning Department (DNP), which came up with documentation on how the Colombian companies can adapt to the model and get better results.

Palabras clave— Economía circular, ciclo técnico, ciclo biológico. **Keywords**— Circular economy, technical cycle, biological cycle

31. Introducción

La investigación que se plantea es un primer paso al desarrollo de una serie de proyectos que traigan relevancia sobre la pertinencia del concepto de la economía circular en, para esto es necesario ahondar un poco en el concepto sobre el que va a trabajar, para ello se dirá que la economía circular es una filosofía de organización de sistemas inspirada en los seres vivos (Balboa C, Economía circular como marco para el ecodiseño: El modelo ECO 3, 2013) dejando de lado el concepto básico de producir, usar, tirar comúnmente conocido como un modelo lineal. Dentro de la investigación desarrollada, consistente en un diseño metodológico de análisis de datos, se exponen diferentes conceptos que permiten entender el origen de la economía circular, que proviene del campo de estudio de la ecología industrial que surgió a principios de los años noventa. (Gobierno de Colombia, 2018), además de explorar en su impacto en la realidad económica actual, pues si bien es un tema que ha ganado reconocimiento en diferentes áreas tanto académicas como productivas, existen aún diferentes retos a nivel nacional respecto a su aplicación y consolidación, y es este aspecto el que trae a colación la pertinencia de un trabajo que busque encontrar la forma en la que se han implementado los procesos de economía circular en Colombia.

Es importante resaltar que la economía circular comienza desde el principio mismo de la vida de un producto, es decir, tanto la fase de diseño como los procesos de producción tienen un impacto sobre la obtención, la utilización de los recursos y la generación de residuos a lo largo de la vida de un producto. (Comisión Europea, 2015)

Adicionalmente, es necesario mencionar la situación que se desarrolla a nivel internacional, debido a que existen corporaciones reconocidas a nivel mundial que destacan por el estudio a fondo de la economía circular como lo es la fundación Ellen MacArthur (2017), la cual plantea que la economía circular es reparadora y regenerativa, y pretende conseguir que los productos, componentes y recursos en general mantengan su utilidad y valor en todo momento.

La contribución de los organismos internacionales dentro del proceso de consolidación del concepto y formas de aplicación de la economía circular es uno de los elementos claves en la aplicación y permanencia de procesos que se enfoquen a dar continuidad al tratamiento de los recursos, es por eso que es importante distinguir diferentes conceptos, con el de los ciclos técnicos y biológicos que busca la generación de múltiples mecanismos de creación de valor no vinculados al consumo de recursos finitos. Con todo esto se pueden consolidar los aspectos más relevantes de la economía circular, entendiendo que la presente investigación busca ahondar en el concepto y traerlo a colación en el contexto colombiano, realizando un paralelo de su aplicación con la experiencia de la Unión Europea.

32. Objetivos

El objetivo general de la investigación es definir el funcionamiento de la economía circular como alternativa para el modelo de economía lineal; para el desarrollo de este se plantearon unos objetivos específicos los cuales hacen alusión a explicar los principios en los que se apoya la economía circular, detallar los factores para un óptimo proceso de transición de economía lineal a una economía circular y exponer la forma en que se desarrollan los procesos de economía circular en la Unión Europea y Colombia

1. Estado del Arte

Autores como Cerantola, manifiestan que a diferencia de la Economía Lineal, la circular promueve un nuevo modelo que trata, en definitiva, de desvincular el desarrollo económico

global del consumo de recursos finitos, es un nuevo paradigma económico que se basa en la restauración y la regeneración a través del diseño. (Cerantola, Reflexiones sobre el pasado, presente y Futuro de la economía Circular, 2016) Por lo tanto, la aplicación de los principios de la Economía Circular, pueden llegar a brindar enormes oportunidades de transformación económica, social y cultural. (Cerantola, Revista Ambiental, 2016)

Otro referente encontrado es la Comisión Europea (2015) quienes aportan que la economía circular se configura desde el principio mismo de la vida de un producto, es decir, tanto la fase de diseño como los procesos de producción tienen un impacto sobre la obtención, la utilización de los recursos y la generación de residuos a lo largo de la vida de un producto.

La Fundación Ellen MacArthur, se constituye como un centro de estudios acerca de la economía circular, su campo de acción está primordialmente enfocado a la comunidad europea, sin embargo, a la hora de ser referente para el trabajo pues conciben el término como un ciclo de desarrollo positivo continuo que preserva y mejora el capital natural, optimiza los rendimientos de los recursos y minimiza los riesgos del sistema al gestionar reservas finitas y flujos renovables. Adicionalmente distinguen entre los conceptos de ciclo técnico y ciclo biológico; el ciclo técnico consiste en la gestión de reservas de materias finitas donde el uso sustituye al consumo, las materias técnicas se recuperan y la mayor parte se restauran; mientras que el ciclo biológico comprende los flujos de materias renovables; por lo tanto, el consumo únicamente se produce en el ciclo biológico

Balboa (2013) propone que la economía circular debe apoyarse en ciertos principios para obtener los beneficios esperados; tales principios son:

Principio 1. Preservar y aumentar el capital natural, controlando los stocks finitos y equilibrando los flujos de recursos renovables.

Principio 2. Optimizar el rendimiento de los recursos, circulando siempre productos, componentes y materiales en su nivel más alto de utilidad, en los ciclos técnico y biológico.

Principio 3. Promover la efectividad del sistema, haciendo patentes y proyectando eliminar las externalidades negativas. (Balboa C, Economía circular como marco para el ecodiseño: El modelo ECO 3, 2013)

Gutiérrez (2017), presenta aportes referente a una serie de características que deben tenerse en cuenta en los procesos productivos que hagan uso de la economía circular:

Diseño sin residuos: Los productos son diseñados de tal manera que no existan residuos, se usan materiales biológicos que sean de fácil reutilización sin sacrificar la calidad.

Aumentar la resiliencia por medio de la diversidad: La fabricación de productos debe dar prioridad a características de modularidad, versatilidad y adaptabilidad lo cual permitirá que respondan de mejor manera a cambios externos.

Cambiar a fuentes de energía renovables: Se debe propender por sistemas que operen a partir de energías renovables. Por ejemplo, en los procesos agrícolas se debe pensar en sustituir los combustibles fósiles por fuentes de energía que provengan de estos procesos, tales como estiércol o residuos.

Pensar en sistemas: Ver los productos como un sistema compuesto por diferentes componentes y comprender de qué manera se relacionan entre sí y con el medioambiente. Esto permitirá obtener unos productos que sean mucho más flexibles a cambios en el entorno.

Pensar en cascada: Pensar como sus componentes podrán ser reutilizados una vez este cumpla su ciclo funcional desde el diseño de los productos (Gutierrez Sanchez, 2017)

Es tanto el impacto que la economía circular ha generado en todo el mundo en la última década, que ahora es posible contar con guías y estándares que ayuden a las empresas y organizaciones a acoplarse de manera adecuada a los procesos que conllevan el paso de economía lineal a una circular en materia de producción. Los estándares más conocidos son:

BS 8001:2017 desarrollado por la British Standards Institution (BSI) es considerado como el primer estándar del mundo para implementar los principios de la economía circular en las

organizaciones, pretende ayudar a las organizaciones e individuos a considerar e implementar más prácticas sostenibles y circulares en los negocios, tanto a través de mejores maneras de trabajo, como proporcionando más productos y servicios circulares, o rediseñando completamente el modelo de negocio y propuesta de valor. (Vilariño, 2017)

Norma XP X30-901 ideada por la asociación de normalización en Francia (AFNOR) es una norma que se desprende de la demanda de más de 50 profesionales buscando formas de transformar la economía hacia un modelo circular. (Farbiarz Mas, 2018)

2. Metodología

La metodología escogida para esta investigación parte de un enfoque cualitativo, puesto que el objetivo de este proyecto es la exploración, análisis y descripción de los procesos referentes al concepto de economía circular, mediante su contextualización en el ámbito colombiano y europeo. El método seleccionado para la recolección de información consiste en la revisión bibliográfica, debido a que se recoge la información de diferentes trabajos teóricos y empíricos anteriores a la realización de la presente investigación.

El procedimiento llevado a cabo para la selección de los trabajos que se tuvieron en cuenta como referentes para el desarrollo del proyecto consistió en consultar diferentes bases de datos especializados, consultando basados en diferentes criterios de búsqueda referentes a la economía circular y los demás temas tratados en esta investigación.

Como resultado de esta primera recolección de información, se obtuvo una extensa cantidad de documentos relacionados con los criterios de búsqueda por consiguiente se realizó una revisión de los documentos y las temáticas que abordaban con el fin de descartar aquellos que no contribuyeran a la estructura temática planteada; con esto se redujo la cantidad de documentos para proseguir con su clasificación y análisis.

La clasificación de los documentos se realizó a través de una rejilla de análisis documental construida en excel donde se evidencia: el autor y año, título, objetivo y resultados, mediante su construcción se puede realizar una primera lectura que permitió determinar los enfoques temáticos y los aportes que hacían al desarrollo del proyecto, lo que permitió identificar los documentos referentes al concepto y normatividad de la economía circular, la aplicación de esta teoría en Colombia y una tercera categoría referente a los procesos adelantados en la Unión Europea.

Una vez clasificados de acuerdo con las categorías mencionadas se realizó una segunda lectura, en la que se analizaron en profundidad los conceptos, argumentos y planteamientos de cada texto. Una vez concluyó esta etapa de la investigación, la metodología consistió en la redacción de un artículo de revisión bibliográfica en el que se desarrolla el concepto y normatividad de la economía circular y se mencionan los avances realizados en esta materia en Colombia y en la Unión Europea.

3. Discusión

Economía Circular en la Unión Europea

Una economía circular, eficaz y duradera, es algo que ronda en la mente de la Unión Europea desde hace tiempo; la economía circular no consiste más que en buscar el crecimiento económico, pero de forma ambientalmente inteligente y sostenible, de este modo, con el ideal de que la economía circular se refuerza no sólo la protección al medio ambiente sino también la creación de empleo y la innovación le proporcionan a Europa una ventaja competitiva en el mercado global; previendo medidas para reducir el despilfarro de alimentos, normas de calidad para las materias primas secundarias, mejoras en la gestión del reciclaje en todo el territorio europeo y así promover la reparabilidad, durabilidad, reciclabilidad y eficiencia energética. (García García, 2016).

La economía circular impulsa la competitividad de la UE al proteger a las empresas contra la escasez de recursos y la volatilidad de los precios, y contribuir a crear nuevas oportunidades empresariales, así como maneras innovadoras y más eficientes de producir y consumir, la acción sobre la economía circular guarda una estrecha relación con las prioridades clave de la UE, como el crecimiento y el empleo, el programa en materia de inversión, el clima y la energía, la agenda social y la innovación industrial, así como con los esfuerzos mundiales en materia de desarrollo sostenible por lo que hacer realidad la economía circular exige un compromiso a largo plazo a todos los niveles, desde los Estados miembros a las regiones y las ciudades, pasando por las empresas y los ciudadanos (Comisión Europea, 2015). De tal forma que una evolución hacia a una economía más circular es esencial para cumplir el programa de eficiencia en el uso de los recursos establecido de conformidad con la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador- (Comisión Europea, 2014). Son demasiados las prebendes que surgen a partir de los procesos que conlleva la economía circular donde el potencial de creación de empleo es enorme, la demanda de productos y servicios son mejores y más eficientes ya que se hallan en plena expansión (Comisión Europea, 2015). Todos estos sucesos implican un cambio sistémico completo, así como innovación no sólo en las tecnologías, sino también en la organización, la sociedad, los métodos de financiación y las políticas, es decir que el provecho de utilización de este proceso se verá reflejado en todos los aspectos de la sociedad. (Comisión Europea, 2014)

Cabe destacar que la economía circular es ahora una tendencia mundial irreversible; esta labor comenzó en la UE en relación con varios temas (sustancias químicas, medio ambiente no tóxico, etiquetado ecológico y “eco innovación”, materias primas fundamentales y fertilizantes) deberá acelerarse para que Europa pueda aprovechar todas las ventajas de la transición a una economía circular (Junta de Andalucía, 2019)

Una de las aplicabilidades de este modelo se puede ver reflejado en los materiales que pueden reciclarse y se reinvierten en la economía como nuevas materias primas, aumentando así la

seguridad del suministro; en la actualidad, las materias primas secundarias todavía representan una pequeña proporción de los materiales utilizados en la UE; un factor clave para establecer un mercado dinámico de materias primas secundarias es la demanda suficiente, motivada por la utilización de materiales reciclados en los productos y las infraestructuras. Será esencial el papel del sector privado a la hora de crear la demanda y de ayudar a configurar las cadenas de suministro; una serie de agentes industriales y económicos ya han expresado su compromiso público para garantizar un determinado nivel de contenido reciclado en los productos que comercializan, tanto por razones económicas como de sostenibilidad. (Comisión Europea, 2015)

Como se afirma anteriormente, la aplicación de la economía circular en la UE genera una estrategia que ofrece grandes oportunidades de ahorro de costes en materiales para la industrial de la UE y un potencial de crecimiento del PIB de hasta el 3,9 % como consecuencia de la creación de nuevos mercados, nuevos productos y más valor para las empresas. Se estima que la mejora de la eficiencia en el aprovechamiento de los recursos a lo largo de las cadenas de valor podría reducir los insumos materiales necesarios en un 17 % - 24 % para 2030 y que el mejor uso de tales recursos tiene un potencial de ahorro total de 630 000 millones de euros anuales para la industria europea. (Comisión Europea, 2014)

Es tanto el avance de la unión europea en esta materia que ahora son los gobiernos quienes implementan medidas que garantizan el éxito del modelo; un ejemplo esto se puede apreciar con el Gobierno escocés el cual ha sido reconocido por su intensa apuesta por la economía circular al implementar una política para aprovechar los residuos sólidos de los alimentos y algunas industrias, como es el caso de la producción de su famoso whisky y el comercio del salmón. Así mismo, creó unas normatividades que obligan a la construcción de edificios con materiales que se puedan reutilizar fomentando el desarrollo sostenible del País. (Bancolombia S.A, 2019)

Economía circular en Colombia

El concepto de Economía circular en el país es muy reciente, por lo que la información y aplicabilidad es relativamente nuevo; el Gobierno de Colombia introduce con la Estrategia Nacional de Economía Circular nuevos elementos para fortalecer el modelo de desarrollo económico, ambiental y social del país. En Colombia las primeras iniciativas directamente relacionadas con la economía circular surgen en el año 1997 con la política para la gestión integral de residuos, en el año 2000 con la expedición de la política de parques industriales eco-eficientes por parte de la Secretaria Distrital de Ambiente, el DAMA de esa época, luego en 2007 el desarrollo de la normatividad sobre la Responsabilidad Extendida del Productor (REP) y la política de compras públicas verdes en 2010, contribuyen a la conceptualización de la economía circular como se conoce a nivel global. (Gobierno de Colombia, 2018)

El gobierno es consciente de que los beneficios sociales de la economía circular resultan de las innovaciones requeridas para aumentar las veces de uso de los materiales, la gestión integral del agua y la eficiencia de la energía, La puesta en marcha de la Estrategia Nacional de Economía Circular requiere de comunicación y cultura ciudadana para la economía circular, que garantice que la sociedad tenga un objetivo común, con la participación del sector público y privado. (Gobierno de Colombia, 2018)

Pese a que el enfoque de la misión de crecimiento verde se basa en la utilización de materiales, en el país el uso de los mismos para la producción es ineficiente (se usa más de lo que se necesita y hay alto desperdicio en los procesos de producción), mientras la tasa de recuperación de residuos es muy baja. Materiales estratégicos para la producción de bienes de la vida moderna como biomateriales, polímeros, cemento y hormigón, papel, acero y textiles, podrían tener un uso más eficiente y generar menos contaminación. (Departamento Nacional de Planeación, 2018)

Lo antes dicho en el último apartado se evidencia en los resultados obtenidos del estudio de reutilización de empaques en el país los cuales representan el 49% de los productos de la

industria de papel y cartón colombiano, que la pulpa de papel reciclado representa el 60% de la pulpa utilizada para la fabricación de papel y cartón y que, en Colombia, la tasa de recogida de empaques para su reciclado es del 71%, en el año 2015 la cantidad de pulpa procedente de papel reciclado consumida en Colombia fue de aproximadamente 882.000 toneladas donde cerca de un 49% de esta pulpa se destinó a la producción de empaques, de tal manera que, de las cerca de 800.000 toneladas de empaques consumidas, aproximadamente 600.000 toneladas se produjeron a partir de papel y cartón reciclado. (Departamento Nacional de Planeación, 2018)

El modelo lineal es el típico proceso utilizado para la producción el cual consiste simplemente en producir, usar y botar; el concepto de economía circular se opone a este método conocido y manifiesta que es necesario mejorar la eficacia de los recursos por medio de la reutilización planteando diversas maneras de lograr útiles las cosas que para otros ya no lo son.

Es tanto el impacto que el modelo de economía circular ha tenido alrededor del mundo que existen fundaciones dedicadas al estudio y enseñanza de este modelo para que así, tenga mayor aplicabilidad en todos los gobiernos y empresas, algunas de estas fundaciones son: Ellen MacArthur, Economía Circular y Vida Sostenible son las que más destacan por su trayectoria; enfocando su trabajo en el continente europeo.

Los proyectos que se derivan de este tipo de modelo, son tantos y aplicables a todo tipo de organizaciones que ahora es común escuchar que las empresas del mundo ayudan para que exista un desarrollo sostenible; Europa es pionera en este modelo, es común ver que la unión europea tenga planes de transformación y que mediante la comisión europea se presenten los informes relacionados; a su vez es necesario destacar algunas normativas y estándares que surgen en este continente como método de ayuda para las organizaciones y su acople a la economía circular, resaltando que estos estándares tienen aplicabilidad en cualquier empresa sin importar que no tengan conocimiento alguno del tema.

Colombia mediante el departamento nacional de Planeación quiere convertirse en el país pionero de economía circular en Latinoamérica para esto ha lanzado diversas estrategias en apoyo de varias instituciones a nivel global y enfocados en el sector construcción, alimentario y empaques busca reducir los impactos ambientales por medio de la reutilización de los residuos sin dejar de lado la calidad de los productos generando así, empresas responsables ambientalmente, generando productos innovadores que puedan ser competitivas en el mercado global, de tal modo que los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales se conviertan en uno solo. Ahora por ser parte de OCDE le permite al país trabajar buscando un desarrollo eficiente mediante la conservación de los recursos naturales por medio del programa crecimiento verde.

Colombia aún está muy atrás en la implementación de este modelo en comparación con la Unión Europea; por tal motivo es necesario la concientización de estos principios mediante la unión de las universidades y empresas y así lograr óptimos beneficios, no dejando de lado al Gobierno el cual debe de ser la entidad encargada de brindar las herramientas necesarias para lograr una impecable transición de economía lineal a circular, y promover leyes que se enfoquen en la preservación de los recursos mediante los procesos productivos.

El país debe de tomar como referente los casos de éxito de la Unión Europea e incentivar a las empresas a adaptarse a los estándares BS 8001:2017 y la Norma XP X30-901 las cuales ayudan y enseñan de manera adecuada como es la economía circular, cabe resaltar que la labor que se está empezando en el país tiene grandes ventajas a futuro y posicionan al país como referente de desarrollo sostenible en Latinoamérica.

4. Conclusiones

El modelo lineal es el típico proceso utilizado para la producción el cual consiste simplemente en producir, usar y desechar; el concepto de economía circular se opone a este método conocido y manifiesta que es necesario mejorar la eficacia de los recursos por medio

de la reutilización planteando diversas maneras de lograr útiles las cosas que para otros ya no lo son.

Es tanto el impacto que el modelo de economía circular ha tenido alrededor del mundo que existen fundaciones dedicadas al estudio y enseñanza de este modelo para que así, tenga mayor aplicabilidad en todos los gobiernos y empresas, algunas de estas fundaciones son: Ellen MacArthur, Economía Circular y Vida Sostenible son las que más destacan por su trayectoria; enfocando su trabajo en el continente europeo.

Los proyectos que se derivan de este tipo de modelo, son tantos y aplicables a todo tipo de organizaciones que ahora es común escuchar que las empresas del mundo ayudan para que exista un desarrollo sostenible; Europa es pionera en este modelo, es común ver que la unión europea tenga planes de transformación y que mediante la comisión europea se presenten los informes relacionados; a su vez es necesario destacar algunas normativas y estándares que surgen en este continente como método de ayuda para las organizaciones y su acople a la economía circular, resaltando que estos estándares tienen aplicabilidad en cualquier empresa sin importar que no tengan conocimiento alguno del tema.

Colombia mediante el departamento nacional de Planeación quiere convertirse en el país pionero de economía circular en Latinoamérica, para esto ha lanzado diversas estrategias en apoyo de varias instituciones a nivel global y enfocados en el sector construcción, alimentario y empaques busca reducir los impactos ambientales por medio de la reutilización de los residuos sin dejar de lado la calidad de los productos generando así, empresas responsables ambientalmente, generando productos innovadores que puedan ser competitivas en el mercado global, de tal modo que los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales se conviertan en uno solo. Ahora por ser parte de OCDE le permite al país trabajar buscando un desarrollo eficiente mediante la conservación de los recursos naturales por medio del programa crecimiento verde.

Colombia aún está muy atrás en la implementación de este modelo en comparación con la Unión Europea; ante esto se puede determinar que el papel de las universidades y empresas ha sido lento en el desarrollo de una transición eficaz de una economía línea a una circular.

El papel del Gobierno es determinante en la consolidación de estructuras económicas y políticas que contribuyan al establecimiento de procesos productivos circulares. Para ello el estado debe brindar las herramientas necesarias para lograr una impecable transición de economía lineal a circular, y promover leyes que se enfoquen en la preservación de los recursos mediante los procesos productivos.

El país debe de tomar como referente los casos de éxito de la Unión Europea e incentivar a las empresas a adaptarse a los estándares BS 8001:2017 y la Norma XP X30-901 las cuales ayudan y enseñan de manera adecuada como es la economía circular, cabe resaltar que la labor que se está empezando en el país tiene grandes ventajas a futuro y posicionan al país como referente de desarrollo sostenible en Latinoamérica.

5. Referencias Bibliográficas

Referencias

- Balboa C, C. H. (2013). Economía circular como marco para el ecodiseño: El modelo ECO 3. *dialnet*.
Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4881026>
- Balboa C, C. H. (2013). Economía circular como marco para el ecodiseño: El modelo ECO 3. *dialnet*.
- Bancolombia S.A. (09 de Enero de 2019). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de https://renting.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/legal-y-tributario/economia-circular-colombia/!ut/p/z/0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijdwtPQ29TQz93N38zAwCg90sLMJcfA2D_Uz0C7IdFQG-00vU
- Cerantola, N. (Diciembre de 2016). Reflexiones sobre el pasado, presente y Futuro de la economía Circular. *Revista Ambiental*. Obtenido de <http://www.revistaambienta.es/WebAmbienta/marm/Dinamicas/secciones/articulos/Nicola.htm>

Cerantola, N. (Diciembre de 2016). *Revista Ambiental*. Obtenido de <http://www.revistaambienta.es/WebAmbienta/marm/Dinamicas/secciones/articulos/Nicola.htm>

Comisión Europea. (02 de Julio de 2014). *EUR-Lex*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52014DC0398>

Comisión Europea. (02 de 12 de 2015). *EUR-Lex*. Obtenido de https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:8a8ef5e8-99a0-11e5-b3b7-01aa75ed71a1.0011.02/DOC_1&format=PDF

Competitividad, C. P. (s.f.). *Indice Departamental De Competitividad*. Obtenido de <https://idc.compitem.com.co>

Corzo, J. F. (22 de Septiembre de 2014). *Universidad IEXE*. Obtenido de www.iexe.edu.mx/blog/que-son-las-politicas-publicas.html

Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Colombia hacia el crecimiento verde*. Departamento Nacional de Planeación, Bogotá D.C. Obtenido de https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/Resultados/PDF_Colombia%20hacia%20el%20crecimiento%20verde_MP.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Estudio en la intensidad de utilización de materiales y Economía Circular en Colombia para la misión de Crecimiento Verde*. Obtenido de https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/ejes-tematicos/Circular/MATEC%20Producto%202_v5.pdf

Economía Circular. (s.f.). *Economía Circular.Org*. Obtenido de <http://economiecircular.org>

Farbiarz Mas, A. (18 de Octubre de 2018). *Residuos Profesional*. Obtenido de <https://www.residuosprofesional.com/norma-economia-circular-francia/>

FINAGRO. (s.f). *Inteligencia de mercado: Cacao*. Obtenido de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/ficha_cacao_version_ii.pdf

Fundación Ellen MacArthur. (2017). *ellenmacarthurfoundation.org*. Obtenido de <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>

Fundación Ellen MacArthur. (s.f.). *ellenmacarthurfoundation*. Obtenido de https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Executive_summary_SP.pdf

García García, S. (16 de Mayo de 2016). ECONOMÍA CIRCULAR: LA UNIÓN EUROPEA IMPULSA REFORMAS SOBRE LA BASE DE UN TEMA CRUCIAL, LA GESTIÓN DE RESIDUOS, CON EL FIN DE ALCANZAR MEJORAS ECONÓMICAS Y MEDIOAMBIENTALES. *Actualidad Juridica Ambiental*. Obtenido de http://www.actualidadjuridicaambiental.com/wp-content/uploads/2016/04/2016_05_16_Sara_Comentario_abonos.pdf

Gobierno de Colombia. (Noviembre de 2018). *cempre.org.co*. Obtenido de <https://cempre.org.co/cempre/wp-content/uploads/2018/11/ECONOMIA%CC%81A-CIRCULAR-1.pdf>

Gutierrez Sanchez, L. y. (2017). *Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA)*. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1747/MFC_00654.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Junta de Andalucía. (07 de Marzo de 2019). *Junta de Andalucía*. Obtenido de https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Newsletter_876_marzo_2019.pdf

Labarca, N. (2017). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial . *Revista Omnia*, 160-161.

Medio, C. d. (s.f.). *Cámara de comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño*. Obtenido de www.ccmna.org.co/que-es-un-plan-regional-de-competitividad/

MinAgricultura. (Enero de 2018). *Cadena de Cacao*. Obtenido de Indicadores e Instrumentos: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/002%20-%20Cifras%20Sectoriales/002%20-%20Cifras%20Sectoriales%20-%202018%20Enero%20Cacao.pdf>

Moreno González, A. Y. (2018). *Economía Circular: Crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Proyecto de Grado, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, Departamento de Pregrado, Bogota D.C. Obtenido de <http://repository.udca.edu.co:8080/bitstream/11158/954/1/Econom%C3%ADa%20Circular%20-%20Crecimiento%20Inteligente%2C%20Sostenible%20e%20Integrador.pdf>

Saavedra, M. (Marzo de 2016). *El cacao impulsó el PIB agropecuario*. Obtenido de https://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/el_cacao_impulso_el_pib_agropecuario.php#.XFt16Vz0nIU

Vilariño, A. (28 de Septiembre de 2017). *El blog de Albert Vilariño*. Obtenido de <https://albertvilarino.com/2017/09/28/primera-guia-sobre-economia-circular-bs-8001-2017/>

Innovación social, retos y análisis para el sector asociativo en Ecuador

Bravo Rosillo Nancy Gissela¹; Cedeño Intriago Mercedes Elina²

¹*Universidad San Gregorio de Portoviejo (Grupo de investigación Área Empresarial, Carrera de Finanzas), gissbraros@gmail.com*

²*Universidad San Gregorio de Portoviejo (Grupo de investigación Área Empresarial, Carrera de Finanzas), mercedesintriagoc@gmail.com*

Resumen— *Este artículo realiza un análisis de la innovación social desde una perspectiva mundial, nacional y local y sus retos para fomentar el sector asociativo para lo cual se utilizó como aspecto metodológico se aplicó la revisión teórica y aplicación de entrevistas, aplicando el método deductivo-inductivo en la investigación. Este trabajo tiene como objetivo general: Valorar los aportes de la innovación social para el desarrollo de la asociatividad ecuatoriana. A partir de este objetivo se procede a caracterizar el contexto asociativo que en la normativa legal ecuatoriana se la reconoce como el sector económico social y solidario, ligado a las tensiones macro, meso y micro como un reto para establecer Ciencia, Tecnología, Innovación y Sociedad (CTIS) para el sector asociativo. En otro aspecto se analiza el proceso de CTIS, particularizando la innovación social y su vinculación con las redes asociativas. Como resultado de la investigación se obtiene que existen desafíos y falencias para el proceso de innovación social lo cual quiere de un enfoque organizacional sistémico que integre la universidad-sociedad y empresa enfoque del triple hélice de Sábato para promover la integración y competitividad en el sector asociativo.*

Palabras clave: *asociatividad, competitividad, desarrollo sostenible, innovación social*

Abstract— *This article realize an analysis of social innovation from a global, national and local perspective and its challenges to promote the associative sector for which the theoretical review and application of interviews was applied as a methodological aspect, applying the deductive-inductive method in the investigation. This paper has as a general objective: To value the contributions of social innovation for the development of Ecuadorian associativity. Based on this objective, the associative context that in ecuadorian legal regulations is recognized as the social and solidarity economic sector, linked to macro, meso and micro tensions as a challenge to establish Science, Technology, Innovation and Society is characterized (CTIS) for the associative sector. In another aspect, the CTIS process is analyzed, particularizing social innovation and its link with associative networks. As a result of the research, it is obtained that there are challenges and shortcomings for the social innovation process which wants a systemic organizational approach that integrates the university-society and business approach of the triple helix of Sábato to promote integration and competitiveness in the associative sector.*

Keywords— associativity, competitiveness, sustainable development, social innovation

33. Introducción

En Ecuador, a partir de la Constitución de la República en el 2008 se realiza un giro en su estructura económica, considerando la Economía Popular y Solidaria (EPS) como un eje estratégico de desarrollo nacional para fomentar la producción inclusiva, lo que conduce a una propuesta de innovación social que reforma el modelo neoliberal de anteriores períodos en donde predominaba la forma de organización con capital económico para las grandes empresas y propender a una economía con un enfoque del ser humano sobre el capital.

Las necesidades del contexto latinoamericano y específicamente el ecuatoriano, tiene una perspectiva de asociatividad para implementar procesos de innovación para el desarrollo macro y microeconómico del país, entrelazando los aspectos de las redes asociativas como estrategia para fomentar la producción nacional, integrando políticas públicas a nivel estatal, organizacional y del sector financiero y no financiero, es así, que se incorporan medidas para su sostenibilidad, sin embargo, la vinculación entre ciencia, tecnología y sociedad es un reto para el sector económico popular y solidario, el cual adapta una concepción integradora y sistémica para los objetivos planteados en la planificación de desarrollo nacional ecuatoriano.

34. Objetivos

34.2. Objetivo general

- Valorar los aportes de la innovación social para el desarrollo de la asociatividad ecuatoriana, particularmente en el sector textil ecuatoriano.

34.3. Objetivos específicos

- Caracterizar el contexto asociativo que en la normativa legal ecuatoriana se la reconoce como el sector económico social y solidario, ligado a las tensiones macro y micro como un reto para establecer Ciencia, Tecnología, Innovación y Sociedad (CTIS) para el sector EPS.

- Analizar el proceso de CTIS, particularizando la innovación social y su vinculación con las redes asociativas.

35. Estado del Arte

Caracterización normativa de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador

En el año 2008 la Reforma Constitucional del Ecuador establece que “*el sistema económico es social y solidario y sus formas de organización económica son: pública, privada, mixta, popular y solidaria, incluyendo a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios*”. (Constitución, 2008, pg. 11)

El expresidente Rafael Correa, promovió desde su gobierno varios referentes normativos legales para fortalecer el sector económico popular y solidario (EPS), partió de la reforma constitucional en el año 2008, la construcción del Plan Económico para fortalecer el sector asociativo y establecimiento a nivel seccional el Código de la Producción y Código Orgánico Organizacional Territorial para los Gobiernos Autónomos Descentralizados (COOTAD)⁴¹; estos referentes legales como una retribución al sector expuesto lo que se constituyó en un paradigma nunca antes implementado, lo cual permitió que, a través de las políticas gubernamentales, seccionales y locales, fomenten la innovación social a través de programas y proyectos para el sector asociativo.

En relación a lo que establece la Constitución se crea la Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) y su reglamento (REGLOEPS), y se establecen las obligaciones y derechos de estas organizaciones, sus formas de operación y directrices para su formalización, a la vez que se manifiestan los ejes estratégicos e instituciones que trabajan en conjunto para fortalecer y/o promover esta forma de organización económica.

41 g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;

Estas organizaciones tienen como alternativa medidas de acción afirmativa que al ser asociaciones pueden tener para su desarrollo, entre estas se establecen: investigación, capacitación, fomento y promoción, pudiendo trabajar coordinadamente entre Gobiernos Autónomos Descentralizados, Organismos de Administración Central, Universidades, entre otras. Las cuales deben otorgar acciones favorables como: líneas de crédito, fondos concursables, financiamiento y cofinanciamiento de proyectos productivos y de capacitación, sistemas simplificados de tributación, planes programas y proyectos habitacionales y de infraestructura productiva (Asamblea Nacional del Ecuador, 2012).

La asociatividad tiene muchos años como organización, sin embargo, los conocimientos empíricos de gestión y producción conllevan a tener un limitado nivel organizacional e insostenibilidad de las mismas, las cuales se integran con objetivos comunes pero que en el transcurso de su desarrollo se van desintegrando o perdiendo el interés de producir de manera organizativa, lo cual trae consigo la desvinculación de participación en los procesos de contratación, siendo el Estado, promotor de la adquisición de productos o servicios inclusivos, en este sentido, una inadecuada gestión organizacional conlleva a generar muchos efectos nocivos a mediano y largo plazo para el desarrollo socioeconómico de las familias involucradas.

Tensiones de la EPS

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) del Ecuador, ha realizado un estudio en donde expresan, que a pesar de avances en las reformas jurídicas e incorporación de políticas públicas para promover el desarrollo de este sector; se evidencian algunas debilidades y amenazas que enfrentan las organizaciones EPS. Entre las cuales se consideran a nivel macro y micro las siguientes:

Macro:

- Desarticulación entre el sector financiero y el no financiero EPS para el financiamiento y requieren utilizar la banca privada, problemas de gobernabilidad entre cooperados y socios, por ende; la vida de la organización depende de la formación que sobre éstos se genera, lo cual influye en la pertenencia de la organización.
- Bajo nivel de conocimientos sobre el manejo de economía social y solidaria por parte de los encargados de diseñar políticas públicas para direccionar adecuadamente los procesos ajustados a las realidades del sector.
- Los gobiernos encargados de la implementación de políticas públicas, pueden establecer la fijación de cupos específicos en las compras públicas, ayudas y subvenciones con base en la “discriminación positiva” por medio de las cuales se compensen y reduzcan los desequilibrios existentes entre las organizaciones de la economía popular y solidaria y las grandes empresas privadas.
- Los incentivos y la realización de acciones que potencien la simbiosis y articulación que debe producirse al interior del sector de la economía social, será otro de los desafíos del sector.
- Desarticulación de las políticas de promoción y fomento del sector.

Micro:

- Elevada competencia dentro del sector, siendo una lucha por las cuotas de mercado mediante el uso de prácticas acorde al cumplimiento de principios que regulan el sector.
- Altos costos de producción, operativos, así como, altas tasas de interés de los créditos obtenidos.
- Falta de transparencia al interior de las organizaciones o control administrativo y financiero.

En este sentido mejorar la ventaja competitiva de las organizaciones es el gran desafío para complementar las políticas y normativas implementadas para el sector asociativo, por ende;

es necesario la implementación de metodologías y modelos de Balance Social y de Buen Gobierno Cooperativo al interior a través de herramientas de gestión integral.

Citados mecanismos a su vez, serán de gran utilidad al permitir no solo mejorar la competitividad del sector, sino también mostrar los resultados en el cumplimiento de los principios del cooperativismo acordados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), y para el caso ecuatoriano además los establecidos en la Ley de Economía Popular Solidaria. (SEPS, 2014, págs. 36-38).

De manera general, el proceso iniciado en Ecuador respecto al fortalecimiento de la EPS a través de la construcción de un sistema económico social y solidario, es un proceso en marcha que tiene grandes limitantes y desafíos, no sólo a nivel macro como política económica, regulación y fomento, concretado en acciones importantes, sino que está aún pendiente la tarea de transversalizar de mejor forma, el impulso a la economía popular y solidaria, desde los distintos campos de la política macroeconómica, financiera, fiscal, sectorial, lo cual requiere de una vinculación de varias entidades que tengan como objetivo el desarrollo socioeconómico del sector, quienes puedan aportar con un contingente para viabilizar lo establecido en las políticas y normativas para la asociatividad.

Se requiere de programas específicos o espacios para la EPS, también replantear toda la política económica, social, educativa, desde la mirada de la economía social y desde la de sus actores, en interacción con aquellos de la economía pública, y la economía privada (empresarial). Se requiere una firme decisión política para dar mayor poder a la EPS, históricamente excluida de los mercados, de la productividad, y de los activos. Sin embargo, ha resuelto la economía real de una importante proporción de la población ecuatoriana, que de acuerdo a la historia económica no va a ser absorbida por la demanda laboral del sector empresarial. (SEPS, 2016).

Las causas anteriormente mencionadas conllevan a tener varias limitaciones, debilidades y amenazas en el sector textil, tales como: inadecuado nivel de fortalecimiento para la

generación de capacidades y recursos para el sector y su organización, bajo nivel de eficiencia productiva, escaso nivel de innovación tecnológica y social para mejorar el nivel de productividad, inaccesibilidad a mercados más dinámicos por su bajo nivel de competitividad, normativas o reglamentos para operativizar en la práctica las decisiones políticas y de esta manera fortalecer a este importante sector como parte del Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador.

Entre las mencionadas también se hallan dificultades como: escasas decisiones de política comerciales integrales para el sector, cadenas de comercialización desarticuladas para el comercio justo, bajo nivel de conocimiento y transferencia tecnológica, escasos conocimientos por parte de los actores de la EPS sobre las políticas de comercio justo o asociatividad implementadas que no les ha permitido competir en un mercado global, débil planificación empresarial, lo que origina ineficientes procesos administrativos para su gestión organizativa, escasos recursos económicos para su operación, llegando a buscar financiamiento en condiciones informales e injustas de los llamados “chulqueros” (usureros) con altos intereses que provocan endeudamiento continuo.

Es también un inconveniente de suma importancia para el análisis, la no capacitación y actualización de conocimientos de sus integrantes para competir con empresas grandes locales y hasta con la competencia extranjera; así mismo la deficiencia sobre conocimientos de control administrativo-financiero para una adecuada gestión de la asociatividad, originando inconvenientes al momento de fortalecerse como organización.

El proceso de Innovación social y su vinculación con la asociatividad

El pionero de la teoría de la innovación es Schumpeterer (1978) quien introduce este concepto desde una perspectiva económica y menciona que es la nueva función de la producción de manera novedosa y menciona que las innovaciones son claves para el crecimiento económico de las naciones.

Urquiola Sánchez y otros autores citan a Castro Diaz-Balart & Delgado Fernandez, quienes mencionan a la innovación como: *“un proceso de creación, producción, comercialización y difusión de nuevos y mejores productos, procesos y procedimientos en la sociedad”*, así también mencionan a Coffey & Polese (1984) el cual menciona que la innovación desde una perspectiva de desarrollo local implica un proceso de gran complejidad, esto debido a que se establecen tres enfoques: dimensiones económicas, lo cual determina aspectos como el sistema de producción, en la cual los empresarios locales usan de manera eficiente sus factores productivos, incrementar la productividad para mejorar la competitividad; el enfoque sociocultural a través del sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores que sirven para el proceso de desarrollo; y desde la perspectiva política y administrativa donde las iniciativas locales crean un entorno propicio en la producción para fomentar el desarrollo sostenible (Urquiola, Zulueta, & Llano, 2016).

Los actores sociales como agentes de innovación marcan una diferencia para la competencia en el mercado a través de procesos de transferencia de tecnología, tal como se impulsaron en la revolución verde en la cual se impulsa que instituciones sean promotoras de cambio, a través de un enfoque sistemático, múltiple, colectivo y organizado que se generan mediante las innovaciones reales. Engel menciona a Wissema, a Euser y a Moss Kanter como los precursores de esta forma de comprender la diseminación de las innovaciones, pues ellos *“hacen hincapié en la importancia de la cooperación entre las empresas al momento de crear oportunidades para la innovación.*

En los años noventa los enfoques de innovación pretendían generar sistemas a nivel regional, local y sectorial los cuales presentaban dificultad para articularse es así que en sectores como Silicon Valley en EE.UU, el complejo Baden-Wu Württemberg en Alemania, o como el Oresund en Dinamarca-Suecia fueron pioneros en la innovación a través de interconexiones para la transformación social, involucrando a las empresas, el gobierno y las universidades, todos estos enmarcados en procesos de innovación social para no solo promover aspectos

económicos sino también el desarrollo local. Tal como se cita textualmente, en donde se menciona que:

“Realmente los modelos que insistían en la importancia de la interacción entre actores tienen varias décadas de formulados. La idea del modelo del Triángulo de Sábato data de 1968 y dice claramente que los países que se desarrollan lo hacen fortaleciendo los nexos entre el Estado, la academia y las empresas. En la segunda mitad de los años noventa, y a partir de la experiencia norteamericana mencionada antes, se formuló un modelo muy semejante al de Sábato y Botana, pero mucho más centrado en el mercado. En el modelo de Triple Hélice, el Estado crea el marco regulatorio para la ciencia y facilita financiamiento público, pero otorga el protagonismo al mercado. El modelo no sugiere convertir las instituciones de investigación y las universidades en empresas, sino en generar, en interacción con otros actores diferentes, emprendimientos que permitan realizar el valor económico potencial del conocimiento, tal y como postula la «tercera misión» de la universidad” (Nuñez, 2013, págs. 117-119).

Nuñez, Jorge (1999) menciona sobre la participación en el mercado internacional basada en la exportación de recursos naturales y déficit de exportación del sector manufacturero, lo cual es considerado un reto para la ciencia, tecnología y sociedad.

El atraso científico y tecnológico de la región y la influencia de los paradigmas mencionados contribuyeron a explicar la emergencia en los años 60 y 70 de un "pensamiento latinoamericano sobre ciencia, tecnología y desarrollo" (Oteiza, 1993). Esta corriente asumía que, pese a los discursos políticos, el modelo económico y social implantado en América Latina no estimulaba la generación interna de conocimiento científico y tecnológico. Como se muestra en el famoso "triángulo de Sábato", la innovación exige un sistema de relaciones entre el gobierno, la infraestructura científica y tecnológica y la estructura productiva. El diagnóstico es que en América Latina no ha fraguado tal triángulo, lo que explica la carencia de innovaciones (Sábato, 1970).

La innovación no solo es un proceso aislado sino que requiere la unificación de voluntades y estrategias para su implementación desde distintos actores sociales como lo indica Engel “*En consecuencia, la capacidad de innovar ya no puede considerarse como una destreza individual, ni tampoco como la suma de una serie de aptitudes individuales: debe tomarse como una competencia social compartida por los actores sociales que forman parte de una cantidad, quizás extensa, de prácticas relevantes*” 130) (Engel, 1997, pág. 130).

Ningún proceso puede prescindir de sujetos que lo impulsen y sostengan; más aún, de sujetos organizados en empresas, en instituciones, en comunidades o en algún otro tipo de organismo. Las principales fuentes de la innovación en el campo social son las organizaciones de la comunidad, las no gubernamentales, y las públicas.

De acuerdo al Manual de Oslo, se clasifican los tipos de innovaciones en donde se explica claramente que una empresa puede realizar distintos cambios o métodos para mejorar su productividad y rendimiento en sus organizaciones, en este sentido se enfocan cuatro tipos de innovaciones que amplía la gama de cambios en las actividades de las empresas, estos son: innovaciones de producto, innovaciones de proceso, innovaciones organizativas e innovaciones de mercadotecnia (OCDE, Eurostat, 2005). En este sentido, el enfoque de innovación organizacional para la conformación de clústeres, y partiendo de este grupo particular, a criterio de la autora se especifica que las innovaciones organizacionales con enfoque social tienen su particularización como innovación social.

Correlacionando el criterio anterior se incluye a Rodríguez & Alvarado, quienes mencionan que las innovaciones en el campo social resultan primordiales el factor asociativo, considerado en un sentido amplio: el grupo, la institucionalidad, la comunidad, el voluntariado, la intercooperación, las alianzas —de hecho, informales o contractuales—, el proceso colectivo que introduce la nueva aplicación, y los intercambios no mercantiles de información. Entre las novedades que estos proyectos ponen de manifiesto está la claridad con que sus protagonistas se refieren a la cuestión organizativa y grupal. Se encuentra en ello

una sabiduría, una cultura de larga data que cada generación ha tenido que volver a aprender. (Rodríguez & Alvarado, 2008).

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), considera que es un momento para que los países de Latinoamérica, a través de sus agregados macroeconómicos aprovechen sus excedentes e inviertan en la transformación de matriz productiva a través de una innovación en sus productos para fortalecer su capacidad productiva local, lo cual requiere de implementación de políticas públicas para la innovación social, lo cual tendría como propósito la diversificación productiva de las exportaciones regionales, las cuales en la actualidad tienen un ingreso inequitativo debido a las fluctuaciones de precios y rigidez en su capacidad para un empleo digno y de calidad (OEI, 2014).

Las políticas públicas destinadas a impulsar el crecimiento económico, el desarrollo social y aumentar la eficiencia de la gestión pública han puesto el foco sobre la innovación, entendiéndola como el resultado de una acción sinérgica entre numerosos actores entre los que se cuentan las universidades y los centros públicos de investigación, a los que se demanda transferir, de múltiples y renovadas formas, conocimientos y capacidades a la sociedad. Desde una perspectiva sistémica, las universidades constituyen actores clave en los denominados “sistemas de innovación” Las situaciones, sin embargo, son disímiles (OCTS-OEI; RICYT, 2017).

Los problemas de la ciencia, tecnología, innovación no son procesos que competen exclusivamente a los científicos e instituciones, esto debido a que sus los procesos de fortalecimiento y desarrollo requieren varias intervenciones a través de distintos actores para que a través de sus intervenciones y líneas de acción aporten al mejorar los sistemas de innovación. Un modelo propuesto para su implementación se enmarca en construir sistemas de PCTI que favorezca interacciones sistémicas entre los distintos actores de la innovación lo cual contribuya a construir una nueva forma de PCTI (Política, Ciencia, Tecnología,

Innovación), lo cual no debe ser desde un enfoque desde un sector sino grupos de personas como universidades, centros de investigación e involucrar no solo al sector estatal sino a nivel territorial, sectorial y local. (Nuñez, Jover; Montalvo, Luis, 2013).

Algunos de los países latinoamericanos en los últimos diez años han promovido políticas públicas a nivel nacional, local y seccional para promover los distritos industriales y la asociatividad como una estrategia para sustituir importaciones y fomentar el tejido productivo a través de programas que favorezcan la competitividad, innovación y gestión del conocimiento. De acuerdo a lo mencionado por las autoras Arteche, Santuccib & Welsh; se menciona que las políticas de clusters, se enfocan en brindar beneficios colectivos en vez de individuales, trabajando de manera conjunta para aportar a la competitividad sistémica, textualmente mencionan: *“Si bien este concepto ha pretendido argumentar una nueva forma de gestión económica, dando lugar a que se vinculen los elementos pertenecientes a la economía industrial con la teoría de la innovación y la sociología industrial”* (Arteche, Santuccib, & Welsh, 2013).

En América Latina la conformación de redes, distritos industriales y asociatividad surgieron como políticas estratégicas que se remontan a los estructuralistas de la Comisión Económica para Latinoamérica y El Caribe (CEPAL), sin embargo, los objetivos no tuvieron resultados. Es así que debido a que las políticas no sólo deben enfocarse globalmente sino también a través de meso políticas que enfoquen ventajas competitivas dinámicas a través de diversos proyectos que encaminen el modelo de triple hélice de Sábato, quien argumenta que la dinámica competitiva para el desarrollo social debe haber sinergia entre el gobierno, la empresa y el sector académico.

Coincidiendo con Albornoz (2001), quien menciona que la constitución de redes como estrategia de cooperación es aconsejable para favorecer los procesos de innovación en el cual se aglutine a científicos, tecnólogos, empresas y actores sociales involucrados en la producción y utilización de conocimientos para de esta manera fortalecer la producción local, sin embargo, en Latinoamérica existen escasos programas y proyectos que fortalezcan la

conformación de redes científicas, tecnológicas y de innovación para promover el desarrollo industrial (Albornoz, 2001).

En relación al criterio anterior, la conformación de redes que promuevan el fortalecimiento organizacional de los sectores productivos conllevaría a implementar procesos de innovación social para impulsar la competitividad. De esta manera se contextualiza a Gerson Pessoa de Matos & otros (2016) quienes mencionan que *“muchos programas de desarrollo a las actividades de C&T y de innovación sigan presentando un perfil más alineado una comprensión de la innovación como un proceso lineal y relativamente aisladas, los esfuerzos recientes se han guiado por una perspectiva sistémica, favoreciendo la articulación de las empresas y la interacción de otras organizaciones”*. En este sentido, la asociatividad requiere de articulación a través de redes o conglomeración de sectores estratégicos para la innovación social (Pessoa de Matos, Borin, Arruda, & Israel, 2016).

Desafíos para la innovación en América Latina y el Caribe

La Cepal establece en sus reflexiones sobre América Latina y El Caribe que existe una relación entre innovación y desarrollo, lo cual es indudable debido a que la creación de nuevos productos, procesos y formas de organizar la producción transforman de manera cualitativa y cuantitativa la estructura económica de la sociedad, teniendo como resultado un crecimiento sostenible que permite la inclusión social y desarrollo socioeconómico para una distribución de ingreso más equitativa, sin embargo existen algunos retos para garantizar este proceso de innovación, entre estos aspectos se mencionan los siguientes:

- Apoyar la generación y fortalecimiento de actores líderes en innovación y desarrollo tecnológico (políticas de innovación)
- Fortalecer los actores existentes y apoyar una modernización generalizada del aparato productivo (políticas de desarrollo productivo y modernización).

- Incrementar las capacidades de los actores “marginales” (políticas de inclusión productiva) (CEPAL, 2006)

Así también la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) manifiesta que los países latinoamericanos han hecho esfuerzos para llegar un consenso a partir del Siglo XXI para que a través de los gobiernos y las políticas públicas se fortalezca la ciencia, tecnología e innovación como un aspecto estratégico para lograr el desarrollo sustentable, esto debido a que los países desarrollados frente a los vías de desarrollo tienen una brecha significativa no solo de la distribución inequitativa de la riqueza sino también del conocimiento, lo cual dificulta la transformación de la estructura productiva, por lo tanto la inversión en ciencia, tecnología e innovación y aplicación de políticas públicas en los cuales no solo incluye la economía sino también aspectos como la educación, la cultura, la sociedad así como insertarse en el plano internacional para poder sostener a través del comercio y la cooperación un desarrollo sostenible inclusivo.

Por lo tanto menciona entre los retos, los siguientes: mejorar el perfil productivo con mayor valor agregado, mayor equidad distributiva, con cohesión y ciudadanía, ofrecer educación de calidad y amplia cobertura, alcanzar un equilibrio ambiental, cooperar para la construcción de espacios regionales y fortalecer la capacidad científica y tecnológica; desafíos que deben ser pensados estratégicamente para implementar una política de innovación social que contribuya al fortalecimiento equitativo del sector productivo (OEI, 2014).

36. Metodología

Se utilizó como metodología el análisis teórico bibliográfico como fuente de información primaria y se contrastó con entrevistas y mapeo de actores con los directivos de los organismos competentes del ámbito nacional y local para correlacionar la información teórica con su aplicación práctica y reconocer los aspectos, limitantes y desafíos de la EPS para lograr la innovación social en el sector asociativo ecuatoriano.

37. Resultados

En Ecuador como se mencionó en los epígrafes anteriores, a través de la normativa legal y políticas públicas se promueve la innovación social a través de la asociatividad como alternativa para mejorar la producción existente, generando competitividad, economías de escala y promover las capacidades técnicas al sector productivo; todos estos procesos implementados han traído consigo a mejorar el desempeño en los indicadores de innovación a nivel nacional, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en la Encuesta de Innovación se refleja que entre 2009 al 2014 creció la inversión en innovación 82,18%, siendo el sector manufacturero el que mayor inversión en investigación y desarrollo (I+D) el cual representa el 44,65% con un total de \$85,06 millones de dólares. El sector manufacturero, objeto de estudio en la investigación entre el 2012 al 2014 tiene un total de empresas innovadoras un 14,25%.

Ante los resultados expuestos, se demuestra que existieron muchos procesos gubernamentales, seccionales y locales para implementar las políticas de innovación, sin embargo, aún es una tarea pendiente, sobre todo, en el sector manufacturero textil el cual es requiere de innovar en todos los aspectos para poder brindar calidad para poder competir en el mercado internacional, ya que existe mucha competencia en el mercado. Considerando que existe en Asia y países latinoamericanos (ceranos geográficamente a Ecuador) los cuales tienen una mayor participación de mercado internacional porque han implementado políticas de innovación con mayor tiempo de antelación, logrando resultados exitosos a través del fortalecimiento al sector asociativo empresarial.

38. Conclusiones

- El sector asociativo nace como una política pública global que tiene como propósito disminuir la brecha existente entre las grandes y las pequeñas empresas, promoviendo la conformación de redes o conglomerados para promover la inclusión social de los sectores menos favorecidos y que a la vez se transforme la producción existente, a través de diversos mecanismos de fomento productivo para garantizar la competitividad sistémica, lo cual no puede ser desde un solo enfoque o área, sino que

requiere voluntades y afianzamiento de varios sectores como el gobierno mediante políticas públicas, la universidad o investigadores a través del conocimiento y la empresa enfocada al talento humano para innovar la organización productiva de tal forma que se promueva la sostenibilidad y crecimiento económico inclusivo.

- El sistema económico del Ecuador es social y solidario por definición constitucional y se promueve la relación dinámica y equilibrada en la sociedad, garantizando una producción inclusiva promoviendo la transformación de matriz productiva a través de diversas políticas públicas que promuevan la innovación que aporte al desarrollo social, sin embargo, existen desafíos y falencias para garantizar este proceso de innovación social, desde el contexto global, nacional y local a través de estrategias que direccionen no sólo el aspecto económico sino también el enfoque organizacional, las capacidades del individuo, sus valores ancestrales, culturales para el fortalecimiento del sector productivo a través de diversos mecanismos que generen innovación con participación activa de diversos sectores.

39. Referencias Bibliográficas

- Aguilar, J., Ávalos, J., Sánchez, E., Cevallos, W., & Gabriel, Á. (abril de 2017). *"Análisis de los modelos administrativos aplicados en el sector no financiero de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador"*. Recuperado el 20 de enero de 2018, de Revista Observatorio de la Economía Lactinoamericana, Ecuador: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/economia-popular-ecuador.html>
- Albornoz, M. (2001). *Política Científica y Tecnológica: Una visión desde América Latina*. Obtenido de Centro Iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CICTES): <http://www.campus-oei.org/revistactsi/numero1/albornoz.htm>
- Arteche, M., Santuccib, M., & Welsh, V. (2013). "Redes y clusteres para la innovación y transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina". *Estudios Gerenciales, Universidad ICESI*, 127-138.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *"Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria"*. Quito: Asamblea Nacional.

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2012). *"Reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria"*. Quito: Asamblea Nacional.
- Bravo, G. (2015). *"Análisis del Programa Fortalecimiento Organizativo del IEPS para las capacidades técnicas y organizativas de las UEPS del Sector Artesanal, ciudad de Portoviejo"*. Portoviejo: UTPL.
- CEPAL. (2003). *Capital social y reducción de pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago: Publicación de las Naciones Unidas.
- CEPAL. (2006). *"Innovación para el desarrollo. Reflexiones desde América Latina y el Caribe"*. Santiago: CEPAL.
- CEPAL. (2017). *"Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: Mapa de rutas para el desarrollo"*. Santiago: Naciones Unidas.
- Chang, L. (2003). *"Iniciativa de Asociatividad: Actores, procesos y experiencias, Programa Andino de Competitividad"*. Quito: Corporación Andina de Fomento.
- Coraggio, J. L. (2014). "La presencia de la economía social y solidaria y su institucionalización en América Latina". *United Nations Research Institute for Social Development*, 8-16.
- Dini, M. (2010). *"Competitividad, redes de empresas y cooperación empresarial"*. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Engel, P. (1997). *"La organización social de la innovación. Enfocando en/sobre la interacción de los agentes involucrados"*. Santiago de Chile: KIT Press, Royal Tropical Institute.
- Figuroa, M. d. (2004). "Inteligencia emocional: Instrumento clave en las organizaciones asociativas del siglo XXI". *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2010). "Agenda para la Transformación de la Matriz Productiva". Quito.
- MIPRO. (2009). *"Agenda para la transformación de Matriz Productiva"*. Quito: Ministerio de la producción.
- Núñez, J. (2013). "La ciencia universitaria en el contexto de los cambios en el modelo económico y social". *Universidad La Habana*, 117-119.

- Núñez, Jover; Montalvo, Luis. (2013). "Política de ciencia, tecnología e innovación en Cuba: Trayectoria y evaluación". *Universidad La Habana*, 29-30.
- OCDE, Eurostat. (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. OECD European Communities.
- OCTS-OEI; RICYT. (2017). *Manual Iberoamericano de Indicadores de Vinculación de la Universidad con el entorno socioeconómico*. Valencia: OCTS-OEI, RICYT.
- OEI. (2014). *Ciencia, Tecnología e Innovación para el desarrollo y la cohesión social*. Madrid: Asenmac.
- OEI. (2014). *Ciencia, Tecnología e Innovación para el Desarrollo y la Cohesión Social. Un programa Iberoamericano en la década de los bicentenarios*. Madrid: Asenmac.
- ONU. (2015). Objetivos de desarrollo sostenible 2030. Recuperado el 21 de enero de 2018, de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible.htm>
- Oteiza, E. V. (1993). *Estudios sociales de la ciencia y la tecnología en América Latina*. Buenos Aires.: Centro Editor de América Latina.
- Pessos de Matos, G., Borin, E., Arruda, D., & Isrrael, S. (2016). "La evolución de los arreglos productivos locales en una década". *Universidad y Desarrollo local: contribuciones latinoamericanas*.
- Rodríguez, A., & Alvarado, H. (2008). *Innovación Social en América Latina y Caribe*. Santiago: CEPAL.
- Sábato. (1970). *Sábato, J; Botana, N. (1970): .* Santiago: Universidad de Chile.
- Sánchez, J. (2010). El Empoderamiento Económico de las mujeres: El grupo más vulnerable. *XI Conferencia Regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe* (págs. 10-14). Brasilia: CEPAL.
- SENPLADES. (2017-2021). *Plan Nacional de Desarrollo*. Quito: Senplades.
- SEPS. (2014). *Serie de Estudios sobre Economía Popular y Solidaria: Contextos de la Otra Economía*. Quito: Imprenta Calderón.
- SEPS. (2016). *Economía Solidaria: Historia y prácticas de su fortalecimiento*. Quito: Publiasesores.

- SEPS. (2016). *www.seps.gob.ec*. Recuperado el 22 de febrero de 2018, de http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/Juan%20Pablo%20Guerra_ok.pdf/9ba0b504-5668-47b4-9bbd-1e3ea00c91a0
- Serna, H., & Rodríguez, M. (2015). "El sector solidario como alternativa para el desarrollo social e inclusivo en el posconflicto colombiano". *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 38-48.
- Urquiola, S., Zulueta, O., & Llano, R. (2016). "La innovación para el desarrollo sostenible. Una experiencia en Cienfuegos, Cuba". *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 107.
- Villagrasa, A., & Zerpa, D. (2012). "Potencialidades del clúster como opción estratégica promotora de competitividad en las Pymes de cacao del Estado Sucre, Venezuela". *Revista Ciencias Estratégicas*, 20(27), 51-65.

Logistics processes for a closed loop supply chain

Suárez Serrano, Mónica Yinette¹; Molina Prieto, Luis Fernando²; Villa Camacho, María Eugenia³

¹Fundación Universidad de América (CINDE, Ingeniería),
monica.suarez@investigadores.uamerica.edu.co

²Fundación Universidad de América (Territorio y Habitabilidad, Arquitectura),
luis.molina@investigadores.uamerica.edu.co

³Fundación Universidad de América (Gestión y Competitividad de las Organizaciones, Educación Permanente y Avanzada), maria.villa@investigadores.uamerica.edu.co

Resumen— El artículo presenta resultados de investigación que proponen procesos claves de la logística para la gestión de una red de valor de ciclo cerrado en la industria manufacturera de Bogotá. El marco teórico se aborda desde el enfoque unionista, que relaciona los campos de la logística con la gestión de las redes de valor de ciclo cerrado. La metodología se fundamenta en el método Delphi apoyado por entrevistas estructuradas, dirigidas a expertos en el campo de la investigación. Los principales hallazgos son, la definición de los procesos claves de la logística enmarcados en las configuraciones horizontales de la red de valor. Se concluye que la metodología aplicada permite identificar la fiabilidad de los hallazgos obtenidos

Abstract— The article presents research results that propose key processes of logistics for the management of a closed cycle value network in the manufacturing industry of Bogotá. The theoretical framework is approached from the unionist approach, which relates the fields of logistics with the management of closed cycle value networks. The methodology is based on the Delphi method supported by structured interviews, aimed at experts in the field of research. The main findings are, the definition of the key logistics processes framed in the horizontal configurations of the value network. It is concluded that the methodology applied allows to identify the reliability of the obtained findings.

Palabras clave— Logística, manufactura, organizaciones industriales, red de valor.

Keywords— Industrial organizations, logistics, manufacturing, supply chain

1. Introducción

Actualmente, la industria manufacturera de Bogotá se caracteriza porque sus diseños de procesos y productos, no incluyen la recuperación de valor de sus materiales al final del ciclo de vida, o cuando tiene lugar una devolución en cualquiera de los eslabones de la red de valor (Niño Villamizar, 2012; Olarte Fiorillo, 2011). Adicionalmente, la baja reconversión

tecnológica en los procesos productivos de esta industria (Caro Moreno, 2015), evidencia la ausencia de aplicación de los principios de la ecología industrial (Ehrenfeld, 2009; Lifset y Graedel, 2002; Seuring, 2004). Por otro lado, la baja cultura del reciclaje de la ciudadanía, contribuye al incremento continuo de las externalidades negativas generadas por los procesos industriales —residuos y materiales de retorno—, situación que obstaculiza la eficiencia de los procesos naturales y culturales que pueden dinamizar y hacer eficiente el metabolismo urbano de la ciudad (Conke y Ferreira, 2015; Shahrokni, Lazarevic y Brandt, 2015). En cuanto a gobernanza, la ciudad cuenta con un marco normativo que regula algunas actividades de la industria, que de manera reciente incluye los procesos de reciclaje (Decreto 469 de 2015 y Decreto 495 de 2016), sin embargo, en su estructura no fomenta ni incluye las dinámicas de la economía circular, ni la creación o el fortalecimiento de las redes de valor de ciclo cerrado para la industria manufacturera de la ciudad.

Conviene señalar que los actores de la industria manufacturera de Bogotá no han logrado establecer redes de valor con procesos que generen altos niveles de integración (León Izquierdo, 2016), que permitan a los productores asumir una mayor responsabilidad extendida, ni sobre sus procesos, ni sobre los productos derivados de la pos-industria y del pos-consumo. Por tanto, el artículo identifica y propone un conjunto de procesos y subprocesos que hacen parte de la gestión de los campos de la logística, como apoyo a la gestión de las tres configuraciones horizontales de la red de valor de ciclo cerrado: upstream, compañía focal y downstream. Por otra parte, es importante subrayar que a mediados de la década de 1980, algunas organizaciones, motivadas por la fuerte competencia que se estableció en la esfera productiva y de servicios —por efecto de la globalización—, comprendieron que no podían continuar trabajando de manera aislada. En 1985, desde la industria de los textiles y las confecciones, surgió el interés por analizar el derrotero de los productos. Sorprendentemente, se descubrió que una prenda se demoraba hasta 66 semanas en su recorrido, desde la obtención de la materia prima hasta las manos del consumidor, permaneciendo en tránsito o en bodega hasta 40 de esas semanas. Estos hallazgos evidenciaron carencia de efectividad y eficiencia en la generación de valor, y enormes

pérdidas para los productores, porque las prendas no estaban disponibles en el momento oportuno ni en el lugar adecuado, y por tanto, en vez de ser vendidas y generar beneficios, generaban cuantiosos inventarios obsoletos y pérdidas económicas (Lummus y Vokurka, 1999). Desde entonces, muchas organizaciones han trabajado a partir del concepto de redes de valor, para articular una serie de funciones que originalmente estaban separadas. Las redes de valor se pueden definir como: “la red de organizaciones a través de las cuales fluye el material. Esas organizaciones incluyen proveedores, transportistas, centros de fabricación, centros de distribución, minoristas y clientes” (Lummus y Alber, 1997); o como una red de organizaciones que están involucradas, a través de enlaces ascendentes (upstream) y descendentes (downstream) en los diferentes procesos y actividades que producen valor en forma de productos y servicios en manos de los consumidores finales (Christopher, 2011).

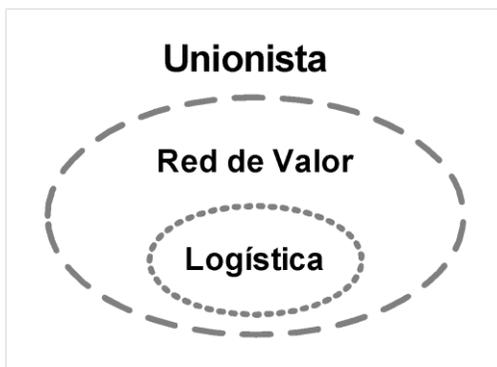
Este nuevo paradigma del mundo de la producción y los negocios, ha interesado a muchas organizaciones que ahora se han articulado para trabajar de manera colaborativa, mediante el diseño, la planificación y el control de redes de valor que funcionan como un todo, que permite aprovechar y captar las sinergias que se originan merced a la integración inter-organizacional, la colaboración, y la eficiencia de los flujos de información entre los actores o participantes de la red (Min y Zhou, 2002). Aunque las organizaciones convencionales se regían por el viejo paradigma de la competitividad —que incluía el secreto y la desconfianza para alcanzar el éxito empresarial—, recientemente se ha demostrado que dicho paradigma está obsoleto, puesto que, en los reñidos mercados del siglo XXI, la colaboración basada en la confianza es pieza clave para el éxito. La teoría de las redes de valor —que se basa en la confianza—, exige una profunda transformación en las organizaciones para que alcancen los altos niveles de competitividad que exige el mundo contemporáneo, un cambio que no se puede limitar a re-dibujar el organigrama de la organización, sino que debe ir mucho más allá, pues su objetivo es derrocar los paradigmas tradicionales que sustentaron las organizaciones industriales durante mucho tiempo, y plantear uno nuevo, el de la confianza, que ha demostrado ser apropiado y eficiente en el mundo globalizado. Mediante la cooperación y la confianza mutuas, muchas empresas han descubierto que pueden mejorar el diseño de producto, los componentes de la ingeniería de

valor, y en general, encontrar nuevos caminos para trabajar juntas, a través de la implementación del modelo de las cuatro 4C, es decir: comunicación, coordinación, colaboración y cooperación (Costa, Loureiro y Reis, 2014). Desde la formulación de las primeras redes de valor, a mediados de la década de 1980, la estrategia de colaboración y confianza ha permitido a las organizaciones desempeñarse con éxito en los entornos inciertos, complejos y competitivos del mundo actual (Christopher, 2011; Cao y Zhang, 2011; Chen y Paulraj, 2004).

Cabe señalar que los mercados actuales se caracterizan por su volatilidad y turbulencia, y en esa atmósfera —caracterizada por altos niveles de incertidumbre—, los procesos productivos cuya logística es lenta se tornan insostenibles. En consecuencia, es necesario replantear la estructura, la dinámica y especialmente la ‘agilidad’ de las redes de valor (Christopher, 2000). En este contexto, Ciarniené y Vienazindiené (2014), subrayan que la industria de la moda actualmente está altamente globalizada, de manera que, en muchas ocasiones, una prenda se diseña en un país, se fabrica en otro, y se distribuye y vende en un tercer o cuarto país. En el contexto de la moda, que es cambiante por naturaleza, el éxito o el fracaso en los mercados depende de la flexibilidad, agilidad y capacidad de respuesta de la organización, y eso se logra mediante el diseño acertado de la red de valor. De manera que el estudio y diseño de las redes de valor es un elemento clave para la industria manufacturera actual. Por otro lado, es importante destacar que las redes de valor están estrechamente ligadas con la logística, y dicha relación ha sido comprendida o planteada de diversas maneras por distintos autores. Para clarificar nuestra postura frente a esta relación nos remitimos a Larson y Halldorsson (2004), quienes establecieron una taxonomía bien clara al respecto. Teniendo en cuenta que la logística existe hace siglos, en tanto que las redes de valor surgieron a mediados de la década de 1985, la primera categoría que establecen estos autores es la ‘tradicionalista’, que considera a las redes de valor como una pequeña parte de la logística. A la segunda categoría, la denominan ‘re-etiquetando’, con lo que quieren significar que la expresión ‘redes de valor’ es el nuevo nombre de la logística, porque según este enfoque, los dos conceptos poseen el mismo significado. La tercera categoría, la ‘unionista’, otorga mayor importancia y jerarquía a las redes de valor, porque considera que

la logística es parte de ellas, junto con la planificación estratégica, las tecnologías de la información, el mercadeo y las ventas (Conviene subrayar que este artículo está alineado conceptualmente con la tercera categoría). Finalmente, la cuarta categoría se denomina ‘intersectado’, y considera que las redes de valor no son un subconjunto de la logística, ni viceversa, sino que la logística es una técnica que abarca todas las fases de la producción, desde los proveedores, pasando por la producción, hasta los consumidores finales, y se intersecta, en muchas fases, con las redes de valor (figura 1).

Figura 1. Relación entre logística y red de valor.



Fuente: elaboración propia a partir de Larson y Halldorsson (2004).

Finalmente, es preciso señalar que la ciudad de Bogotá cuenta en la actualidad con una relevante industria manufacturera, pero, sus procesos de logística, así como el diseño de las redes de valor que lo constituyen, carecen de estudios adecuados. En el marco de la investigación que soporta el presente artículo, y en el sector de la industria manufacturera de Bogotá, se estudiaron los siguientes campos de la producción: aparatos eléctricos y electrónicos, calzado, llantas usadas, motocicletas y textiles; y además, se analizaron diferentes fases del proceso productivo, lo que incluyó: logística de entrada, interna, de salida, de devoluciones y de recuperación; además de: redes de valor convencionales, inversas, de ciclo cerrado, globales y extendidas.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Identificar los procesos de la logística para una red de valor de ciclo cerrado

2.2. Objetivos específicos

Estructurar una aproximación al estado del arte de la temática de la investigación

Validar los procesos identificados en el “Modelo integrador de los procesos de la logística en la red de valor”, a través de fuentes primarias, utilizando el método Delphi, el Alfa de Cronbach y el Coeficiente de Correlación Interclase.

Realizar un análisis de convergencia entre los procesos planteados en el modelo integrador y los hallazgos de la investigación a través de las fuentes primarias.

3. Estado del Arte

El Estado del Arte de la investigación exploró dos teorías fundamentales: la logística y las redes de valor. A continuación, se describen de manera sucinta cada una de ellas, haciendo énfasis en sus orígenes y evolución.

Logística: orígenes y evolución

Los orígenes de la logística se remontan a los orígenes de la civilización, porque la humanidad empezó a utilizarla desde el momento en que requirió un cierto nivel de organización en el trabajo, y además, cuando fue necesaria la movilización de objetos pesados en un contexto geográfico, como sucede con frecuencia en situaciones de guerra.

Quinientos años antes de nuestra era, Sun Tzu publicó El arte de la guerra, un libro que ya establecía una primera discusión sobre los efectos de la logística en lo relacionado con el movimiento de armas, materiales e individuos en situaciones bélicas; una perspectiva de la logística que también abordaron, con base en las Guerras Napoleónicas, dos autores. Desde el lado alemán, Carl von Clausewitz en su libro Vom Kriege (1832/1976), traducido por primera vez al inglés en 1874; y desde el lado francés, Antoine Henri Jomini, en su libro Précis de l'art de la guerre, (1836/2007), traducido por primera vez al inglés en 1862. Cabe destacar que Jomini dedica todo el capítulo VI de su monumental obra a la logística, y la considera una ciencia para el movimiento de las armas; mientras que von Clausewitz, apenas

menciona la logística en dos apartados de su libro. A finales del siglo XIX, durante la Guerra de Secesión americana, la logística continuó siendo utilizada por los ejércitos del norte y del sur (McGinnis, 1992); y ya en el siglo XX, y de manera paralela al desarrollo de la Primera Guerra Mundial, se publicaron varios documentos cuya perspectiva se adentraba en la estrecha relación entre guerra y logística: i) Vogelgesang (1913), argumenta la importancia de expandir el imperio norteamericano, de manera que se logre una red de islas que permitan el establecimiento de una serie de estaciones navales para recarga de carbón, como Hawái, Guam, Samoa, y Kiska en Alaska, entre otras; ii) Thorpe (1917), señala en su libro *Pure Logistics: The Science of War Preparation*, que la ‘guerra se ha convertido en un negocio’, y que la logística pura es la ciencia que permite triunfar en dicho negocio; iii) Huse (1917), publicó un artículo titulado *Logistics its influence upon the conduct of war and its bearing upon the formulation of war plans*, en el que remarca la importancia de la logística sobre la conducción y formulación de planes de guerra (Shulman, 2015; Rutner, Aviles y Cox, 2012).

Concluida la Segunda Guerra Mundial el mundo ingresó en un relativo estado de paz que contribuyó a la expansión económica. Esta nueva situación cambió notablemente las condiciones de los entornos económicos y sociales, pero los enfoques de la gestión tradicional de las organizaciones no se adaptaron al cambio, y en consecuencia, empezaron a revelar su ineficiencia y obsolescencia. Algunos temas, como el servicio al cliente, la competencia en el tiempo, la innovación o la producción masiva —que surgieron durante la posguerra— le dieron un nuevo significado a la palabra competencia, y las organizaciones que no re-plantearon sus enfoques de gestión, quedaron rezagadas (Carrasco Arias, 2000; Ospina-Díaz y Sanabria-Rangel, 2017). En esa atmósfera, altamente competitiva, muchos teóricos se interesaron por la logística, permitiendo que iniciara su migración, desde la esfera militar, hacia la empresarial, como lo evidencian las publicaciones que se presentan a continuación. En 1964 Heskett, Glaskowsky y Ivie, publicaron *Business Logistics*, uno de los primeros libros sobre logística; en 1970 se publicó la primera edición de *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, la primera revista científica especializada en el tema; en 1973 Ronald H. Ballou publicó *Business Logistics Management*,

libro de texto aún muy utilizado en Estados Unidos a nivel de pregrado; en 1976 Coyle, Bardi y Langley publicaron en Nueva York el libro *The Management of Business Logistics*, del cual se han publicado más de seis ediciones; en 1978 salió a la luz la segunda revista científica especializada en el tema: *Journal of Business Logistics*; en 1984 Graham Sharman publicó el artículo *The Rediscovery of Logistics*, donde identificaba la necesidad de que la alta gerencia de las corporaciones reconociera la importancia de la logística; en 1986 Langley publicó el artículo *The Evolution of the Logistics Concept*, presentando una taxonomía para la implementación de la logística al interior de las organizaciones; en 1990 se publicaba la primera edición de la tercera revista especializada en el tema: *International Journal of Logistics Management*; y cabe subrayar que entre 1976 y 1995 el *Council of Logistics Management*, con sede en Chicago, ya había publicado quince (15) libros sobre el tema (Kent y Flint, 1997). En lo concerniente a definiciones, encontramos vigente la elaborada por el *Council of Supply Chain Management Professionals*. La logística es el:

“proceso de planificación, ejecución y control de procedimientos para el transporte eficiente y eficaz y para el almacenamiento de bienes, incluyendo servicios e información relacionada, desde el punto de origen al punto de consumo con el fin de ajustarse a las necesidades del cliente. Esta definición incluye entradas, salidas y movimientos internos y externos” (Citado por Ospina-Díaz y Sanabria-Rangel, 2017, p. 241).

En los ambientes organizacionales, y específicamente, en los vinculados con la producción de bienes y servicios, la logística ha evolucionado en dos direcciones. Por un lado, se ha subdividido, especializándose en segmentos de la logística: de entrada, interna y de salida; y por otro, se ha adaptado a las exigencias ambientales del mundo contemporáneo, transformándose en: inversa, de devoluciones, de recuperación, y verde. A continuación, se presenta de manera sucinta dicha evolución.

La logística de entrada aborda la primera fase de las operaciones —sean productivas o comerciales—, de manera que abarca el conjunto de actividades, recursos y personas que

participan activamente en el proceso de aprovisionamiento de insumos, materias primas, partes y piezas necesarias para la producción, las cuales cumplen un derrotero que arranca con los proveedores y culmina con el inicio de las operaciones. Además, abarca el abastecimiento de los requerimientos de los procesos de apoyo de las organizaciones, como por ejemplo, servicios de transporte, seguros y asesorías, entre otros, que corresponden a la gestión de los proveedores secundarios. En esta fase la logística incluye: los pronósticos de demanda; el aprovisionamiento; la gestión de compras; la gestión de almacenes; la gestión de inventarios y la catalogación del material en stock (Alba Sánchez, Reyes Pérez y Villanes Arroyo, 2006; Rojas López, Guisao Giraldo y Cano Arenas, 2011). La logística de entrada puede generar una alta huella ecológica, especialmente por dos factores: i) sistemas de transporte que no sean respetuosos ni amigables con el medio ambiente; y ii) fletes incompletos en los vehículos de carga de los proveedores (Schöneberg, Koberstein y Suhl, 2010).

La logística interna se caracteriza porque se desarrolla específicamente al interior de los parámetros físicos de la organización, de manera que su gestión depende exclusivamente de las condiciones internas de la empresa, y su desempeño se encuentra totalmente bajo el control de la misma. A grandes rasgos se pueden identificar los siguientes componentes de la logística interna: recibimiento y traslado de materiales, embalaje, almacenaje, gestión de stocks, abastecimiento, planificación y control de materiales-PCM, planificación y control de producción-PCP, trabajo en proceso, procesamiento de pedidos, transportes internos, y tecnología de la información. Un sistema de logística interna correctamente diseñado y utilizado, incrementa la eficiencia de la empresa y aumenta su productividad, no obstante, para que esto se cumpla es necesaria la integración y participación de todos los niveles de la organización (Pinheiro de Lima, Breval Santiago, Rodríguez Taboada y Follmann, 2017; Antunes, Sousa y Nunes, 2013; Moura, 1997). La logística interna, que se encarga de los procesos de transformación de los insumos y materia prima, puede generar un impacto ambiental negativo debido a tres variables: i) los modelos de decisión de inventario; ii) los procesos de transformación; y iii) los procesos de embalaje (Wu y Dunn, 1995).

La logística de salida comprende la etapa final de las operaciones de la organización, de modo que engloba el conjunto de actividades, recursos y personas que participan activamente en los siguientes procesos: gestión y programación de pedidos, picking y packing, almacenamiento de productos acabados, coordinación de vehículos de reparto, gestión de los canales de distribución, documentación e informes, y despacho de productos terminados (Alonso, 2008; Quintero y Carreño, 2006). No obstante, la logística de salida abarca otros procesos claves para la generación de valor, como son: gestión de relaciones con el consumidor, gestión del servicio prestado al consumidor, administración de la demanda, cumplimiento de la demanda, administración del flujo de producción, gestión de relaciones con el proveedor, los productos desarrollados y comercializados, gestión de retorno (Lambert, 2008). La práctica ambientalmente responsable, en la logística de salida, tiende a favorecer menos envíos por rutas más directas y movimientos más cortos, además de un uso muy eficiente del espacio de carga de los vehículos. Otro aspecto ambientalmente positivo, es la selección del tipo de vehículo para la distribución, siempre que se seleccionen los más amigables con el ambiente (Wu y Dunn, 1995).

La logística inversa surgió a mediados de la década de 1990 como respuesta a la grave crisis ambiental, de la cual se responsabilizó, en gran medida, a las organizaciones productivas y de servicios. En consecuencia, uno de los factores que más contribuyó con su consolidación fue el ambiental o ecológico. No obstante, existen otros factores que originan el flujo inverso, de acuerdo con Ortega Mier (2003): i) económicos, puesto que permiten la recuperación de valor; ii) de marketing, porque la recuperación de los productos (defectuosos o que han cumplido su ciclo de vida), beneficia la imagen de las organizaciones y les permite presentarse como respetuosas y amigables con el ambiente; iii) normativos, porque los gobiernos están estableciendo normativas ambientales de carácter obligatorio; y iv) protección de activos, porque una organización al recuperar los productos usados, impide que lleguen a empresas de la competencia. Villa Pérez (2010), establece una clasificación para los materiales y productos recuperados por la logística inversa: i) devoluciones

comerciales, que incluye devoluciones por garantía; ii) desechos generados durante la vida útil, como por ejemplo, los cartuchos de tinta de las impresoras; iii) desechos de producción, es decir, el material sobrante de determinados procesos productivos; iv) productos al final de su vida útil, lo que incluye productos que, sin haber concluido su vida útil, son desechados por los consumidores; y v) envases y embalajes de los productos finalizados.

La logística verde también surgió de la crisis ambiental que se evidenció a finales del siglo XX, y si bien cuenta con procesos similares a los de la logística inversa, se distingue de ella porque se concentra más en los procesos de la logística tradicional o directa —hacia adelante—, analizando detalladamente todos los aspectos de la producción con el objetivo de reducir su impacto ambiental. En consecuencia, la logística verde abarca aspectos previos a la producción, como por ejemplo, el eco-diseño, que busca a través de la innovación: i) generar valor añadido; ii) reducir la extracción de recursos naturales; y iii) minimizar la descarga de residuos sólidos, líquidos y emisiones a la biósfera. Pero la logística verde también contempla otras fases de la producción, como el uso de materiales reciclados; las buenas prácticas en cada una de las etapas de transformación; los procesos de almacenamiento y transporte amigables con el ambiente; y la incorporación de sellos o etiquetas verdes en los productos terminados que garanticen a los consumidores que la organización aplica la responsabilidad social y ambiental (Reyes de León, Zabala Rio y Gálvez Choy, 2008).

Redes de valor: orígenes y evolución

Las redes de valor convencionales fueron formuladas en la década de 1980 con el objetivo de mejorar la eficiencia de los procesos, minimizar los costos y obtener mayores beneficios económicos. Para lograrlo se planteó un proceso lineal, hoy conocido como ‘de la cuna a la tumba’, que solo tiene en cuenta una vía, y por ende, no contempla la recuperación de valor ni la reincorporación —en el proceso productivo— de los materiales o los productos cuando han concluido su ciclo de vida (Raj Kumar y Satheesh Kumar, 2013). Las redes de valor se pueden definir como la articulación de todos los procesos que se realizan para cumplir con los requerimientos de los consumidores. En consecuencia, incluyen la

participación de todos los actores que hacen parte de la producción y el consumo, es decir: i) proveedores; ii) productores; iii) distribuidores; y iv) consumidores finales (Chopra, 2010). Las redes de valor, además, se pueden comprender como una serie de organizaciones articuladas que comparten información al tiempo que coordinan la ejecución física que asegura el flujo de materiales, bienes, servicios y capital de manera efectiva y eficiente (Coyle, Langley, Novak y Gibson, 2013).

Las redes de valor evolucionaron respondiendo a la creciente contaminación y degradación del planeta. La primera gran modificación que asumieron aconteció a finales del siglo pasado, y fue motivada por dos factores principales: i) la creciente conciencia pública respecto a la responsabilidad de las organizaciones en lo concerniente a la contaminación; y ii) las legislaciones gubernamentales que, al respecto, entraron en vigencia a partir de 2002. Las primeras normativas que generaron modificaciones en las redes de valor, de acuerdo con Govindan, Soleimani y Kannan (2015), se originaron en la Unión Europea. Básicamente, obligaban a las organizaciones a hacerse cargo de sus productos una vez alcanzaran el final de su ciclo de vida. Ejemplo de ello es la Directiva 2002/96/CE, que se convirtió en ley europea en 2003, y ordenaba la recolección, reciclaje y recuperación de todo tipo de aparatos eléctricos y electrónicos. Pronto se introdujeron legislaciones similares en Canadá, Japón, China y, además, en algunos estados de los Estados Unidos. Para dar respuesta a la conciencia ambiental de los consumidores, y a las regulaciones ambientales que entraban en vigencia en muchos países, surgieron las redes de valor inversas y las de ciclo cerrado, y años después, las redes de valor verdes y las sustentables. Otro factor de transformación de las redes de valor fue la globalización: respondiendo al escenario internacional que exigía estrategias innovadoras y altamente competitivas, surgieron las redes de valor globales y las extendidas. A continuación se presenta una sucinta descripción de cada una de ellas.

Las redes de valor inversas le permiten a las organizaciones gestionar el flujo de recursos a lo largo de la producción, el consumo y el postconsumo, y se emplean para recuperar y reprocessar materiales, partes y productos (Flygansvær, Dahlstrom y Nygaard, 2018). Surgieron —como ya se mencionó— debido a la conciencia ambiental que se fortaleció a finales del siglo XX, y porque las organizaciones productoras fueron asociadas

con la generación de enormes cantidades de residuos contaminantes. Otro factor que consolidó este tipo de redes fue el análisis del ciclo de vida del producto, concepto que había formulado dos décadas atrás el economista norteamericano T. Levitt. Las redes de valor inversas fueron diseñadas desde distintos enfoques como el reciclaje, la re-manufactura o la gestión de retornos, entre otros (Krikke, van Harten y Schuur, 1999). Las redes de valor inversas se definen como: “la gestión eficaz y eficiente de la serie de actividades necesarias para recuperar un producto de un cliente y disponerlo o recuperar valor” (Prahinski y Kocabasoglu, 2006, p. 519).

Las primeras redes de valor de ciclo cerrado fueron diseñadas a mediados de la década de 1990, respondiendo a los mismos factores que originaron las redes de valor inversas. En esencia, las redes de valor de ciclo cerrado son producto de la articulación de los procesos ‘hacia adelante’ de las redes de valor tradicionales y de los procesos ‘hacia atrás’ de las redes de valor inversas (Govindan, Soleimani y Kannan, 2015), lo que aporta a la producción procesos de fabricación sostenible puesto que permite la recuperación y la re-manufactura de productos usados en paralelo con la fabricación de nuevas unidades, generando beneficios: i) ambientales, porque se recuperan materiales y productos durante el ciclo productivo y al final de su vida útil; ii) legales, porque se cumple con las normativas vigentes que son bastante exigentes en lo concerniente a la gestión de devoluciones y productos al final del ciclo de vida; y iii) económicos, porque se recupera valor al contribuir con la economía circular (Savaskan, Bhattacharya and Van Wassenhove, 2004).

Con la globalización surgieron las redes de valor globales y las redes de valor extendidas. Las primeras permitieron des-localizar e internacionalizar la producción, de manera que los procesos productivos que otrora se realizaban en un solo país —e incluso se limitaban a una sola fábrica—, fueran replanteados para que su diseño, producción de componentes, montaje, distribución, comercialización y consumo, se pudieran realizar de manera fraccionada, es decir, en distintas regiones y países, logrando con ello una serie de ventajas competitivas como son: mano de obra barata, acceso a financiación, exenciones tributarias, proximidad a insumos o materias primas, y cercanía a mercados internacionales,

entre otros (Manuj y Mentzer, 2008; Cárdenas, 2014). Este tipo de red de valor trasciende fronteras y articula organizaciones que se encuentran separadas por fronteras geopolíticas e incluso biogeográficas. Por otra parte, las redes de valor extendidas, se diferencian de las anteriores porque poseen un actor que solo actúa en ellas, el llamado ‘integrador local’, que se ubica en un país diferente al país de origen de la compañía local. Gracias a que la compañía focal le cede operaciones y procesos al ‘integrador local’, este tiene la potestad de producir y distribuir los productos y servicios de la compañía focal, manteniendo los estándares de calidad de la marca que representa, mejorando las relaciones entre la compañía focal y los clientes foráneos, y reduciendo los costos de distribución y los tiempos de entrega (Blanco Alfonso, 2018).

4. Metodología

El artículo documenta los resultados obtenidos en la fase exploratoria del proyecto institucional titulado “Diseño de una red de valor de ciclo cerrado para poner a disposición de la industria manufacturera de Bogotá” y en el desarrollo de cuatro tesis de pregrado del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de América, vinculadas al proyecto mencionado. En dichos trabajos se realizó una exploración sobre la percepción de los expertos respecto a los procesos claves que se deben gestionar en la estructura de una red de valor de ciclo cerrado para la industria manufacturera de Bogotá, apoyada por los campos de logística (interna, de entrada, de salida e inversa). En dicha exploración se utilizó como instrumento de investigación el método Delphi, articulado con entrevistas estructuradas y dirigidas a expertos en el campo de las redes de valor y la logística, con experiencia profesional en el sector de la manufactura de Bogotá; específicamente en las actividades económicas de calzado, textiles y confecciones. Para la aplicación de las entrevistas se realizó un muestreo no aleatorio con el objetivo de definir el número de expertos a consultar, además de usar escalas de Likert y psicometría Tri para el diseño de las preguntas, las cuales indagan sobre la fiabilidad de los procesos claves de los campos de la logística que deben apoyar el funcionamiento de la red de valor de ciclo cerrado, usando como referente el “Modelo integrador de los procesos de la logística en la red de valor”. Las preguntas de la entrevista

se clasifican en tres: abiertas, de calificación e inducidas. Las herramientas usadas para el análisis de las entrevistas fueron: análisis de contexto, estadística descriptiva e índices de fiabilidad.

Cabe precisar que la metodología fue aplicada para analizar la logística de entrada (actividad económica textil y de confecciones), la logística interna (actividad económica calzado) y la logística de salida. Para el caso de la logística inversa se utilizó como instrumento de recolección la encuesta, y para definir el número personas u organizaciones a encuestar, se definieron tres grupos de agentes: distribuidores, consumidores, organizaciones recicladoras y recicladores de oficio; para los cuales se realizaron muestreos aleatorios y no aleatorios, según el tipo y la magnitud de la población.

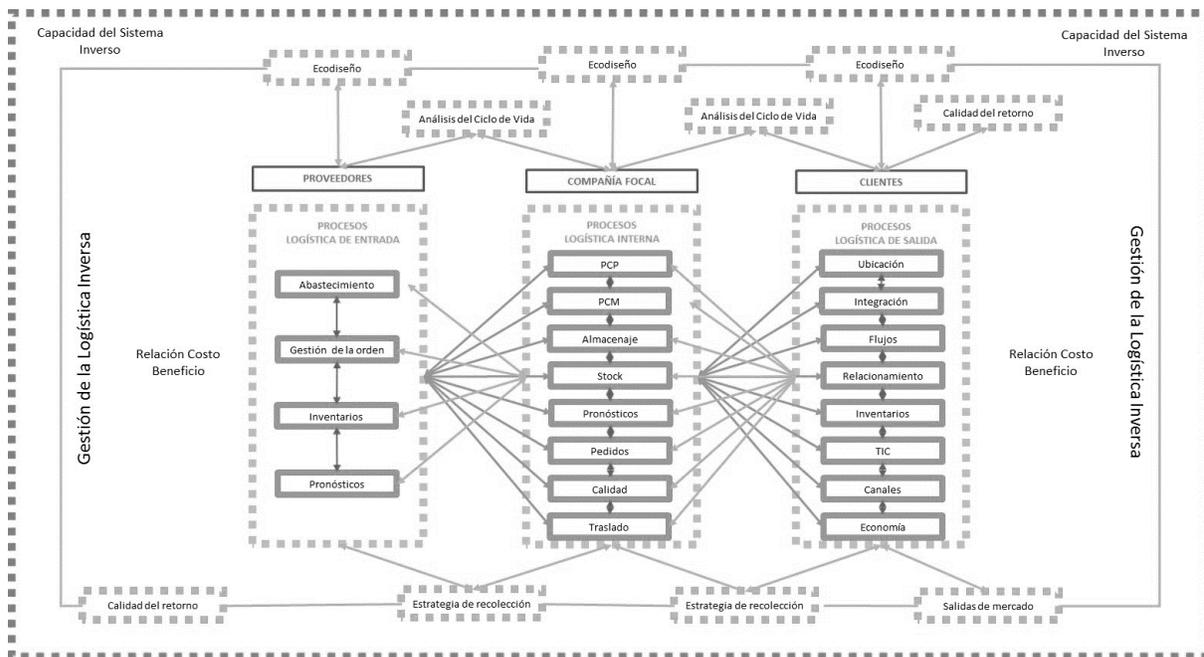
5. Resultados

Inicialmente, cabe describir el “Modelo integrador de los procesos de la logística en la red de valor”, el cual se constituye como referente para el diseño del cuestionario aplicado a los expertos, y para el análisis de convergencia realizado, que se presenta en la figura 2. El modelo se sustenta en el enfoque unionista arriba mencionado, en consecuencia, recoge las configuraciones genéricas horizontales de esta unidad (proveedores, compañía focal y clientes) y propone tres procesos claves para la logística de entrada, ocho para la logística interna, ocho para de salida y ocho para la inversa; además de incluir la gestión de los flujos directos e inversos para mejorar la relación costo beneficio en toda la red.

Cabe resaltar que los procesos incluidos en el modelo de referencia son resultado del estudio de casos de organizaciones que pertenecen al sector manufacturero, y se encuentran segmentados a las actividades económicas relacionadas con producción de calzado, de textiles y de confecciones; debido a la relación existente entre ellas (proveedor-productor). Es decir, la producción de calzado requiere del aprovisionamiento de materiales elaborados por las redes de valor de textiles y de confecciones, además de la importancia y participación que estas actividades tienen dentro de las variables macroeconómicas del sector y del país, y la reciente contracción evidenciada en sus indicadores de los últimos cinco (5) años.

El artículo busca identificar la percepción de los expertos sobre la gestión, o no, de los procesos previstos en el modelo integrador en cada uno de los campos de la logística y en las actividades de sector manufacturero en las que se segmentó el modelo que se toma como referencia.

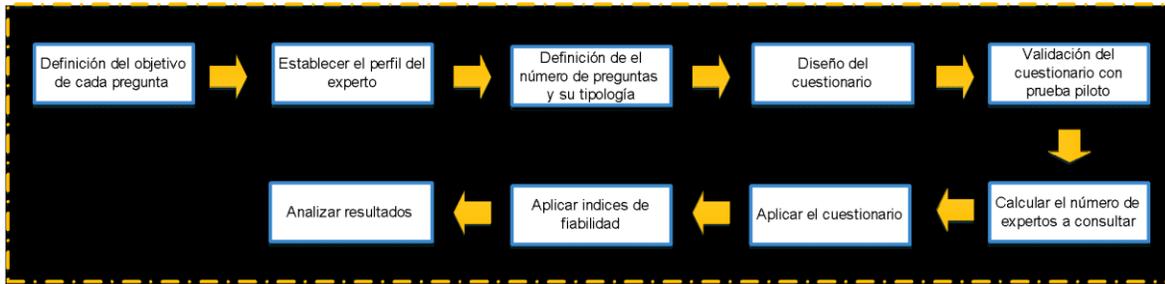
Figura 2. Modelo integrador de los procesos de la logística en la red de valor.



Fuente: elaboración propia

El método Delphi se desarrolló utilizando el procedimiento diseñado por el grupo de investigadores que se presenta en la figura 3. Los resultados obtenidos en esta etapa de exploración se utilizan posteriormente para realizar un análisis de convergencia con los procesos propuestos en el modelo integrador citado.

Figura 3. Procedimiento método Delphi



Fuente: elaboración propia

Para el cálculo del número de expertos involucrados en el análisis de los procesos claves para la logística de entrada (actividad económica textil y de confecciones), la logística interna (actividad económica calzado) y la logística de salida; se empleó la ecuación 1.

$$m = \frac{p*(1-p)*k}{i^2} \quad (1)$$

Fuente. Sarache, Hoyos y Burbano (2004)

Donde:

m = Numero de expertos

p = Porcentaje de aceptación

i = Nivel de precisión

k = Constante asociada al nivel de confianza

Por otra parte, para definir el tamaño de la muestra de los agentes para la encuesta en el estudio de los procesos de la logística inversa se utilizó la ecuación 2

$$n = \frac{Z^2*N*p*q}{e^2*(N-1)+Z^2*p*q} \quad (2)$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

Z = nivel de confianza del 95%, lo que equivale a un Z de 1,96.

p/q = probabilidades con las que se presenta el fenómeno, q= 1-p

e = margen de error permitido, 10%.

De la aplicación de las ecuaciones 1 y 2 se obtuvieron los siguientes resultados que se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Número de expertos y tamaño de la muestra de encuestados

| Actividad Económica/ Campo de la logística | Número de expertos/encuestados |
|---|---------------------------------------|
| Textil y Confecciones (logística de entrada) | 5 |
| Calzado (logística de interna) | 5 |
| Logística de salida | 4 |
| Logística inversa-consumidores | 97 |
| Logística inversa-organizaciones recicladoras | 3 |
| Logística inversa-recicladores de oficio | 92 |
| Logística inversa-Distribuidores | 70 |
| Total | 276 |

Fuente: elaboración propia a partir de Reyes y Torres (2018), Melo y Muñoz (2018), Pinzón y Prieto (2018) y Tarazona y Triviño (2016).

Haciendo uso de las escalas de Likert y la Psicometría Tri, fueron diseñados los instrumentos de recolección de información para cada uno de los campos de la logística en estudio. Los resultados de la aplicación se describen a continuación. Como se mencionó en la metodología, los instrumentos de recolección de información constan de preguntas abiertas, de calificación e inducidas. En la interpretación de la pregunta abierta se utilizó el análisis de contexto para definir los tópicos genéricos, las subcategorías, las categorías

previstas y las inferidas, que fundamentan las causas de las fallas en la gestión de los campos de logística; las cuales, en etapas posteriores de la investigación, serán consideradas como componentes o elementos de un modelo de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo). Los resultados se resumen en las tablas 2, 3 y 4.

Tabla 2. Resultados análisis de contexto-Logística de entrada

| TÓPICO | SUBCATEGORÍA | CATEGORÍA PRE-VISTA | CATEGORIA INFERIDA |
|-------------------------|---|-------------------------|---|
| Planeación | Planeación y Control | Planeación | Fallas en el seguimiento y control de pronósticos y planes de producción. |
| Planeación | Planeación y Control | Planeación | Fallas en el seguimiento y control de pronósticos y planes de producción. |
| Herramientas Logísticas | Procesos logísticos óptimos | Sistemas Logísticos. | Falta de sistemas de información logística de aprovisionamiento |
| Normatividad | Desarrollo y crecimiento del sector. | Desarrollo del sector. | Limitaciones en formulación de políticas públicas |
| Gestión | Igualdad comercial, crecimiento industrial. | Normatividad Comercial. | Deficiencia en la preparación y adaptación del sector. |

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Herramientas Logísticas | Procesos logísticos óptimos | Sistemas Logísticos. | Falta de sistemas de información logística de aprovisionamiento |
| Planeación | Planeación y seguimiento de pronósticos | Procesos Logísticos. | Fallas en proyección de la demanda |
| Gestión | Pronósticos y análisis de la demanda. | Procesos Logísticos. | Fallas en proyección de la demanda |

Fuente: Reyes y Torres (2018).

Tabla 3. Resultados análisis de contexto-Logística interna

| TÓPICO | SUBCATEGORÍA | CATEGORÍA PRE-VISTA | CATEGORÍA INFERIDA |
|------------|---|------------------------------|--|
| Financiero | Rotación de personal | - | - |
| Técnico | - | Capacitación de personal | - |
| Técnico | - | Informalidad de los procesos | Documentación de los procesos |
| Técnico | Control de calidad de la materia prima y producto terminado | Calidad | Control de calidad del proceso de producción |

| | | | |
|---------|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| Gestión | Desabastecimiento en la producción | Aprovisionamiento | Plan de requerimiento de materiales |
| Gestión | Incumplimiento de los proveedores | Planeación de la producción | - |
| Gestión | Desabastecimiento en la producción | Retrasos | Justo a tiempo |
| Gestión | - | Inventarios | Gestión de inventarios |

Fuente: Melo y Muñoz (2018).

Tabla 4. Resultados análisis de contexto-Logística de salida

| TÓPICO | SUBCATEGORÍA | CATEGORÍA PRE-VISTA | CATEGORÍA INFERIDA |
|----------------------|------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| Problemas logísticos | Determinación de rutas | Fallas en el proceso de transporte | Planeación |
| Problemas logísticos | Seguimiento de pedidos | Fallas en el proceso de transporte | Trazabilidad de pedidos |
| Problemas logísticos | Estándares de rutas | Fallas en el proceso de transporte | Normatividad y estandarización |

| | | | |
|----------------------|---|------------------------------------|---------------------------------|
| Problemas logísticos | Insuficiencia de infraestructura para el transporte | Fallas en el proceso de transporte | Capacidad e infraestructura |
| Problemas logísticos | Falta de articulación entre procesos | Fallas en el proceso de transporte | Desintegración de proceso |
| Problemas logísticos | Insuficiencia de infraestructura para la distribución | Fallas en el proceso de transporte | Infraestructura del transporte |
| Problemas logísticos | Falta de planificación y ejecución colaborativa | Fallas en el proceso de transporte | Planeación logística |
| Problemas logísticos | Falta de alineamiento entre actuantes y procesos | Fallas en el proceso de transporte | Alineamiento de la red de valor |
| Problemas logísticos | Inclusión de las TIC | Fallas en el proceso de transporte | Tecnología e información |

Fuente: Pinzón y Prieto (2018).

Como se puede observar, el análisis de contexto de cada una de las preguntas abiertas aplicadas, permitió identificar en total 16 categorías inferidas. Cabe precisar también, que para el caso de la logística inversa no aplica el análisis de contexto, debido a que la

metodología de la herramienta no incluye preguntas abiertas, dado su tipología y el muestreo empleado.

Con respecto a las preguntas de tipo inducidas y de calificación, una vez obtenidos los resultados de los expertos se aplicó el Alfa de Cronbach y el Coeficiente de Correlación Interclase, según correspondía; con el fin de estimar la fiabilidad de la entrevista aplicada en cada caso. Para ello, se utilizaron las ecuaciones 3 y 4.

$$\left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{sum}^2}\right) \quad (3)$$

Fuente. Ledesma (2004)

Donde:

S_i^2 = Varianza de los ítems

S_{sum}^2 = Varianza de la prueba total

k = Número de ítems

$$ICC = \frac{MS_{ROW} - MS_E}{MS_{ROW} + df_{Col} * MS_E + (df_{Col} + 1)(MS_{Col} - MS_E) / (df_{row} + 1)} \quad (4)$$

Fuente. Lin L. A. (1989).

Donde:

MS_{ROW} = Promedio de los cuadros de las filas

MS_E = Promedio de los cuadrados del error

df_{Col} = Grados de libertad de las columnas

MS_{Col} = Promedio de los cuadrados de las columnas

df_{row} = Grados de libertad de las filas

Adicionalmente, se realizó un análisis de convergencia entre los resultados obtenidos a través de las fuentes primarias de información (entrevistas y encuestas); y los resultados del modelo integrador, obteniendo lo presentado en la tabla 5.

Tabla 5. Fiabilidad y convergencia

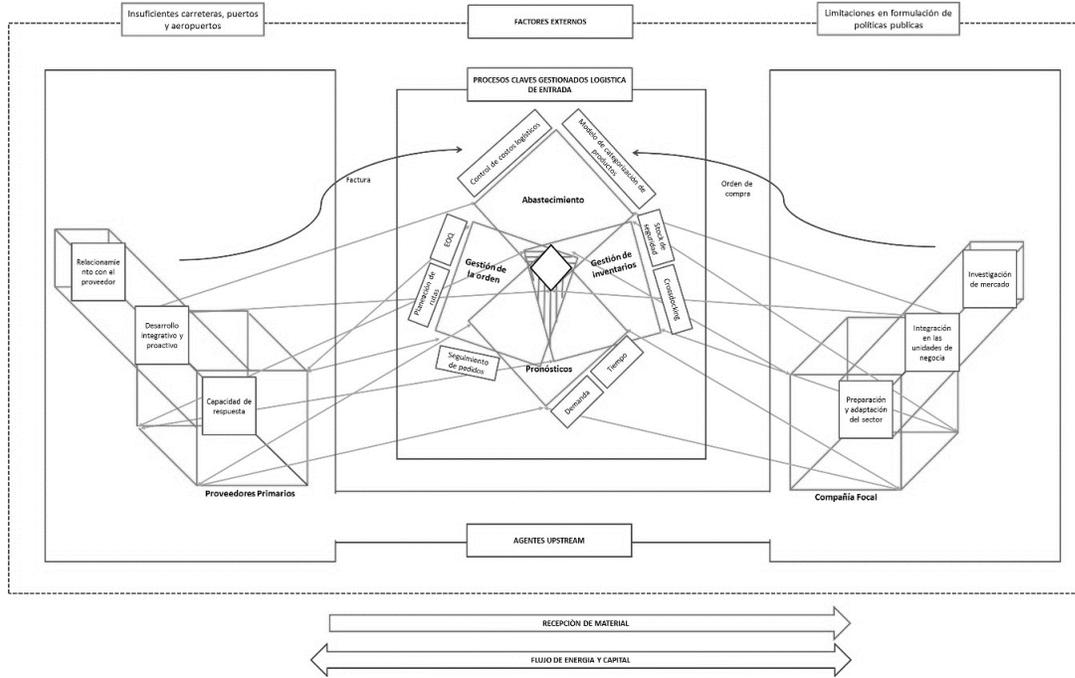
| Actividad Económica/ Campo de la logística | Número de expertos/encuestado | Fiabilidad | Escala de Fiabilidad | % Convergen | % Divergen |
|---|-------------------------------|------------------------------|----------------------|-------------|------------|
| Textil y Confecciones- Logística de entrada | 5 | Cronbach: 0,78 | Muy Buena | 30 | 70 |
| Calzado-Logística interna | 5 | Correlación intraclase: 0,40 | Aceptable | 29 | 71 |
| Logística de Salida | 4 | Cronbach: 0,80 | Muy Buena | 31 | 69 |
| Logística inversa-consumidores | 97 | NA | NA | 54 | 46 |
| Logística inversa-organizaciones recicladoras | 3 | NA | NA | 11 | 89 |
| Logística inversa-recicladores de oficio | 92 | NA | NA | 44 | 54 |
| Logística inversa-Distribuidores | 70 | NA | NA | 58 | 42 |
| Total | 276 | | | | |

Fuente: elaboración propia a partir de Reyes y Torres (2018), Melo y Muñoz (2018), Pinzón y Prieto (2018) y Tarazona y Triviño (2016).

Concluido el análisis de convergencia entre los procesos claves propuestos por el modelo integrador (diseñado a partir de los resultados de exploración de fuentes secundarias), y la exploración a través de fuentes primarias (consulta a expertos y encuestas), este proyecto propone los procesos claves para la gestión de los campos de la logística en estudio y se grafican de forma articulada con las configuraciones horizontales de la estructura de una red de valor de ciclo cerrado, de la siguiente forma: en la figura 4 (logística de entrada), en la 5 (logística de interna), en la 6 (logística de salida) y en la 7 (logística inversa).

Para el caso de la logística de entrada (figura 4), el análisis de convergencia ratificó los cuatro procesos claves incluidos en el modelo de referencia, es decir: abastecimiento, gestión de la orden, gestión de inventarios y pronósticos; además de reconocer como factores externos a la red de valor: i) insuficiencia en carreteras, puertos y aeropuertos; y ii) limitaciones en formulación de políticas públicas. Así mismo, los expertos entrevistados reconocieron la importancia de la integración de los procesos a nivel intra e inter organizacional. En otras palabras: a nivel intra, los cuatro procesos identificados deben integrarse al interior de la compañía focal; y a nivel inter, los proveedores de primer nivel y la compañía focal deben gestionar flujos de información para la integración de los mismo cuatro procesos.

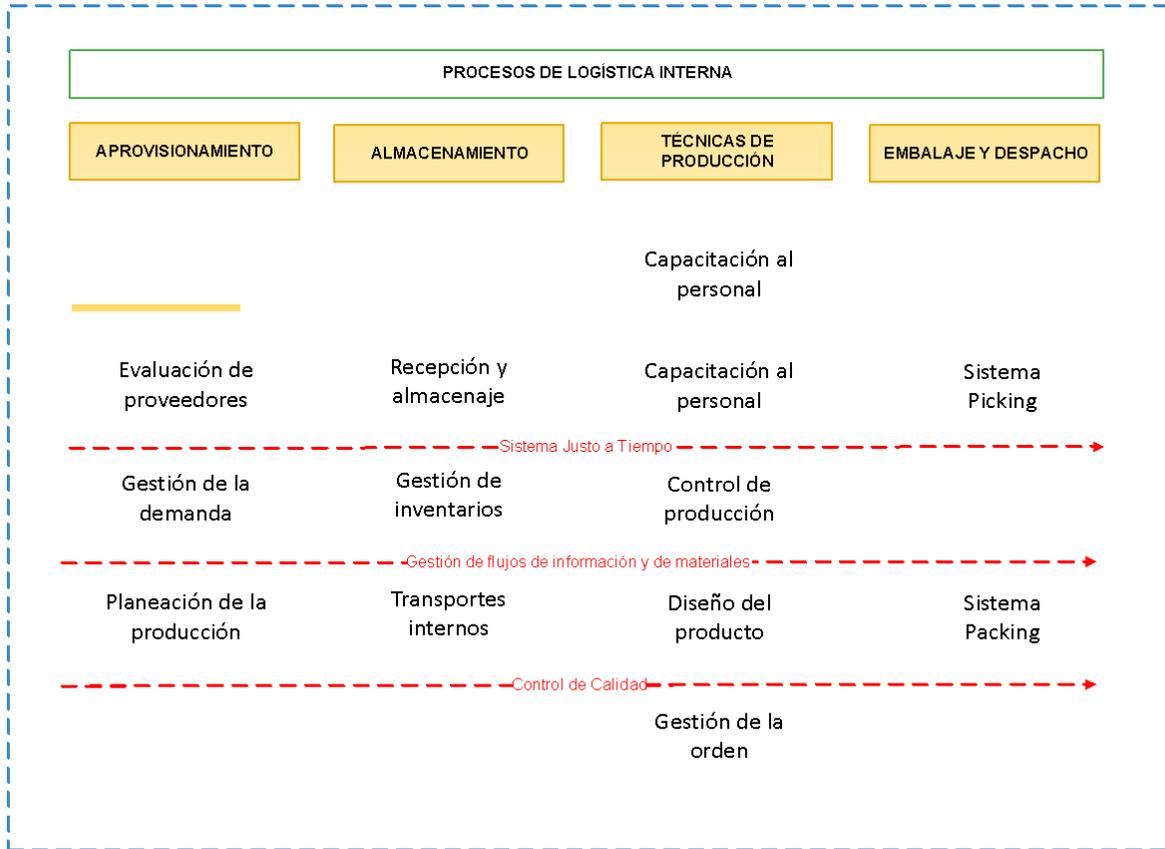
Figura 4. Procesos claves para la gestión de logística de entrada para una red de valor de ciclo cerrado



Fuente: Reyes y Torres (2018).

En el caso de la logística interna (figura 5) las fuentes de información primaria validaron varios de los procesos claves propuestos en esta investigación en una etapa previa a la consulta a expertos; sin embargo, se reconocen como principales procesos: i) aprovisionamiento; ii) almacenamiento; iii) técnicas de producción; y iv) embalaje y despacho del producto terminado. Cabe señalar que cada uno de ellos integra una serie de subprocesos. También se reconocen procesos que articulan de forma transversal a los demás, como son: sistemas justo a tiempo, flujo adecuado de información y materiales, y control de calidad.

Figura 5. Procesos claves para la gestión de logística interna para una red de valor de ciclo cerrado



Fuente: elaboración propia a partir de Melo y Muñoz (2018).

Para la gestión de la logística de salida (figura 6) de la red de valor de ciclo cerrado, el análisis de convergencia permitió identificar dos tipologías de procesos. En la primera, se reconocen aquellos que son centrales en la operación: métodos de ubicación, diseño de distribución y planeación de transporte; en la segunda, se incluyen los procesos que apoyan este campo de la logística: gestión de la información, gestión de las entregas y seguimiento de pedidos. Estas tipologías deben alinearse de dos formas complementarias: al interior de los agentes (proveedores de primer y segundo nivel y consumidores finales) que hacen parte de la configuración horizontal downstream de la red; y entre estos agentes.

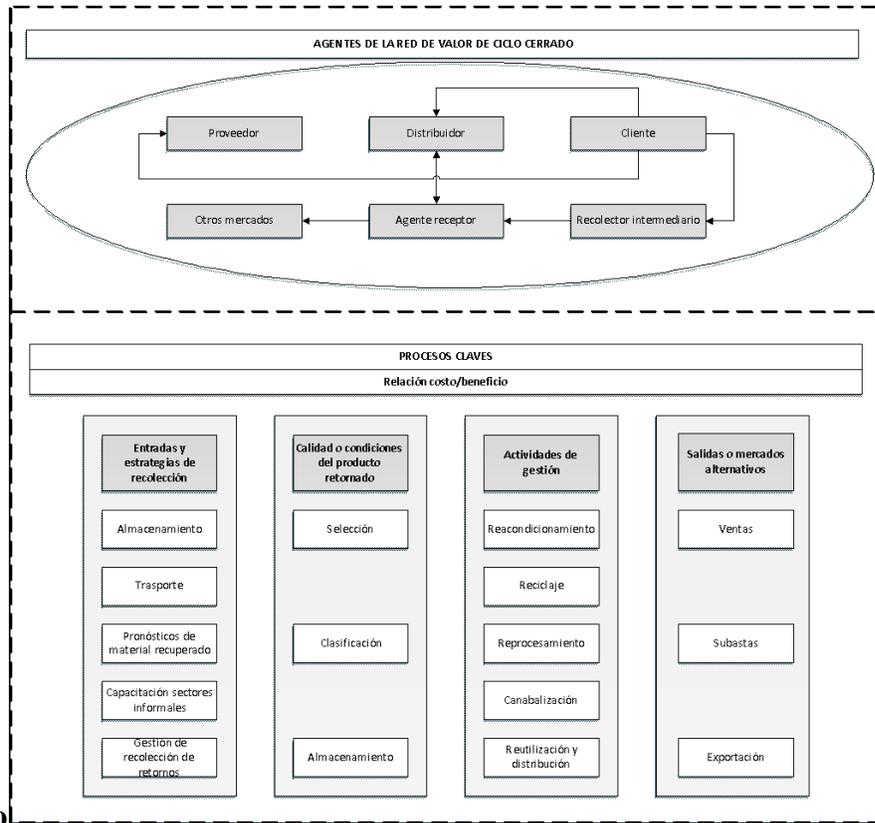
Figura 6. Procesos claves para la gestión de logística de salida para una red de valor de ciclo cerrado



Fuente: elaboración propia a partir de Pinzón y Prieto (2018).

Se constituyen también como resultados de la investigación, la identificación de los procesos claves de gestión en la logística inversa, es decir: estrategias de recolección y entradas, calidad o condiciones del producto retornado, actividades de gestión, salidas o mercados secundarios y relación costo beneficio. Estos a su vez, integran otros subprocesos como se puede observar en la figura 7. Cabe resaltar que uno de los aportes en este campo es involucrar en la gestión de los procesos de la red de valor de ciclo cerrado, el seguimiento de la relación costo beneficio, los impactos ambientales, y los niveles de eficiencia y de productividad de las organizaciones que integren la red.

Figura 7. Procesos claves para la gestión de logística inversa para una red de valor de ciclo cerrado



ciclo cerrado

Fuente: elaboración propia a partir de Tarazona y Triviño (2016).

Discusión

Se identificaron como trabajos futuros el diseño de herramientas de alineamiento de los procesos propuestos por la investigación, que sean aplicables a la dinámica de las configuraciones horizontales y verticales de la red de valor de ciclo cerrado. Además de ampliar la investigación a proveedores y clientes de segundo nivel.

6. Conclusiones

Desde la perspectiva del enfoque unionista se identifican los procesos claves para la gestión de cada uno de los campos de la logística, con el fin de ofrecer un referente académico construido a través de la exploración de fuentes secundarias y primarias, cuyos hallazgos fueron confrontados a través de un análisis de convergencia a fin de aumentar la fiabilidad de las propuestas. La inclusión de preguntas abiertas en las herramientas de recolección de

información para la consulta a expertos, permitió definir categorías inferidas que se constituyeron en algunas de las tipologías de los procesos o subprocesos propuestos. Por otra parte, articular técnicas de muestro aleatorio y no aleatorio en la investigación, permitió definir un número adecuado de expertos y de encuestados para el análisis, obteniendo índices de confiabilidad y fiabilidad acertados para el estudio realizado. Finalmente, cabe resaltar que la aplicación del Alfa de Cronbach y del Índice de Correlación Interclase en el análisis de la logística de entrada y la logística de salida, permite demostrar la fiabilidad de los resultados obtenidos, debido a que la valoraciones cualitativas en esta característica, son “muy buena” y “aceptable”; respectivamente.

7. Referencias Bibliográficas

- Alba Sánchez, C., Reyes Pérez, C. y Villanes Arroyo, N. (2006). Propuesta de mejora en la logística de entrada en una empresa agroexportadora. (Tesis de Maestría) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Alonso, G. (2008). Marketing de servicios: reinterpretando la cadena de valor. *Palermo Business Review*, 2, 83-96.
- Antunes, D., Sousa, S. and Nunes, E. (2013). Using Project Six Sigma and Lean Concepts in Internal Logistics. *Proceedings of the World Congress on Engineering 2013*, vol. I, WCE 2013, July 3-5, 2013, London, U.K.
- Blanco Alfonso, L. Y. (2018). Diseño de una metodología para la configuración genérica de una red de valor extendida, un estudio de caso centrado en la compañía focal (Tesis de pregrado). Fundación Universidad de América, Bogotá, Colombia.
- Cao, M. and Zhang, Q. (2011). Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of operations management*, 29(3), 163-180.
- Cárdenas, M. (2014). Las cadenas globales de valor. En: *Periódico Portafolio*. Bogotá D.C. 24, octubre, 2014.
- Caro Moreno, J. C. (2015). Cambio técnico en sector industrial en Colombia: hechos estilizados de veinte años de apertura económica. *Revista Científica Horizonte*

- Empresarial, 2(1). Disponible en:
<http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/127/126>.
- Carrasco Arias, J. (2000). Evolución de los enfoques y conceptos de la logística: su impacto en la dirección y gestión de las organizaciones. *Economía Industrial* (331), 17-34.
- Chen, I. J. and Paulraj, A. (2004). Understanding supply chain management: critical research and a theoretical framework. *International journal of production research*, 42(1), 131-163.
- Chopra, S. (2010). *Supply chain management: Strategy, planning and operation*. New York, USA: Pearson Prentice Hall Inc.
- Christopher, M. (2011). *Logistics and supply chain management: creating value-adding networks*. London, England: Pearson.
- Christopher, M. (2000). The agile supply chain: competing in volatile markets. *Industrial marketing management*, 29(1), 37-44.
- Ciarniené, R. and Vienazindiené, M. (2014). Agility and responsiveness managing fashion supply chain. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 1012-1019.
- Conke, L. S. and Ferreira, T. L. (2015). Urban metabolism: Measuring the city's contribution to sustainable development. *Environmental Pollution*, 202, 146-152.
- Costa, A. P., Loureiro, M. J. y Reis, L. P. (2014). Do Modelo 3C de Colaboração ao Modelo 4C: Modelo de Análise de Processos de Desenvolvimento de Software Educativo. *Revista Lusófona de Educação*, (27), 181-200.
- Coyle, J. J., Langley, C. J., Novack, R. A. and Gibson, B. J. (2013). *Supply Chain Management: A Logistics Perspective*. Mason, USA: South-Western Cengage Learning.
- Ehrenfeld, J. R. (2009). Understanding of complexity expands the reach of industrial ecology. *Journal of Industrial Ecology*, 13(2), 165-167.
- Flygansvær, B., Dahlstrom, R. and Nygaard, A. (2018). Exploring the pursuit of sustainability in reverse supply chains for electronics. *Journal of Cleaner Production*, 189, 472-484.

- Govindan, K., Soleimani, H. and Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. *European Journal of Operational Research*, 240(3), 603-626.
- Heskett, J. L., Glaskowsky, N.A. and Ivie, R. M. (1964). *Business Logistics*. New York, USA: Ronald Press.
- Huse, H. P. (1917). Logistics its influence upon the conduct of war and its bearing upon the formulation of war plans. *United States Naval Institute Proceedings*, 43(2), 245-253.
- Jomini, A. H. (1836/1862). *The art of war*. Rockville, USA: Manor.
- Kent, J. L. and Flint, D. J. (1997). Perspectives on the Evolution of Logistics Thought. *Journal of Business Logistics*, 18(2), 15-29.
- Krikke, H.R., van Harten, A. and Schuur, P.C. (1999). Business case Océ: Reverse logistic network re-design for copiers. *OR Spektrum*, 21(3), 381-409.
- Lambert, D. M. (2004). The eight essential supply chain management processes. *Supply Chain Management Review*, 8(6), 18-26.
- Larson, P. D. and Halldorsson, A. (2004). Logistics versus Supply Chain Management: An International Survey. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 7, 17-31.
- Ledesma, R. (2004). AlphaCI: un programa de cálculo de intervalos de confianza para el coeficiente alfa de Cronbach. *PsicoUSF*, 9(1), 31-37.
- León Izquierdo, P. A. (2016). *Dinámicas empresariales y creación de valor de las empresas pertenecientes al Clúster de Prendas de Vestir de Bogotá (Tesis de pregrado)*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.
- Lifset, R. and Graedel, T. E. (2002). Industrial ecology: goals and definitions. En R. U. Ayres and L. W. Ayres (Eds.) *A handbook of industrial ecology* (3-15). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Lin, L. A. (1989). Concordance correlation coefficient to evaluate reproducibility. *Biometrics* 45, 255-268.

- Lummus, R. R. and Alber, K. L. (1997). Supply chain management: balancing the supply chain with customer demand. Falls Church, Virginia, USA: APICS Educational & Research Foundation.
- Lummus, R. R. and Vokurka, R. J. (1999). Defining supply chain management: a historical perspective and practical guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 99(1), 11-17.
- Maquera, G. (2012). Logística verde e Inversa, Responsabilidad Universitaria Socioambiental Corporativa y Productividad. *Apuntes universitarios*, 2(1), 31-54.
- Manuj, I. and Mentzer, J. T. (2008). Global supply chain risk management strategies. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(3), 192-223.
- McGinnis, M. A. (1992). Military logistics: insights for business logistics. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 22(2), 22-32.
- Melo M. B. y Muñoz K. M. (2018). Diseño de un modelo de logística interna para mipymes del sector calzado en Bogotá, estudio de caso (Tesis de pregrado). Universidad de América, Bogotá, Colombia.
- Min, H. and Zhou, G. (2002). Supply chain modeling: past, present and future. *Computers & industrial engineering*, 43(1-2), 231-249.
- Moura, R. A. (1997). *Armazenagem: do recebimento à expedição*. São Paulo, Brasil: IMAM.
- Nava Chacin, J. C. y Abreu Quintero, Y. J. (2015). Logística Verde y Economía Circular Green Logistics and Circular Economics. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 10(3), 80-91.
- Niño Villamizar, Y. A. (2012). Estudio de la influencia de los stakeholders en la implementación de sistemas de logística reversa. Caso de la industria del plástico en Bogotá DC (Colombia) (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Olarte Fiorillo, M. (2011). Propuesta de diseño de un modelo de logística reversa para el sector textil colombiano bajo la metodología SCOR (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

- Ortega Mier, M. A. (2003). Tipología de flujos en la Logística Inversa. V Congreso de Ingeniería de Organización. Valladolid-Burgos, 4-5 de septiembre de 2003.
- Ospina-Díaz, M. R. y Sanabria-Rangel, P. E. (2017). Marco general de análisis de la formación logística en Colombia. *Revista Científica General José María Córdova*, 15(19), 237-267.
- Pinheiro de Lima, O., Breval Santiago, S., Rodríguez Taboada, C. M. y Follmann, N. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 264-276.
- Pinzón C. A. y Prieto S. (2018). Diseño de un modelo logístico de salida para una red de valor (Tesis de pregrado). Universidad de América, Bogotá, Colombia.
- Prahinski, C. and Kocabasoglu, C. (2006). Empirical research opportunities in reverse supply chains. *Omega*, 34(6), 519-532.
- Quintero, J. y Carreño, J. S. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 8(3), 377-389.
- Raj Kumar, N. and Satheesh Kumar, R.M. (2013). Closed Loop Supply Chain Management and Reverse Logistics -A Literature Review. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 6(4), 455-468.
- Savaskan, R.C., Bhattacharya, S. and Van Wassenhove, L.N. (2004) Closed-Loop Supply Chain Models with Product Remanufacturing. *Management Science*, 50, 239-252.
- Shahrokni, H., Lazarevic, D. and Brandt, N. (2015). Smart urban metabolism: towards a real-time understanding of the energy and material flows of a city and its citizens. *Journal of Urban Technology*, 22(1), 65-86.
- Seuring, S. (2004). Industrial ecology, life cycles, supply chains: differences and interrelations. *Business Strategy and the Environment*, 13(5), 306-319.
- Shulman, P. A. (2015). *Coal & Empire. The Brit of Energy Security in Industrial America*. Baltimore, USA: Johns Hopkins University Press.

- Raj Kumar, N. and Satheesh Kumar, R.M. (2013). Closed Loop Supply Chain Management and Reverse Logistics -A Literature Review. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 6(4), 455-468.
- Reyes de León, V., Zabala Rio, D. y Gálvez Choy, J. (2008). Una revisión del proceso de la logística inversa y su relación con la logística verde. *Revista Ingeniería Industrial*, 7(2), 85-98.
- Reyes L. T. y Torres H. M. (2018). Diseño de un modelo logístico de entrada para una red de valor en el sector textil y de confección en Bogotá D.C. (Tesis de pregrado). Universidad de América, Bogotá, Colombia.
- Rojas Lopez, M. D., Guisao Giraldo, E. Y. y Cano Arenas, J. A. (2011). *Logística integral: una propuesta práctica para su negocio*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Rutner, S. M., Aviles, M. and Cox, S. (2012). Logistics evolution: a comparison of military and comercial logistics thought. *The International Journal of Logistics Management*, 23(1), 96-118.
- Savaskan, R. C., Bhattacharya, S. and Van Wassenhove, L. N. (2004). Closed-loop supply chain models with product remanufacturing. *Management Science*, 50(2), 239-252.
- Schöneberg, T., Koberstein, A. and Suhl, L. (2010). An optimization model for automated selection of economic and ecologic delivery profiles in area forwarding based inbound logistics networks. *Flexible services and manufacturing journal*, 22(3-4), 214-235.
- Tarazona J. L. y Triviño P. A. (2016). Diseño de un modelo de logística inversa para los RAEE tipo 3 (Tesis de pregrado). Universidad de América, Bogotá, Colombia.
- Thorpe, G. C. (1917). *Pure Logistics: The Science of War Preparation*. Kansas City, USA: Franklin Hudson Publishing Company.
- Sarache, W.A., Hoyos C. y Burbano, J. C. (2004). Procedimiento para la evaluación de proveedores mediante técnicas multicriterio. *Scientia et technica*, 10(24), 219-224.
- Tzu, S. (2016). *El arte de la guerra*. Toronto, Canadá: Aegitas.

- Villa Pérez, A. (2010). Logística inversa en la distribución de productos agroalimentarios.
En: XV Congreso de Economistas Agrarios de Chile 2010. Construyendo una
Agricultura Resiliente, 14-15 de octubre de 2010, Santiago de Chile, Chile.
- Vogelgesang, C. T. (1913). Logistics – its bearing on the art of war. US Naval Institute
Proceedings, 39(1), 63-74.
- Von Clausewitz (1832/1976). On war. New Jersey, USA: Princeton University Press.
- Wu, H. J. and Dunn, S. C. (1995). Environmentally responsible logistics systems.
International journal of physical distribution & logistics management, 25(2), 20-38.

Commercial Opportunities for the Bucaramanga's Machinery Industry at the Brazilian Market

Lavacude, Norieth¹

¹Universidad Pontificia Bolivariana, norieth.lavacude.2019@upb.edu.co

Abstract— *The central purpose of this article was to present the most important aspects of the dynamics of the Bucaramanga's machinery industry in the last five years, and to present the commercial opportunities at the Brazilian market. In order to achieve this goal, this paper present a description of this sector over the past five years taking as a reference the variables of employment, value added, gross output, regional distribution of production and main exported products and destinations of the exports of the Santander engineering sector prioritized chain using the fonts on the pattern of production, the metalworking of the Santander Department chain is focused on the manufacture of industrial machinery for the food industry, construction materials and auto parts products. In the year 2018, the metallurgical industry chain contributed to the generation of 203.386 jobs in the Colombian economy.*

Keywords/ *Commercial Opportunities, Brazilian Market, Machinery Industry*

40. Introduction.

The main purpose of this paper was to analyzes the insertion of products of the metal mechanic sector of the Metropolitan Area of Bucaramanga at the Brazilian market, with a focus on agribusiness products, given the prevailing conditions of international competition. This is a proposal developed between researchers of the group GRICANI from Faculty of International Business Management (Pontifical Bolivarian University, Bucaramanga) in conjunction with the Consul of Brazil in Bucaramanga.

First of all, it is important to say that machinery involves use of equipment and machines that are required to perform various crop production activities. The use of agricultural machinery leads to better utilization of inputs and improvement in agricultural operations, particularly in large scale crop production. Most of the earlier innovations in this sector were on tractors and drillers. There has been an increase in the innovations in machinery in the pre-harvest as well as post-harvest operations. The present study attempts to analyses patenting activity to identify current innovations on agricultural machinery in Bucaramanga's and its chances to enter to Brazilian market.

The global agricultural machinery market is projected to witness significant growth from 2019 to 2022 and is expected to be valued over USD 200 billion by 2024 on account of upcoming technologies in the industry coupled with improved economic conditions and rising farm income. These factors are expected to boost industry growth over the next seven years. (Agricultural Machinery Market Size & Share, Industry Report, 2016-2024)

Applications that make use of agricultural machinery include soil cultivation, loading, irrigation, traction and power, planting, milking, hay making, fertilizing, harvesting and pest control among others. Agricultural machinery includes seeding and harvesting machinery, tractors and other hardware equipment such as mixers, windmills, wool presses and grinders among others. Farm tractors are expected to lead the product segment in this market over the next few years.

The rising demand of this market is propelled by increased investment in new agricultural machinery due to the low-interest-rate as well as a rise in research and development expenditure and economies of scale. Additionally, another major factor that is expected to fuel market growth in the rapidly increasing global population which has led to an increase in the demand for food and other similar products. Governments are also providing subsidies to farmers for investing in better equipment to efficiently meet the needs for higher productivity. Rising food demand globally is expected to have a positive impact on the market over the next seven years.

On the other hand, the agricultural machinery sector in Colombia developed in the import substitution industrialization period. It consisted of subsidiaries of transnational enterprises and locally-owned firms whose growth was oriented towards the domestic market, which they supplied without external competition until the late 1970s. The last three decades have been a time of increasing competitive pressure and technological change in the metallurgical industry, and this has exposed the sector's lack of competitiveness in an open, globalized domestic market. The result has been a process of restructuring in the sector, its industries and its individual firms. Firms have also rethought their own growth strategies and improved their techno-productive capabilities. (FAO, 2017)

This research will be focus specially on the experience of Bucaramanga’s company “Penagos Hermanos” in the Brazilian market. The researchers of this proposal choose this company because this is the most important agricultural machinery firm in Bucaramanga. The first decade of XXI Centruy marked a brilliant era for Penagos Hermanos, since technologies from Italy and Brazil were incorporated for modernizing the agricultural machinery line, and the Company ventured into the manufacture of equipments for the coffee processing, revolutionizing completely the traditional systems of Coffee Wet Processing, and achieving for it the acknowledgment of important national and international entities.

In this sense, the researchers consider that Brazil would be an important market for Bucaramanga’s agricultural machinery companies. Brazil is a major producer, consumer, and exporter of a wide range of agricultural products. For example, U.S. agricultural equipment exports to Brazil nearly tripled between 2009 and 2018. The fundamentals of Brazil’s agricultural economy remain strong and the country will continue to be a major market for international agricultural equipment.

In addition, the machinery and equipment sector integrates value chains, which make up for a diverse Brazilian supply. With a good position in the international market, Brazil faces competition from developed countries, regarding quality and industrial tradition, as well as developing countries, which offer competitive prices due to the low cost of their inputs and labor. In addition, Brazil has a privileged position in the global market of agricultural commodities, giving the manufacturers of agricultural machinery and equipment a prominent position as suppliers for different markets

The present study attempts to analyses patenting activity to identify current innovations on agricultural machinery in Bucaramanga’s and its chances to enter to Brazilian market. The internationalization of Bucaramanga’s agricultural machinery companies has begun to be studied in the literature of international trade by its particularities. Typically, the theories of internationalization have been used to study the reasons why companies are internationalized,

there are theories posed by the pursuit of cost savings, seek new markets when the domestic market is saturated.

This qualitative study is intended to answer the following questions based on theoretical concepts exposed in previous research on the internationalization of the Bucaramanga's agricultural machinery companies

- 1. What is the level of internationalization of the Bucaramanga's machinery companies?*
- 2. What reasons or factors led the Bucaramanga's machinery companies to enter the market of Brazil?*

2. Literature Review.

There are many kinds of literature on the internationalization of enterprises. Initially, internationalization can be described as “the process of increasing involvement in international operations”. (Welch and Luostarinen, 1988). It deals with how the firm adapts operations like strategy, structure, resources etc. to perfectly fit the international environments. The firm's objective to internationalize their processes is to have a prominent global existence keeping them shoulder to shoulder with their competitors. International retailing is commonly believed to concern retail operations owned by a single company in more than one country. According to Daszkiewicz, N. & Wach, K. (2012).

“International retailing is the process of transferring retail operations, concept, management expertise, technology and /or buying function across national borders”.

Therefore, international retailing is not the transfer of concepts to new environments but it is the establishment of operations in new markets. A concept can be internationalized without an international transferring organization but international retailing requires physical presence. Their influence is experienced both in the marketplace and within the supply chain, exercise their buying power and influence the development of suppliers within the markets

they establish operations. The increase in size of retail operations has resulted in the international expansion on a large scale.

In addition, Macias and Parente (2018) argues that the internationalization process is one progressive where companies selected international markets where minimising risks, cultural differences and geographic distances focusing their efforts initials to countries with similar cultures, customs, and languages. In the context of this study we cannot conclude that the five companies studied were at the same level of internationalization or that began its expansions to the Braziliaqn markets in stages or for similres reasons, we could apply the model of proposed progressive internationalization or Uppsala model developed by Johanson and Vahlne 1977. Integrating the concepts of the nascent global companies "Born Globals" developed by Oviatt & MacDougal (1994); Hohental, 2001; Moen & Servais, 2002 and others can evaluate the efforts of internationalization of the Colombian companies since the beginning of its operations seeking to conquer new markets and to exploit the opportunities of foreign markings

As indicated by Díaz, Millan, & Castle (2011) the success achieved by the Colombian companies in foreign markets are built up its capabilities the diversification of business, prudence in financial matters and aspects that we will address in this research, its permanence and adaptability in foreign markets and their ability to think globally and act locally. To test these aspects, pose the following question: did strategic adjustments to the company to enter and grow in the Brazilian market? Using the concepts of the theory of internationalization of Rhinesmith (1991) assessed as it has been the development of a global corporate culture that allows them to create a vision, values and standards of behavior which are replicated in all operations global and which in many cases is achieved by expatriation of Colombian managers who maintain operational autonomy but with a close relationship of support from the parent company in Colombia

In addition, much of the literature on the theory of multinational corporations [Dunning, 1983;] Doz, 1980; Parhalad and Doz, 1981; Kogut, 1985; Ghoshal and Ferris wheel, 1989; Bartlett and Ghoshal, 1989; Jarillo and Martínez, 1990; Roth and Morrison,

1990; Kedia, Nordtvedt and Pérez, 2002] focuses on the growth and positive development of international operations [Benito and Welch, 1997] and there are very few research on the internationalization of companies in Colombia, primarily made of academics in Colombia.

As indicated by Diaz & Millán (2011) in their research on the styles of leadership and its impact on the internationalization of Cementos Argos we will define the concept of internationalization as the set of operations that are made to the interior of the companies Colombian with the goal of productive links with markets with foreign markets. But poorly defined on the typology of international companies which have become the global operations of the Colombian companies.

The eclectic paradigm explains the factors and reasons for the location of foreign investments (Dunning 1981, Galan and Gonzalez-Benito, 2001) and the operational activities of multinational enterprises [Moore, 2001]. The main basis of the eclectic paradigm is in the PLI anachronism, which establishes the benefits of ownership, location and internalization determinants of the competitive capacities of multinational companies. The paradigm has been the determinant model of the theory to explain the location, concentration, the movement of foreign direct investment and international production of multinational enterprises schemes.

An interesting aspect which has not been explored in depth are the levels of commitment and enthusiasm of its directors, officers and employees that according to Diaz, Millan, & Castle (2011) are key to the positioning of the company in all markets who has decided to get. The productive relations of international companies have allowed the development of trade theories to explain the reasons for the search of new markets and processes followed to achieve the international expansion

2. Methodology.

This research will be conducted in two phases, the first is a review of literature on companies, in search of documents official's companies, news in business magazines, newspapers in

Brazil and Colombia as well as public documents generated by agencies of the Government of Brazil and Colombia, reports of professional organizations and academic articles published in academic journals at local and international level. As in the previous investigations by (Macias and Parente, 2018) will use additional secondary data from sources such as PROCOLOMBIA, SIEX- DIAN, Confecamaras, “Compite 360” from the Chamber of Commerce of Bucaramanga.

The second phase is the realization of personal interviews or by digital means to the management team of the companies located in Bucaramanga with opportunities in Brazil. Personal interviews and depth to the Colombian business executives is a tool of compilation of qualitative data that has been used in recent studies (see Macias and Parente, 2018)

In this study the primary and secondary data collected, the findings, the narratives of each case and the conclusions will be structured so that they can be replicated and compared with previous studies as they recommend Gibbert & Ruigrok, (2010). The order of the analysis of each company will be starting with the first Colombian company that arrival to Brasil and on van carrying out analysis to the newest, Penagos Hermanos established commercial ties in 2014.

3. Results:

3.1. Machinery Industry in Colombia.

For the analysis of employment in the productive chain of the sector metalworking of Colombia have used variables of regional distribution of employment in the Colombian departments, the evolution of employment in Colombia and Santander and the behavior of the employment in the major Metropolitan Areas of Colombia.

In 2018 the sector contributed to the generation of jobs in the Colombian economy, 203.386 of whom 9.502 were generated in the Department of Santander and 6.066 in the Metropolitan Area of Bucaramanga.

3.1.1. Regional distribution of the Machinery Industry in Colombia.

In the regional distribution of employment of the productive chain of the Colombia engineering sector, the departments that concentrated the largest number of jobs in the chain

are Cundinamarca with 30% of contribution to the use of the chain of the engineering sector, followed by the Department of Antioquia with 16.6% and in third place the Department of Valle del Cauca with 12.6%.

Santander Department is located in the fifth concentrating 4.7% of employment in the metalworking nationwide chain, as shown in the picture below.

Figure No 1. Machinery Industry Distribution of Regional Employment.

| Department | % of employment |
|-------------------|------------------------|
| Antioquia | 16.6% |
| Atlantic | 6.9% |
| Bolivar | 3.3% |
| Boyacá | 3.4% |
| Caldas | 2.6% |
| Caquetá | 0.7% |
| Cauca | 1.9% |
| Cesar | 1.8% |
| It crashed | 0.4% |
| Cordoba | 0.9% |
| Cundinamarca | 30% |
| Huila | 1.1% |

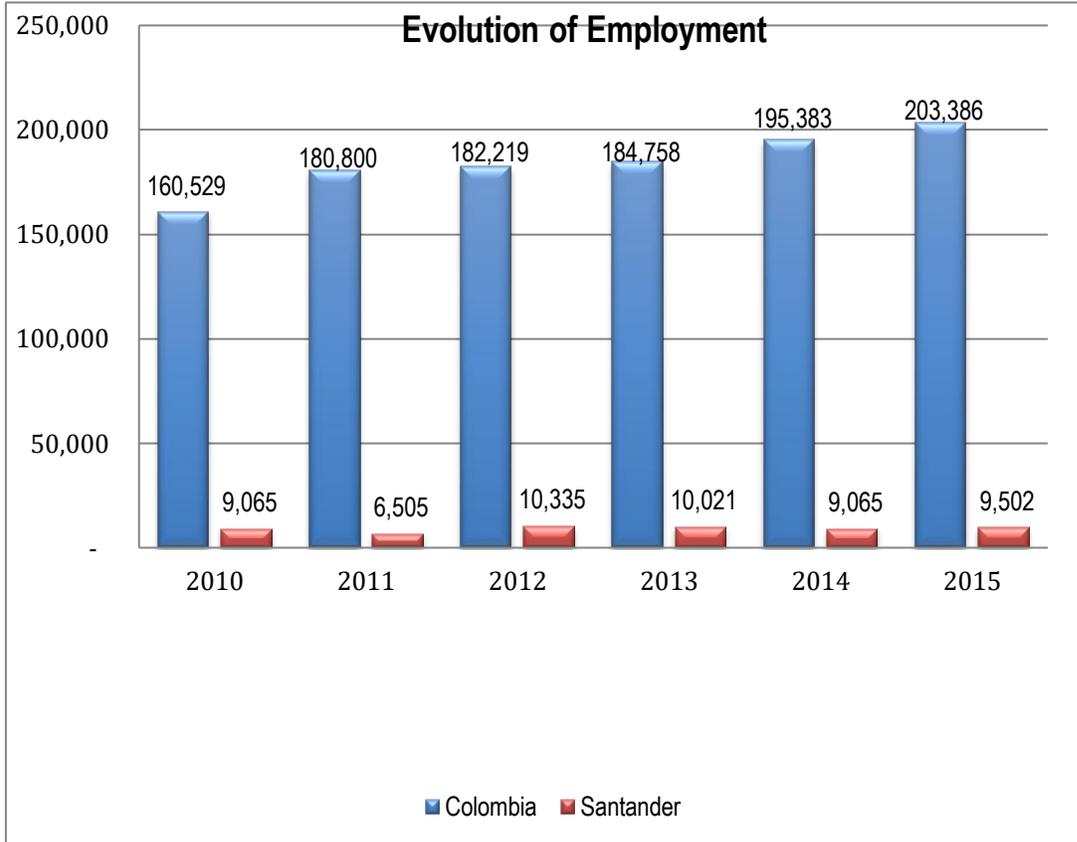
| | |
|--------------------|-------|
| La Guajira | 0.8% |
| Magdalena | 1.4% |
| Goal | 1.5% |
| Nariño | 1.5% |
| Norte de Santander | 2.3% |
| Quindio | 0.7% |
| Santander | 4.7% |
| Sucre | 0.8% |
| Tolima | 1.6% |
| Valley | 12.6% |

Source: DANE. (2019)

3.2 Evolution of employment in Machinery Industry in Colombia.

Concerning the behavior of the chain of the sector employment metalworking can be seen in the graph presented then a continuous growth of employment in Colombia, reaching an average annual growth of 4.8%. In the Department of Santander, you can see that the number of jobs in the 2014-2018 period varies between six and ten thousand. Highlights a sharp decline in the year 2011 for the deterioration of relations in this year with the neighboring countries of Colombia and Ecuador. Then from the year 2014 has a considerable recovery by increasing 3.830 jobs in the year 2013, reaching an average annual growth in the last five years of 0.9%

Graph No 1. Machinery Industry: Evolution of Employment.



Source: DANE. (2019)

Behavior of the employment of Machinery Industry.

According to Metropolitan Areas of Colombia The indicator of use of the chain of the engineering sector in the major Metropolitan Areas of Colombia had a positive performance to have a growth of 2.4% over the past five years. Bogotá is the Metropolitan Area with the largest number of jobs in the country to generate 47.274 in 2015. The Metropolitan Area with better performance Pereira Metropolitan was making a significant contribution to employment generation in the chain of the sector metalworking with 14.6 per cent of the total number of jobs in the sector in Colombia, followed by Cartagena with 10.7% and Villavicencio third with 8.4%. Is it stress that in all the Metropolitan Areas of Colombia presented to positive employment growth of the chain metalworking with the exception of Cucuta - 1.4%, Monteria - 1.7%, and Bucaramanga - 3.3%. Is highlighted in the same manner, the important fall suffered the metalworking of the Metropolitan Area of Bucaramanga chain to be the Metropolitan Area with a further decline in job creation of the sector in the period 2010-2015 to decrease in a 3.3%, after passing of generate 7.1.74 jobs in 2010 to only 6.066 in the year 2015. (DANE, 2016).

Chart No 2. Employment According Main Cities.

| City | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 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%

Source: DANE. (2019)

3.4. Machinery Industry: Distribution Regional of the Production.

In the chart No 3 is presented the regional distribution of production in the sector. This indicator says as the engineering sector chain production is distributed in the different departments of Colombia for the period 2013-2018. There is no doubt that the Department of Antioquia is the increased production of the engineering sector of Colombia with a 24% share, followed by the Department of Cundinamarca with 17.1% and in third place the Department of the Atlantic with 7.7. % of the production of the chain of the engineering sector. The Department of Santander sits in fifth place with 4.1% of the production of the chain metallurgical industry of the country.

Chart No 3. Machinery Industry Production by Department.

| Departament | % |
|--------------------|-------|
| 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% |

Source: DANE. (2019)

3.5. Distribution of the Companies of the Machinery Industry in Colombia and the Department of Santander

In the distribution of the 4,090 metalworking in Colombia companies has been determined to classify them into my small and large companies. The chart No 4 notes that the 98.2% of the companies in the sector metalworking in Colombia are SMEs with a total of 4013, of which 127 are located in the Department of Santander. The Department that has most of these companies is Cundinamarca with 1,988 SMEs by far being the Department that contributes most in this variable. Other important departments are Antioquia with 539 SMEs, 410 Atlantic and Valley with 439.

Chart No 4. of Machinery Industry Colombian Companies.

| Department | Number of companies |
|------------|---------------------|
|------------|---------------------|

INDIA - SUIZA - BRASIL - ALEMANIA - PUERTO RICO - COLOMBIA

| | |
|--------------------|------|
| 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) Own Preparation

3.6 Machinery Companies in Santander

In Santander Department has 130 companies in the engineering sector registered in the various chambers of Commerce in the Department. Picture No 13 shows that the Metropolitan Area of Bucaramanga consisting of the municipalities of Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta and Girón is the geographical area that has highest density of companies of the metal mechanic sector added a total of 89 companies. The city of Bucaramanga is which is highlighted with a greater number of companies in the chain of the engineering sector with 68 companies corresponding to 52% of the total number of companies in the Department of Santander. The city of Barrancabermeja with all the experience of the engineering sector at the service of the oil industry has 32 companies that are mainly dedicated to the maintenance and repair of machinery and the manufacture of metal-mechanical products. It is noteworthy is the case of the population of Sabana de Torres.

Chart No 5. Machinery Companies in Santander

| City | Number | % |
|-----------------|-------------|-----|
| 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. Own Preparation

3.7. Major Machinery Companies in the Metropolitan Area of Bucaramanga.

The chart No 5 presents the most relevant aspects of the leading companies in the Metropolitan Area of Bucaramanga, taking into account the characteristics of the company and products offered. Most of the companies located in the Metropolitan Area of Bucaramanga that make part of the metallurgical industry focused its production mainly in the manufacture of industrial machinery for the food industry, material products for the construction and auto parts products, as evidenced in the table presented below

Chart No 5. Main Machinery Companies in Bucaramanga

| COMPANY | MAIN PRODUCTS OFFERED | CHARACTERISTICS OF THE COMPANY |
|------------------------------|---|---|
| INDUSTRIES A.V.M | <p>Products for the Agroindustrial Sector: Products for the Extraction of Red Oil and Palm Kernel, Rachis Processing, Compost Plants.</p> | <p>Metalmechanic engineering and manufacturing company, specialized in providing integral solutions for industry in general, through design activities, manufacturing, repair, assembly and technical advisory projects.</p> |
| | <p>Products for Mining: Execution of works, Plants for the production of explosives.</p> | |
| | <p>Structure: Products for Mass Transportation, Pedestrian Bridges, Buildings, Metal Tanks.</p> | |
| | <p>Biodiesel: Oil Refining Machinery, Biodiesel palm and distillate, and Operation and maintenance.</p> | |
| LAVCO INDUSTRIES LTDA. | <p>Cast Iron: Grey Iron, Nodular, Bronze, Aluminium</p> | <p>Production and commercialization of centrifugal gray iron cast iron liners for the great majority of diesel and gasoline automobiles, industrial stationary engines, reciprocating compressors and pumps in a great variety of ranges; provision of repair services for reciprocating compressor cylinders, manufacture of pistons in gray iron and aluminum, and repair of parts for industrial sector equipment.</p> |
| | <p>Automotive: Dry and wet gasoline engine liners, DIESEL engine liners (wet and eyebrow), Valve seat bushings</p> | |
| | <p>Industrial: Manufacture of cylinder liners for large engines, parts for compressors, assembly and machining of industrial parts, repairs of drive cylinders and reciprocating compressors, repair of industrial parts, development of solutions, operation and maintenance.</p> | |
| | <p>Product development: System calador and Elevation packer HK, horizontal sealer of bags, Groups of handling, Equalizer of tensions, Rotary system of tires, Reducer Planetario, Pneumatic gun stunner.</p> | <p>Company dedicated to the design, adaptation and manufacture of spare parts, maintenance, updating and general reconstruction of industrial machinery.</p> |

| | | | |
|-------------------------------------|--|------------|--|
| | | and pumps. | |
| TRANSEXES COLOMBIA | <ul style="list-style-type: none"> • Cardans • Differential axes • Shipments • Homokinetics • Suspension • Off road | | It manufactures and distributes products and systems for both original equipment manufacturers (OEM) and the automotive and industrial aftermarket. Offers quality spare parts for cardan shafts, differential shafts and CV joints |
| SANTANDER LTDA. METALLURGY | <p>Services: Supports and engineering, Assemblies, Laboratory analysis and non-destructive testing, Repair of equipment and components, maintenance of industrial plants.</p> <p>Manufacturing: heat exchangers, mills, hoppers and silos, mixers and spare parts for all of the above.</p> <p>Foundry</p> <p>Segments</p> | | Metallurgical-metalmechanical company dedicated to the development of products and services to meet the specific needs of different industrial sectors. It carries out foundry processes, CNC machining workshop, metalworking workshop, engineering department and special projects department. |
| FORJADOS S.A. | <p>Autoparts: Steering and suspension, wheel hubs and seizure, transmission, stampings and stampings.</p> <p>Agricultural machinery</p> <p>High voltage components</p> <p>Railway Lines</p> <p>Forge in bronze</p> <p>Motor Parts</p> | | Manufacturers of forged parts for industry in general through forging by stamp; producers of steel sheet parts of various thicknesses through the process of Stamping and Stamping. |
| PENAGOS BROTHERS AND CIA LTDA | <p>Coffee Line: Pulpers, coffee dryers and washers, fermentation equipment and mills.</p> <p>Agricultural Line: Picapastos, manual silage harvester, forage harvester, corn huskers, grinders, grinders and mills, palm leaf grinder. horizontal mills and mixer cart.</p> | | Company directed to provide solutions for the sector of the agroindustry with the manufacture of trapiches, Pelton hydraulic motors, lathes, drills, among others. And manufacture of equipment for coffee processing. |

Source: Bucaramanga Chamber of Commerce

3.8. Machinery Industry Exports

Colombia metalworking sector chain exports are driven mainly by the departments of Antioquia, Bolivar, and Cundinamarca jointly representing 75% of exports total sector in Colombia as reflected in chart No 6. In this painting stands out mainly that Bolívar Department concentrated 28.69% of the exports of the chain of the engineering sector of Colombia, followed in second place by the Department of Cundinamarca with 27% and the

Department of Antioquia in third place with a 18.26% share of international sales of the chain. The Department of Santander is located in seventh in sales at the chain metalworking providing only 1.79% of the exports of the chain in the country.

Chart No 6. Machinery Industry Main Exports Regions

| 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) Own Preparation.

3.9 Participation of Santander Exports.

The chart No 7 designates the low participation of Santander exports in value of US dollars in the chain of the engineering sector. This picture highlights the considerable decrease in the Sales Department of Santander going from having a stake of 5.5% in the exports of the chain of Colombia in the year 2010 with sales of US\$ 21.943.925 to export as only \$6.824.074 in the year 2015 having a percentage drop in international sales - 3.7% in the period 2010-2015.

Chart No 7. Santander Exports

| Departments | 2010 | 2015 | CAP % OF |
|-----------------------|--------------------|--------------------|-------------|
| Santander | 21.943.925 | 6.824.074 | -20,8% |
| Part. %. | 5,5% | 1,8% | -3.7% |
| National Total | 300.062.122 | 381.654.134 | 0,9% |

Source SIEX- DIAN (2016) Own elaboration

Moreover, the No 7 chart reflects as exports of Santander in national volume participation is minimal, representing only 1.1% of the international sales of metallurgical industry chain providing only 872.834 KG in the year 2015, having a dramatically falling after having a share of 2.6% in the year 2010 with sales above two million and a half kilograms.

3.10 Destination of the exports of the Machinery Industry of the Department of Santander.

The destinations of exports of products of metallurgical industry chain Santander Department were mainly targeted for the period 2010-2015 to the markets of neighboring countries as noted in the chart No 8. Ecuador has been the main destination for exports from the chain of the engineering sector of the Department of Santander with a 44.3% of the exports of the Department. Venezuela was an important destination of the exports of the Department of Santander between 2013 and 2018, but being a zero market between 2013 and 2015. However, the contribution of the Venezuelan market is important in the period of analysis with a share of 16.7% of the international sales department. In the same way is highlighting the he importance acquired in the last two years by members of Colombia in the Pacific Alliance such as Chile.

| Chart | No | 8. | Destination | of | Exports |
|-----------------------|--------------------|------------------|---------------|---------------------|---------|
| METALMECHANICS | | VALUE | | Part % in the total | |
| Destinations | 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% | |
| United States | 137.299.480 | 991.748 | 36,6% | 14,5% | |
| Chile | 8.696.826 | 385.192 | 2,3% | 5,6% | |
| Brazil | 6.312.808 | 262.531 | 1,7% | 3,8% | |
| Peru | 25.153.622 | 256.812 | 6,7% | 3,8% | |
| Dominican Republic | 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% | |
| Panama | 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 Exported | 374.830.059 | 6.824.074 | 100,0% | 100,0% | |

Source SIEX- DIAN. (2016) Own elaboration

5) Opportunities for Santander Machinery Industry in Brazil.

This section presents the main products of the metal-mechanic sector of the Metropolitan Area of Bucaramanga that have opportunities in the Brazilian market:

PRODUCT NO. 1

Product Name: Vertical Despulpadoras

Certifications: Iso 9001, Basc

Customs Tariff: 8438801000

Export Markets: Brazil, Cuba, Costa Rica, Mexico, China, Panama, Rwanda, El Salvador, Ethiopia, Haiti, Indonesia, Uganda, Guatemala, Ecuador



Source: Penagos Herman

os, 2019

PRODUCT NO. 2

Product Name: Horizontal Despulpadoras

Certifications: Iso 9001, Basc

Customs Tariff: 8438801000

Export Markets: Brazil, Cuba, Costa Rica, Mexico, China, Panama, Rwanda, El Salvador, Ethiopia, Haiti, Indonesia, Uganda, Guatemala, Ecuador



Source: Penagos Hermanos, 2019

PRODUCT NO. 3

Name: Unit Pulping And Flowering Udc

Certifications: Iso 9001, Basc

Customs Tariff: 8438801000

Export Markets: Brazil, Cuba, Costa Rica, Mexico, China, Panama, Rwanda, El Salvador, Ethiopia, Indonesia, Haiti, Guatemala, Ecuador, Uganda



Source: Penagos Hermanos, 2019

PRODUCT NO 4

Product Name: Sorting Of Grains

Certifications: Iso 9001, Basc

Customs Tariff: 8437101900

Export Markets: Brazil, Cuba, Costa Rica, Mexico, China, Panama, Rwanda, El Salvador, Ethiopia, Haiti, Indonesia, Uganda, Guatemala, Ecuador



Source: Penagos Hermanos, 2019

6) . Conclusions

The contributions made by the engineering of the Department of Santander sector chain in the chain of Colombia taking as a reference the variables of employment, industrial production and exports analysis yielded the following results: with regard to the participation

of the engineering sector in the generation of employment at the national level by the year 2015 the sector contributed to the generation of jobs in the Colombian economy, 203.386 of whom 9.502 were generated in the Department of Santander and 6.066 in the Area Metropolitan of Bucaramanga. Santander Department is located in the fifth concentrating 4.7% of employment in the chain.

In the indicator of industrial production of Santander sits in fifth place with 4.1% of the production of the metallurgical industry of the country string, concentrating 130 companies equivalent to 3.2% of companies in the metalworking of the country companies total. The city of Bucaramanga is which is highlighted with a greater number of companies in the chain of the engineering sector with 68 companies corresponding to 52% of the total number of companies in the Department of Santander.

In the prompt participation of exports, the Department of Santander provides 1.79% of the exports of the chain. However, a decrease in international in the Santander Department of a 20.8 sales stands % for the period 2010-2015 from exporting US\$ 21.943.925 in the year 2010 to only US \$6.824.074 in the year 2015, taking a percentage drop of - 3.7% in the period 2010-2015. For its part, Santander Department has 23 companies contributing just 1.5% of the national total. The destination of exports of products of metallurgical industry chain Santander Department was directed in the 2010-2015 period mainly to the markets of the neighbouring countries Ecuador with a 44.3% of exports and Venezuela with a participation of 16.7% of the international sales department, closely followed by the North American market with a 14.5%.

7) . References:

Agricultural Machinery Market Size & Share | Industry Report, 2016-2024

Díaz, H. O., Millan, A. M. R., & Castillo, N. S. (2011). La innovación como competencia central en la internacionalización de las firmas latinoamericanas: el proceso de Bico Internacional, empresa del Grupo Carvajal SA. *Estudios Gerenciales*, 27(119), 13-32.

Daszkiewicz, N. & Wach, K. (2012). *Internationalization of SMEs: Models, Context and Implementation*. Gdańsk: Gdańsk University of Technology Publishers.

Díaz, H. O., & Millán, A. M. R. (2011). Liderazgo, la competencia esencial que transformó una empresa colombiana en un gigante internacional: el caso de Cementos Argos. *Estudios gerenciales*, 27(121), 39-58.

FAO (2017) *The Agroprocessing Industry and Economic Development*

Galan, J. I., & Gonzalez-Benito, J. (2001). Determinant factors of foreign direct investment: some empirical evidence. *European Business Review*, 13(5), 269-278.

Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8(1), 23-32.

Martinez, J. I., & Jarillo, J. C. (1991). Coordination demands of international strategies. *Journal of International business studies*, 22(3), 429-444.

Mills, A. J., Durepos, G., & Wiebe, E. (Eds.). (2010). *Encyclopedia of case study research: L-Z; index (Vol. 1)*. Sage.

Prahalad, C.K. y Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.

Wach, K. (2014b). Internationalisation and Globalisation as the Wider Context of Europeanisation from the Macro- and Microeconomic Perspective. *Horyzonty Polityki*, 5(10), pp. 11-30.

Welch, L.S. & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14(2), pp. 34-55

Factor Crítico de la Dinámica Empresarial como Eje Fundamental de la Competitividad en el Departamento de Córdoba

Jorge Alberto Nieto Zumaqué¹, Laura Vanesa Castillo Peña², Valeria Lozano Narváez³

¹profesional en negocios internacionales (ASPIRANTE), Universidad Del Sinú,
jorgenieto@unisinu.edu.co

²profesional en negocios internacionales (ASPIRANTE), Universidad Del Sinú,
lauravcastillo@unisinu.edu.co

³profesional en negocios internacionales (ASPIRANTE), Universidad Del Sinú,
valerialozano1@unisinu.edu.co

Resumen La competitividad de manera general es la capacidad de una nación de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, a nivel departamental esta es medida anualmente por el índice Departamental de Competitividad, presentado por el Consejo Privado de Competitividad, el departamento de Córdoba según el último informe, es el vigésimo primer departamento más competitivo de 27 evaluados en Colombia, de 10 pilares que son tenidos en cuenta para la determinación de una calificación general de competitividad, este trabajo hace énfasis en el pilar de innovación y dinámica empresarial, donde ya se observa una deficiencia de Córdoba, por lo que el propósito es analizar soluciones por medio de políticas públicas que impulsen el dinamismo de las empresas y por ende mejore la situación competitiva del departamento; la metodología que emplea este estudio investigativo es de tipo descriptiva.

Palabras clave: Competitividad, Dinámica empresarial, políticas públicas.

Recibido: xx de febrero de 20xx. *Aceptado:* xx de Junio de 20xx
Received: February xx, 20xx *Accepted:* June xx, 20xx

Abstract Competitiveness in general is the ability of a nation to produce goods and services that can be successfully overcome the test of international markets, at the departmental level this is measured annually by the Department of competitiveness index, presented by the private Council for competitiveness, the Cordoba Department according to the latest report, is the twenty first most competitive Department of 27 evaluated in Colombia, of 10 pillars which are taken into account for the determination of a rating General competitiveness, this work makes emphasis on the pillar of innovation and entrepreneurial dynamics, which already shows a deficiency of Cordoba, so the purpose is to analyze solutions through public policies that boost the dynamism of enterprises and thus improve the competitive situation of the Department; the methodology used by this research study is descriptive.

***Keywords:** Competitiveness, entrepreneurial dynamics, public policies.*

3. Introducción

Necesidades de la sociedad, en el campo de la competitividad, estas están plasmadas en los planes regionales de competitividad, que son un instrumento de planeación de corto, mediano y largo plazo, que priorizan acciones e incorporan nuevos insumos de transformación productiva de acuerdo con los lineamientos de políticas de productividad y competitividad.

El IDC, mide a través de diez pilares la competitividad, estos son: Instituciones, infraestructura, tamaño de mercado, educación básica y media, salud, medio ambiente, educación superior y capacitación, eficiencia de mercado, sofisticación y diversificación e innovación y dinámica empresarial; según el informe departamental de competitividad 2018, de 27 departamentos evaluados, Córdoba es el vigesimoprimer departamento más competitivo de Colombia con un puntaje general de 4,21, destacándose en pilares como, tamaño del mercado, donde ocupó el puesto 14 y educación básica y media ubicándose en el puesto 15; no obstante, en los pilares de salud, infraestructura e innovación y dinámica empresarial, en el marco competitivo, el departamento debe mejorar, en estos obtuvo las posiciones 21, 23 y 19 respectivamente.

En el último pilar antes mencionado, perteneciente al factor de sofisticación e innovación, en dinámica empresarial (subpilar) obtuvo un puntaje de 3,12, dándole el puesto 19 junto con investigación e inversión en ACTI al departamento de Córdoba; la dinámica empresarial, es medida a través de variables tales como: tasa de natalidad empresarial neta, densidad empresarial y participación de medianas y grandes empresas.

En contraste con Bogotá D.C que obtuvo el puntaje más elevado en el factor, pilar y subpilar (sofisticación e innovación, innovación y dinámica empresarial, dinámica empresarial) la calificación de este departamento (9,49) es 3 veces (aproximadamente) la calificación del departamento de Córdoba (3,12) la tasa de natalidad empresarial en la capital del país es bastante elevada, pues el mayor número de empresas del país está en esa zona, mientras que en Córdoba en auge empresarial está en Montería, su capital, pero esto no justifica que el departamento se vea en ese dinamismo empresarial bastante deficiente, porque este factor más allá de medir el número de empresas creadas y la relación de la población y dicho número de empresas, lo que pone en duda es la INICIATIVA, especialmente en la variable de densidad empresarial que es la relación entre el número de empresas existentes y la población multiplicado por 1000; la densidad empresarial de Bogotá D.C supera en 9,32 puntos la de Córdoba, lo que significa que Córdoba la iniciativa de creación de empresas es bastante cuestionable.

Por todo lo mencionado anteriormente, el propósito de este trabajo es analizar mecanismos de solución, como las políticas públicas enfocadas al dinamismo empresarial que mejoren la situación de las empresas del departamento y por ende la competitividad del mismo.

4. Consideraciones Conceptuales

2.8 Competitividad: es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales. (Labarca, 2017)

2.9 Competitividad empresarial: capacidad de una empresa para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores. (Labarca, 2017)

2.10 Plan regional de competitividad: instrumento de planeación a corto, mediano y largo plazo, cuya formulación y ejecución es una tarea prioritaria de las comisiones regionales de competitividad (CRC) las cuales cuentan con insumos nacionales, regionales y sectoriales para su elaboración. Las CRC priorizan acciones e incorporan nuevos insumos de transformación productiva de acuerdo con los lineamientos de la política de productividad y competitividad. (Medio, s.f.)

2.11 Índice Departamental De Competitividad (IDC): es una publicación anual la cual tiene por objetivo medir de manera robusta, diferentes aspectos que inciden sobre el nivel de competitividad de los departamentos en Colombia. (Competitividad, s.f.)

2.12 Densidad Empresarial: según el Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, es el cociente resultante de dividir el número total de empresas entre el total de la población multiplicado por cada mil habitantes.

2.13 Tasa de natalidad empresarial: creación o surgimiento de nuevas empresas en un determinado territorio

2.14 Políticas públicas: acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de factibilidad, para atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía. (Corzo, 2014)

4. Método

El método de esta propuesta de investigación es de tipo descriptiva que según el autor venezolano Fidas G. Arias “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto al nivel de profundidad de conocimiento se refiere”

El objetivo aquí es describir y por ende caracterizar la situación deficiente actual del dinamismo empresarial en el departamento de Córdoba, para luego a través de políticas públicas buscar soluciones de alto rendimiento que impulsen a las empresas del departamento y por consecuencia su competitividad.

6. Resultados y Conclusiones

Siendo esta una investigación en curso, los resultados y conclusiones no se han determinado por completo.

7. Referencias Bibliográficas

Competitividad, C. P. (s.f.). Índice Departamental De Competitividad. Obtenido de <https://idc.compitem.com.co>

Corzo, J. F. (22 de Septiembre de 2014). Universidad IEXE. Obtenido de www.iexe.edu.mx/blog/que-son-las-politicas-publicas.html

Labarca, N. (2017). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial . Revista Omnia, 160-161.

Medio, C. d. (s.f.). Cámara de comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño. Obtenido de www.ccmna.org.co/que-es-un-plan-regional-de-competitividad/

Estrategias de Internacionalización del Cluster de Salud del AMB Mediante Iniciativas de Marketing Digital

Calles Moreno, Rafael Jesús

Universidad Pontificia Bolivariana – Semillero de Investigación Gerencia Internacional
(SIGI) Facultad de Administración de Negocios Internacionales.

Rafael.calles.2017@upb.edu.co

Resumen— La presente investigación tiene por objeto propiciar estrategias de internacionalización para el cluster de salud del AMB mediante iniciativas de marketing digital, siendo esta una de las principales apuestas de la ciudad para el desarrollo económico sostenible en los próximos años. En el año 2014 luego de diferentes esfuerzos iniciaron las labores del cluster salud Santander, bajo importantes inversiones económicas en alianzas público-privadas. Sin embargo, uno de los vacíos existentes en cuanto a la consolidación del sistema clúster en el área metropolitana de Bucaramanga es la falta de estrategias en materia de marketing digital, con la finalidad de atraer una mayor cantidad de usuarios de carácter nacional e internacional. Utilizando parámetros de pertinencia, relevancia e impacto social la investigación se desarrolla bajo una metodología mixta mediante diseño documental, aplicando matrices de análisis de contenido como principal instrumento para la síntesis de datos y posterior discusión de resultados. Luego de realizar aproximaciones de tipo nacional e internacional frente al planteamiento del problema, es preciso concluir que la estrategia de marketing digital para la promoción internacional del cluster de salud del Área Metropolitana de Bucaramanga debe estar enmarcada dentro de la iniciativa “Marca ciudad”, desarrollada a nivel nacional por los clusters Medellín Health City, Mi destino Salud Norte de Santander, Excelencia Clínica Valle del Cauca e Iniciativa Cluster de Salud Bogotá D.C. Bajo este supuesto se recomienda la apertura de un organismo de promoción con dependencia directa de Procolombia, la Cámara de Comercio de Bucaramanga y las organizaciones privadas resalantes del cluster; con la finalidad de reunir todos los esfuerzos necesarios mediante un ente competente en la materia de estudio siendo este el caso del marketing digital.

Abstract— The aim of this research is to define internationalization strategies to the AMB health cluster through digital marketing,, this being one of the main bets of the city for sustainable economic development in the coming years. In 2014, after different efforts, the work of the health cluster Santander began, under important economic investments in public-private alliances. However, one of the existing gaps in the consolidation of the cluster system in the metropolitan area of Bucaramanga is the lack of digital marketing strategies, with the aim of attracting a greater number of national and international users. Using parameters of pertinence, relevance and social impact, the research is developed under a mixed methodology through documentary design, applying content analysis matrices as the main instrument for the synthesis of data and subsequent discussion of results. After making national and international approaches to the problem, it is necessary to conclude that the digital marketing strategy for the international promotion of the health cluster of the Bucaramanga Metropolitan Area should be framed within the “City Brand” initiative, developed nationally by the clusters Medellín Health City, Mi destino Salud Norte de Santander, Excelencia Clínica Valle del Cauca and Iniciativa Cluster de Salud Bogotá D.C. Under this assumption is recommended the opening of a promotion agency directly dependent on Procolombia, the Chamber of Commerce of Bucaramanga and private organizations highlighting the cluster, in order to bring together all necessary efforts through a competent entity in the field of study, this being the case of digital marketing.

Keywords/Palabras clave— Cluster, Salud, Marketing, Internacionalización – Cluster, Health, Marketing, Internationalization

41. Introducción

El paso de la globalización está compuesto por una cantidad infinita de cambios y nuevas técnicas que exigen a los países poner en marcha políticas en cada sector económico, para enfrentar las continuas variaciones presentes con el paso de los años y el avance de las ciencias fundamentales. El sector económico y el sector de la salud no son la excepción a esta situación, debido a que desde hace décadas se han desarrollado diversos modelos y estrategias empresariales para maximizar el rendimiento del talento humano y por consiguiente su producción y rentabilidad. Franco (2003) argumenta que los postulados relacionados globalizar la salud se vienen construyendo poco a poco de acuerdo con las principales declaraciones mundiales de salud, con un especial hincapié en la Asamblea Mundial de la Salud.

En 1995 este organismo reconoció que la globalización puede conllevar a ciertos beneficios para la salud, los cuales estarán supeditados a valores ineludibles como el derecho a la salud, la ética política, la equidad, la solidaridad y la perspectiva de género. Adicionalmente, los sectores prestadores de servicios de la salud no han sido la excepción de la tendencia globalizadora, por lo que muchos países en el mundo han abierto sus sistemas de salud para una mayor circulación transfronteriza de los pacientes (Smith, Martínez y Chanda, 2011). Estas categorías y dimensiones reconocidas por la Asamblea Mundial de la Salud forjan un antes y un después en la planeación estratégica y la integración del sector económico con el sector salud, entiendo que adicionalmente a los valores comentados existen diversos factores exógenos que pueden afectar de manera directa el cumplimiento de estos objetivos. Bajo esta premisa es claro que la salud global está incrementando su importancia dentro de la agenda de los grandes temas de nuestros tiempos.

La salud, de hecho, se está moviendo de los dominios de la llamada política menor, que se relaciona con los asuntos humanitarios, al reino de la política mayor, que está relacionada con el desarrollo, el crecimiento económico y la sostenibilidad. (Frenk y Gómez Dantés, 2007). Este compendio de argumentos deriva en una importancia superlativa del

sector salud por su relación directa con el crecimiento económico, convirtiéndose en un polo de desarrollo para los países que fundamentan en dicho campo los esfuerzos desde diferentes vertientes.

De acuerdo a estas tendencias Lautier (2008) sostiene que:

“La figura del turismo de salud y el desarrollo de diversos clúster en esta área ha cambiado los parámetros tradicionales asociados a la prestación transnacional de estos servicios. En otras épocas los habitantes de países con bajos y medianos ingresos se trasladaban a los países industrializados en busca de atención especializada. En la actualidad, muchos de los países del primer grupo se han hecho famosos por su buena atención médica, tratamiento de enfermedades y rehabilitación, cirugía y otros procesos, ofrecidos a costos mucho más reducidos que aquellos que ofrecen los países de origen de los turistas”

La necesidad del sistema económico en relación a la salud se encuentra en momentos propicios para derribar toda clase de obstáculos o desacuerdos presentes frente a la problemática, al punto de arrojar estrategias necesarias para beneficiar a la sociedad y a las organizaciones público-privadas del sector combinando nuevas prácticas empresariales. Optimizar los procesos de innovación, posicionamiento y promoción mejorando a su vez la calidad del sector es la combinación de variables que derivan en el concepto de clúster, explicado según Porter (1999) dando pie a concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado un determinado campo.

A raíz de este modelo de administración las empresas tienen la oportunidad de conseguir ventajas como la especialización de la mano de obra, la facilitación del acceso a mercancías a través de proveedores especializados y el posicionamiento a nivel nacional e internacional como una zona especializada en una actividad específica que responde a las necesidades de la sociedad. Para un mayor entendimiento acerca del impacto de este modelo a nivel mundial, según Iturrioz (2005) la utilización de los clúster como instrumento de política económica, no se ha extendido solo a Europa Occidental y Norteamérica, sino también a países menos desarrollados. La adaptabilidad de este modelo ha coadyuvado en su

divulgación y ha sido promovido por organizaciones internacionales como la Comisión Europea, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y UNIDO (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial).

De esta manera se demuestra que para el desarrollo de este instrumento es de vital importancia la cooperación del Estado con organizaciones privadas, siendo esta la alianza que determinará el éxito de esta herramienta. Teniendo en cuenta que el Estado propicia las políticas que pondrán en marcha el modelo, mediante las sugerencias propuestas por organismos internacionales y la inversión de la empresa privadas, la asociatividad y el aprovechamiento de condiciones económicas favorables es absolutamente necesario. Iturrioz (2015) añade que a nivel nacional luego de evidenciar el éxito alcanzado por este modelo, el Gobierno Nacional decidió evaluar propuestas para potencializar el desarrollo de los clúster dentro de uno de los sectores más olvidados y con mayor problemática; el sector de la salud.

Dicha herramienta se mostraba con una misión doble que persigue un fin en común; atraer inversión de capital que proyecte el sector salud y al mismo también brinde oportunidades laborales competitivas a la sociedad. Hernández (2014) complementa que los clúster se basan en el desarrollo de posibilidades de exportación de servicios de Salud, que se encuentran actualmente fortalecidos por la alta calidad médica, la adecuada infraestructura hospitalaria, los desarrollos investigativos y el vanguardismo en el tema de trasplantes a nivel internacional. Ya que estos servicios potencializan una oportunidad de generar divisas y una alternativa de desarrollo a los sistemas de salud locales.

El sector de la salud es la muestra fehaciente del alcance inimaginable que ha logrado la compaginación a la economía, en el intento por mejorar las condiciones socioeconómicas y de salud de las personas; siendo la respuesta frente a los problemas físicos que tanto aquejan a la sociedad. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones y en particular en Colombia, la salud está rodeada de ciertos inconvenientes que condicionan su desarrollo y funcionamiento; problemas que van desde el punto de vista económico desde la falta de promoción a nivel

nacional e internacional hasta la puesta en marcha de nuevos modelos de mercadeo alineados a las tendencias del consumidor. Dicha situación ha condicionado en gran medida el crecimiento del sector a nivel nacional, provocando desequilibrios entre las inversiones realizadas por parte del sector público y privado frente a la retribución económica que esperan obtener bajo el precepto de un beneficio económico sostenible.

El uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se ha masificado dentro de diferentes ámbitos, convirtiéndose en herramienta fundamental y en un aliado para la conquista de clientes para los diferentes destinos que se promocionan a través de aplicaciones móviles y de portales web o website (Yejas, 2016). El cambio drástico de las tecnologías para potencializar el crecimiento de un determinado sector es una tendencia que ha tomado por sorpresa a distintas áreas de la economía. En el caso del cluster de Salud de Santander uno de los aspectos clave para lograr un salto de calidad está basado en lograr la atención de los usuarios potenciales, mediante herramientas de mercadotecnia direccionadas a este propósito. Kutchera, Garcia y Fernandez (2014) argumentan que los equipos de mercadotecnia necesitan nuevos conjuntos de habilidades para administrar las tecnologías y los datos implicados en la comunicación con sus clientes. Rastrear, medir y comprender la conducta de los clientes en línea requiere que importantes estructuras de mercadotecnia.

42. Objetivos

42.2. Objetivo general

Definir una Estrategia de Internacionalización del Cluster de Salud del AMB
Mediante Iniciativas de Marketing Digital

42.3. Objetivos específicos

- Examinar las estrategias de marketing digital utilizadas por clúster de salud a nivel nacional e internacional

- Categorizar los segmentos de consumidores y clientes potenciales con miras al fortalecimiento del marketing digital mediante estrategias de alto impacto
- Identificar los canales de comunicación digital idóneos para la consolidación de la estrategia de marketing

43. Estado del Arte

Contexto Internacional

Portas (2011) realizó un importante aporte por medio de una investigación titulada: El Comercio Internacional de Servicios de Salud en México: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. La indagación posee un alto carácter de relevancia, debido a que fue realizada por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), con miras a contextualizar el sector de servicios médicos en el país a través de un análisis DOFA de diferentes variables propias y externas del cluster. El artículo recalca que el impulso de la incipiente inserción de México en la cadena global de valor de servicios de salud no sólo puede generar una derrama importante de divisas, empleo y contribuir a mejorar la calidad de los servicios de salud, sino también a desarrollar actividades de innovación en industrias como la de tecnologías de la información y comunicación (TIC), dispositivos médicos y medicamentos.

Por lo tanto, la industria de la salud en México presenta una excelente oportunidad de generar inmensos ingresos y diversificación de tareas por medio de los servicios en salud; actividades que para diferentes países de América se ha constituido como una apuesta estratégica. El autor recomienda que es pertinente evaluar la conveniencia de pasar de una estrategia que ofrece múltiples servicios a todos los mercados, a una específica de servicios especializados y enfocada con nichos o segmentos de mercado que consideren las ventajas de cercanía geográfica, similitudes culturales con el mercado estadounidense principalmente, recursos humanos y capacidades hospitalarias. Adicionalmente, en materia de promoción y mercadotecnia se recomienda que los hospitales, médicos y coordinadores fortalezcan sus sitios en internet con contenidos que muestren información clara y oportuna, promoviendo

su oferta de servicios mediante revistas especializadas con amplia circulación en mercados internacionales (Portas, 2011).

Contexto Nacional

Posada y Garcia (2015) desarrollaron la investigación titulada: Estrategias de City Marketing Medellín como Método de Apalancamiento del Medellín Health City. En esta indagación los mencionados autores aplican una revisión detallada sobre una importante cantidad de información para determinar el grado de influencia del marketing de ciudad como apalancamiento del cluster de salud de la ciudad. Actualmente Medellín cuenta con estrategias de posicionamiento turístico y de negocios, sin embargo, no es claro se existen estrategias que trabajen conjuntamente con el campo de turismo en salud para posicionar a la ciudad en los mercados extranjeros (Posada y Garcia, 2015).

El trabajo persiguió el objetivo general de identificar la influencia que las políticas y estrategias de city marketing han tenido en el Medellín Health City durante los años 2013 y 2014. Para ello, se dispusieron objetivos específicos direccionados a identificar los principales nichos de mercado a donde se dirige la estrategia marketing de ciudad, indagar sobre el impacto de dichas estrategias en la iniciativa cluster y conocer de manera concisa la estrategia de posicionamiento actual de las entidades correspondientes a dichas tareas. La investigación concluyó que existe una relación de cooperativismo entre el Medellín Convention & Visitors Bureau y el cluster de salud de la ciudad, generando la visibilidad y promoción de la ciudad como un destino de excelencia en este sector. Sin embargo, se hizo presente una disonancia entre las estrategias de marca generadas por la alcaldía de la ciudad y Bureau Convention, las cuales no están sincronizadas de manera conjunta. Por último, la información recabada señala que las estrategias de promoción están dirigidas primeramente al mercado latinoamericano y en menor proporción a países como España y Alemania.

Contexto Departamental

Vargas (2017) desarrolló una investigación titulada: Revisión de Estrategias de Turismo de Salud e Identificación de Aportes para Santander, Colombia. En dicho informe

se destaca que Colombia se presenta como uno de los países con mayor potencial para exportar servicios en los próximos años, en cuanto a turismo de salud se refiere. Principalmente el reconocimiento de sus médicos en diferentes especialidades ha venido aumentando, gracias a su preparación, calidad y relativo bajo costo con respecto a los países de la región. Santander, concretamente con las zonas francas en salud, ha venido alcanzando reconocimiento a nivel latinoamericano. Basado en Hilarion, Suñol, Bañeres y Vallejo (2017) la investigación recalca la importancia de la acreditación de las instituciones prestadoras de servicios de salud frente a nuevas estrategias para el turismo médico, visto bueno otorgado a nivel mundial por la Joint Commission International (JCI).

La certificación y acreditación ante la JCI es un proceso que las organizaciones de salud deben realizar con el fin de certificar su capacidad de prestar servicios de salud de calidad, que garanticen un entorno seguro para el paciente, el personal y las visitas; cabe destacar que este es un proceso al que se someten las instituciones de salud de manera voluntaria. La investigación concluye que, comparando a Bucaramanga y Área Metropolitana con otras ciudades y países, aún se requiere mayor reconocimiento como región y aunque se cuenta con entidades certificadas internacionalmente, es necesario trabajar en equipo con otras entidades prestadoras, el gobierno, agremiaciones y formar recursos humanos para atender el mercado internacional. El esfuerzo de las agrupaciones público-privadas es de carácter fundamental para incentivar y potencializar el crecimiento del cluster de salud del Área Metropolitana de Bucaramanga.

44. Metodología

La presente monografía se encuentra enmarcada dentro de una metodología mixta bajo los postulados de Hernández, Fernández y Baptista (2010) quienes recalcan que dicho conjunto representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas agregando confiabilidad al diseño de estudio al contemplar todas las ventajas de cada uno de los enfoques. Para esta investigación

en específico es de suma importancia traer a colación que el empleo de esta metodología radica en la necesidad de combinar técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos y lenguajes heterogéneos en un solo estudio (Johnson y Onwuegbuzie, 2004).

Otro enfoque de gran valor dentro de la metodología mixta radica en los aportes de Tashakkori y Teddile (2003) quienes sostienen que es viable incluir datos cuantitativos y cualitativos en un estudio en particular o en varios estudios dentro de un programa de investigación. A través de la utilización de esta metodología es posible contrastar los resultados numéricos obtenidos a partir de un análisis determinado con las razones subyacentes que conducen a esos resultados. Así las cosas, es posible obtener una mayor confiabilidad en los resultados, al no permitir fiabilidad absoluta de un solo enfoque y contrastar los razonamientos de la forma más objetiva posible.

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.

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Arias, 2006). En el caso específico del cluster de salud del Área Metropolitana de Bucaramanga es de absoluta importancia la utilización de estos enfoques, con la finalidad de generar información que en segunda instancia sea la base y punto de partida de nuevas investigaciones, entendiendo el componente de importancia de este tema para la región.

Adicionalmente se tiene en cuenta para esta monografía una investigación de carácter no experimental, explicada por Hernández, Fernández y Baptista (2010) como aquella donde no se manipulan deliberadamente variables; es decir, no existe una intención de hacer variar intencionalmente las variables independientes. Los sucesos de estudio son observados tal y como se dan en su contexto natural, para ser analizados a profundidad y comprender la naturaleza de dichos sucesos. De esta manera las informaciones a recabar serán de carácter objetivo, analizando el contexto que rodea al cluster de salud sin alteración alguna bajo los parámetros económicos y sociales que lo abarcan.

45. Resultados

| Cluster | Ranking MTI | Volumen de turistas en salud / ventas | Procedencia de turistas | Estrategia de marketing digital que aplica | Acreditación JCI |
|--|----------------|---|--|---|---------------------|
| Medical Cluster India | 5 | 912.000 turistas en 2012. USD 2.527 millones en 2012 | Inglaterra, Estados Unidos, Canadá | Marca país con énfasis en desarrollo científico | 31 hospitales |
| Programa de Turismo Médico de Filipinas | 19 | 1.7 millones de turistas en 2017. USD 2.000 millones en 2012 | Estados Unidos, Francia, Inglaterra | Pioneros en marketing digital por sitios web especializa dos | 5 hospitales |
| Thailand Competiti veness Initiative | 18 | 2.5 millones de turistas en 2017. USD 1.300 millones en 2008 | Estados Unidos, Australia, Inglaterra | USD 2.98 millones en 2015 para plan de medios global | 48 hospitales |

| | | | | | |
|-------------------------------------|----|--|---------------------------|--|--------------|
| Iniciativa Cluster Salud por México | 29 | 2.1 millones de turistas en 2017. USD 750 millones en 2010 | Estados Unidos, Canadá | Revistas especializadas y campañas de promoción web | 5 hospitales |
| Alemania | 6 | 250.000 turistas en 2017. USD 1.500 millones en 2017 | Polonia, Holanda, Francia | Protocolo especial diseñado por la Oficina Nacional de Turismo | 2 hospitales |

Tabla 1: Matriz de Análisis de contenidos - Clusters de salud a nivel internacional. Elaboración Propia con base en la revisión documental.

La matriz de clusters de salud a nivel internacional refleja importantes resultados de alta conveniencia en la investigación. Es importante resaltar la representación multinivel de los países presentes en la matriz con la intención de fortalecer en forma objetiva el resultado esperado; la diferencia en posiciones dentro del ranking MTI muestra un sinnúmero de condiciones y diferencias que coadyuvan en la construcción de un instrumento universal de alta confiabilidad. En términos de volumen en turistas los cinco países presentados condensan cerca de 5.5 millones de turistas por motivo médicos, con máximos y mínimos en ingresos por ventas de USD 2.527 millones en India y USD 750 millones en México respectivamente.

En concordancia al primer objetivo específico de la investigación, en cuatro de los cinco países estudiados (Tailandia, Alemania, Filipinas y México) se tiene como principal estrategia de marketing digital la construcción de un plan de medios global, utilizando sitios web especializados en el segmento e incluyendo importantes alianzas con el sector público; específicamente las oficinas de turismo de los países mencionados bajo esta estrategia. Dentro de estos parámetros se manejan estrategias como campañas de promoción en redes sociales, sitios web especializados, revistas científicas y demás protocolos internacionales como presstrips y misiones comerciales internacionales.

Por su parte, en una proporción de uno sobre cinco la marca país referente al cluster de salud se manifiesta como una importante iniciativa de marketing digital, retribuyendo un crecimiento absoluto al cluster de salud en India desde la puesta en marcha en esta estrategia. Es importante resaltar y correlacionar que, sintetizando variables, la marca país de India esta asociada al mayor número de ingresos de todos los países presentes en la matriz, por lo que puede inferirse la preponderancia de esta estrategia de marketing digital frente a otras. Uno de los principales fundamentos de la marca país radica en la gran cantidad de hospitales e instituciones de salud con certificación Joint Comission International; 31 hospitales hacen parte de la apuesta país de la India en términos de promoción internacional.

Con relación al segundo objetivo específico de la investigación es de suma importancia categorizar los segmentos y procedencias de turistas potenciales a nivel mundial, con la finalidad de identificar los principales mercados en flujo de turistas y las oportunidades de incluir dichos países en la estrategia de marketing digital que se defina luego de revisar todas las dimensiones relacionadas. Estados Unidos hace parte del top 3 en procedencia de turistas en cuatro de los cinco países presentes en la matriz, únicamente está ausente en el registro de Alemania; este país se ubica como el principal proveedor de turistas al mercado internacional de salud, por lo que la estacionalidad y constancia en los registros de la matriz lo ubica con un país de segmento potencial.

Inglaterra por su parte está presente en tres de los cinco países de la matriz, siendo el segundo mercado en términos de importancia con un registro menos que los Estados Unidos; sorpresivamente está ausente como principal aliado del cluster de Alemania a pesar de la

cercanía geográfica que sostienen. A continuación, Canadá y Francia igualan en una proporción de dos sobre cinco apariciones en la matriz, teniendo como destino de sus nacionales para turismo medico India y México en el caso de Canadá y Filipinas y Alemania en el caso de Francia. Como casos varios de representación única en la matriz aparecen Australia, Polonia y Holanda.

| Cluster | Volumen de ventas turismo en salud | Procedencia de turistas | Estrategia de marketing digital que aplica | Acreditación JCI |
|--------------------------------|--|---|---|------------------|
| Medellin Health City | USD 123 millones en ventas entre 2012-2013 | España, Estados Unidos, Panamá, Venezuela, Caribe | Marca ciudad, integración de las TIC como herramienta de interconexión de información | 1 hospital |
| Salud Competitiva Barranquilla | USD 37 millones entre 2012-2013 | Países del Caribe | Monitoreo remoto de pacientes, incorporando como vehículo fundamental a las TIC | - |

| | | | | |
|---|--------------------------------------|-----------------------|---|------------|
| Mi destino Salud Norte de Santander | USD 6.63 millones entre 2012-2013 | Venezuela, Ecuador | Uso de herramientas tecnológicas y de marketing. En proyecto marca región que aporte valores de confianza y diferenciación. | - |
| Excelencia Clínica Valle del Cauca | USD 4.1 millones en 2014 | Ecuador, España | Fortalecer el acceso a los mercados con metodologías de desarrollo y negocio y estrategias de posicionamiento médico. | 1 hospital |

| | | | | |
|---|------------------------------------|---|--|--------------|
| Iniciativa Cluster de Salud Bogotá D.C | USD 78 millones entre 2012-2013 | Ecuador, España, Estados Unidos, Caribe | Posicionar a Bogotá con un portafolio integral y diferenciado de productos, | 2 hospitales |
|---|------------------------------------|---|--|--------------|

Tabla 2: Matriz de Análisis de contenidos - Clusters de salud a nivel nacional.
Elaboración Propia con base en la revisión documental.

A nivel de cluster nacional son pertinentes los aportes a considerar y adoptar en el proceso de mejoramiento del cluster del Área Metropolitana de Bucaramanga con base en las experiencias de las iniciativas semejantes en el resto del país. Inicialmente en materia de volumen en ventas se maneja un rango máximo de USD 123 millones en el cluster Medellín Health City y un rango mínimo de USD 6.63 millones en el cluster Mi destino Salud Norte de Santander. Si bien es cierto que no son comparables los niveles de ingresos de estas iniciativas regionales con las semejantes en otros países es importante traer a colación que la estrategia cluster en Colombia es absolutamente joven, a pesar de esas circunstancias el crecimiento de las iniciativas a nivel nacional han causado un alto impacto con el pasar de los años.

Respecto al primer objetivo específico de la monografía la matriz de tipo nacional muestra como elemento preponderante de marketing digital el posicionamiento por medio de campañas “marca región” en una proporción de cuatro sobre cinco registros. La iniciativa marca región ha sido parte esencial del éxito del cluster más importante del país (Medellín Health City) y se constituye en la actualidad como el principal proyecto e iniciativa para el desarrollo de las iniciativas Mi destino Salud Norte de Santander, Excelencia Clínica Valle del Cauca e Iniciativa Cluster de Salud Bogotá D.C. En proporción mínima de un registro sobre cinco, se encuentra como estrategia de marketing digital el monitoreo remoto de pacientes por medio de las TIC’s, estrategia desarrollada por el cluster Salud Competitiva Barranquilla.

Es importante recalcar que, en relación a los postulados arrojados por la matriz de tipo internacional, la tendencia de promoción mediante marca país o región está presente en aquellos países donde existe una mayor cantidad de instituciones con certificación Joint Comission International como principal fundamento de apoyo para la promoción. Siguiendo esta línea de tendencias, la iniciativa cluster de Barranquilla no cuenta con ningún hospital o institución que cuente con esta certificación, recalcando la relación estrecha explicada

anteriormente. En términos del segundo objetivo específico existen importantes condiciones a evaluar sobre la procedencia de los turistas que visitan Colombia por temas de turismo en salud y a quienes debe dirigirse directamente las estrategias de marketing digital para la promoción.

Siguiendo los parámetros de relacionamiento con la matriz de tipo internacional es de suma importancia resaltar que únicamente Estados Unidos es el único país que se repite como principal emisario de turistas en turismo en salud tanto en la matriz internacional como nacional, situación por la que de manera inmediata reúne dos condiciones específicas para ser incluido dentro de la estrategia de promoción: numeroso flujo comercial en el turismo en salud mundial e importante relacionamiento con Colombia en dos de los cinco registros de la matriz (Medellín Health City, Iniciativa Cluster de Salud Bogotá D.C). En segundo orden pero no menos importante, existen tres destinos a los cuales se debe apuntar con especial énfasis por el relacionamiento con otros cluster a nivel nacional; tanto los países de la región caribe como España y Ecuador hacen parte en tres de los cinco registros de la matriz nacional siendo importantes segmentos de mercado potencial a los cuales debe dirigirse de igual forma las estrategias de promoción desde un punto específico y estratégico para el aumento de turistas en salud.

Por último países como Panamá y Venezuela también hacen parte en menor medida frente a los otros mercados mencionados, pues solo representan una proporción de un registro sobre cinco pero pueden fundamentarse como mercados contingentes a futuro. Al observar el superlativo potencial que posee el cluster de salud de Área Metropolitana de Bucaramanga, es absolutamente necesario retomar las consideraciones del tercer objetivo específico, con miras a definir el canal idóneo de comunicación para la estrategia de marketing digital una vez definida. De esta manera en resolución del tercer objetivo específico de la investigación se considera de gran aporte brindar información relacionada a estos aspectos de tipo estratégico para el desarrollo sostenible de la iniciativa mediante el uso de canales de comunicación adecuados.

Luego de una amplia revisión de conceptos bibliográficos y teóricos se toman en consideración para esta indagación diversos aportes académicos de alto impacto, los cuales

han surtido efecto siendo monitoreados en un proceso de supervisión por entes públicos y privados reflejando así el comportamiento positivo de los resultados investigativos. Continuando con la metodología planteada mediante la construcción de matrices de análisis de contenido, se presenta a continuación una importante síntesis acerca de los parámetros y etapas que surgen como canales de comunicación para estrategias de marketing internacional, propendiendo por la utilización de dichas técnicas en el corto, mediano y largo plazo.

Es importante tener en cuenta que los canales para la utilización del marketing digital resultan por demás diversos, dadas las continuas evoluciones del sector tecnológico e informático dentro del sistema económico actual. De esta manera y a conveniencia de la investigación los conceptos presentados en la matriz constituyen una relación directa de aplicabilidad frente a la industria de la salud y las iniciativas cluster, razones que hacen de estos pasos y estrategias herramientas de amplia relevancia y pertinencia para afrontar el tema de estudio.

46. Conclusiones

Luego de realizar la discusión de los resultados obtenidos en la investigación y el contraste de los mismos frente al planteamiento del problema, las referencias teóricas y demás componentes esenciales del estudio realizado es preciso concluir que la estrategia de marketing digital para la promoción internacional del cluster de salud del Área Metropolitana de Bucaramanga debe estar enmarcada dentro de la iniciativa “Marca ciudad”, desarrollada a nivel nacional por los clusters Medellín Health City, Mi destino Salud Norte de Santander, Excelencia Clínica Valle del Cauca e Iniciativa Cluster de Salud Bogotá D.C.

Esta iniciativa de marketing digital ha sido la clave fundamental para el desarrollo y crecimiento de iniciativas cluster a nivel nacional e internacional, por lo que luego de la revisión documental realizada es claro verificar que es una estrategia adaptable al contexto de la ciudad debido a que se tienen instituciones de salud certificadas por el Joint Commission International, la infraestructura coherente para el desarrollo de la campaña de marketing digital y el apoyo irrestricto de instituciones públicas y privadas para la consolidación de la iniciativa cluster.

A su vez, debe realizarse el reconocimiento nacional e internacional del cluster en salud del Área Metropolitana de Bucaramanga en momentos que, por primera vez desde su creación, goza del título “mejor iniciativa cluster de valor compartido” galardón que se posiciona como el eje fundamental de la futura estrategia de marketing digital. Adicionalmente luego de discutir los resultados de la matriz de análisis de contenidos se concluye que los principales países potenciales para ser incluidos en el proceso de promoción son Estados Unidos, España, Ecuador, y demás países del caribe; con los cuales se debe reforzar la estrategia mediante misiones comerciales y presstrips.

Referencias Bibliográficas

- Aguilera (2013). *Bucaramanga, capital humano y crecimiento económico*. Centro de Estudios Regionales CEER Cartagena. N° 180 Enero de 2013.
- Alta Consejería para la Reintegración (2008). *Diagnóstico socioeconómico del departamento de Santander*. Bogotá, Diciembre de 2008.
- Caballero-Danell, S., & Mugomba, C. (2007). *Medical tourism and its entrepreneurial opportunities: A conceptual framework for entry into the industry*.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga (2016). Santander Innova. Pg 4.
- De Vicuña Ancín, J. M. S. (2018). *El plan de marketing digital en la práctica*. Esic editorial.
- Delgado y Rodriguez (2010). *El sector de servicios de salud en el área metropolitana de Bucaramanga: Un ejercicio de Prospectiva-Cualitativo*. Pg 10.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (2012). *Datos, cifras y estadísticas: Cuentas departamentales Gobernación de Santander*.
- DNP (2009). Departamento Nacional de Planeación: *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, documento Sectorial Salud*.
- Doing Business Report (2015). *Colombia, nuevo líder regional en el índice Doing Business del Banco Mundial*.
- Franco, A. (2003). *Globalizar la salud*. Gaceta Sanitaria, 17(2), 157-163.
- Hernandez, Fernandez y Baptista (2010). *Metodología de la investigación*. Pg 16, 49.

Gestión del Riesgo en la cadena de suministro de una agencia de aduanas, en pro de su calificación como OEA, estudio de caso

Galindo Cantor, Sebastian¹, Rodriguez Lozano, Gloria²

¹Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, sgalindo@unal.edu.co

²Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, girodriguezl@unal.edu.co

Resumen— Las agencias de aduana en el entorno colombiano son el tercer agente logístico que puede postularse a ser Operador Económico Autorizado (OEA), ante esta situación el análisis de su operación y modelo de negocio requiere de un estudio detallado con el fin de identificar sus retos y el camino que enfrentan en pro de: (i) establecer practicas seguras y fiables a lo largo de su operación; y (ii) sortear un ambiente turbulento de nuevos cambios normativos introducidos por la legislación aduanera.

Así las cosas, la Resolución 4089 de 2018 que introduce los lineamientos OEA para una agencia de aduana, genera que las empresas que deseen optar por esta calificación deban superar un camino de más de 60 requisitos; dentro de los cuales se encuentra la identificación de su cadena de suministro internacional, así como los riesgos inherentes a esta. Por tal motivo, esta investigación aborda el análisis del riesgo en la cadena de suministro de una agencia de aduanas nivel II cuyas oficinas principales están ubicadas en Medellín

Palabras Claves: Gestión del riesgo en la cadena de suministro, Operador Económico Autorizado, Agencia de aduana

Abstract— Customs broker under the Colombian environment are the third agent along the supply chain, which can apply to be an Authorized Economic Operator (AEO). Under this situation, the analysis of their operation requires a detailed study in order to identify their challenges and the path to stablish safe and reliable practices along the operation with the purpose in order to confront a turbulent environment before the new normative changes were introduced by the customs legislation.

Thus, the Resolution 4089 of 2018 that introduces the AEO guidelines for a customs broker generates that companies wishing to opt for this qualification must face a path of more than 60 requirements; within which is the identification of its international supply chain as well as the risks inherent to it. This is why this research addresses the risk analysis in the supply chain of a level II customs agency whose main offices are located in Medellin.

Key Words: Supply chain risk management, Authorize Economic Operator (AEO), Customer Broker

1. Introducción

Las compañías afrontan principalmente dos tipos de riesgo en el intercambio global de mercancías (i) incumplimiento con el pago de impuestos a la importación y (ii) variaciones en los tiempos de desaduanamiento. Ahora bien, para reducir estos riesgos, las compañías suelen acudir a agentes de aduana cuyo papel se ha centrado en la intermediación y representación de las mismas ante la administración aduanera local, con el fin de adelantar los procedimientos necesarios para la libre disposición de la mercancía en destino (Gutierrez, 2005).

En este sentido, se identifica que las agencias de aduana participan a lo largo de la cadena de suministro internacional, en estas actividades: la correcta clasificación arancelaria para determinar los impuestos correspondientes, la elaboración de formalidades aduaneras y la gestión y seguimiento del transporte internacional de la mercancía. En éste orden de ideas, Ximena Gutierrez en su escrito “New role for customs brokers in the international supply chain” en 2005, señala que, es posible interpretar la importancia de las agencias de aduanas al ser el punto de encuentro y de coordinación entre las compañías y la autoridad de control aduanero.

En cuanto a las oportunidades asociadas a los agentes de aduana, vale la pena señalar que éstas tienen una dependencia de su ambiente operacional y el grado de regulación del mismo. La prueba de esto puede apreciarse en el escenario colombiano, donde esta actividad se encuentra altamente regulada y sujeta al cumplimiento de varios requerimientos específicos para obtener el aval de la autoridad aduanera, lo cual, difiere del contexto de Europa y Estados Unidos.

Por otro lado tenemos que, bajo la dicotomía de la legislación aduanera vigente en Colombia, desde el año 2016 estas compañías dejaron de ser un eslabón obligatorio como intermediario

en las operaciones de comercio exterior, puesto que en función de los ajustes normativos realizados según los lineamientos de facilitación del comercio y protocolo de Kioto, se estableció que el declarante de la mercancía será el directamente el beneficiario de la misma (Barreto, 2016).

En este sentido, el desarrollo de programas enfocados a la seguridad de la cadena de suministro como el C-TPAT (Customs Trade Partnership Against Terrorism) y el OEA (Operador Económico Autorizado) impone nuevos retos a los actores que participan a lo largo del proceso de distribución internacional, en vista de la necesidad de trabajo mancomunado que existe entre los diferentes asociados de negocio a través del globo; con el fin de velar por un seguro tránsito de mercancías. Por lo tanto, cada actor interesado en obtener esta calificación, deberá acreditar el cumplimiento de requisitos y características específicas de acuerdo a la estructura de su modelo de negocio, con el propósito de garantizar los estándares que han sido definidos por la autoridad aduanera.

Es por ello que el presente artículo busca identificar la gestión del riesgo en la cadena de suministro en una agencia de aduana ubicada en la ciudad de Medellín; como primer paso en su proceso de calificación como OEA.

2. Estado del Arte

Programas de seguridad en la cadena de suministro

El punto de quiebre del 9/11, generó una ruptura en el significado de seguridad en la cadena de suministro internacional, teniendo en cuenta un antes, donde la autoridad aduanera se limitaba de lleno a las formalidades de importación y revisión física y/o documental de la mercancía, y un después, con el surgimiento de programas público-privados, enfocados a ofrecer altos estándares de seguridad en la cadena de suministro internacional. Lo cual implica una cooperación entre los diferentes operadores de comercio exterior y sus grupos

de interés, aunado a modelos de riesgos y de la cooperación aduana empresa (Peterson, 2008; U.S Customs and Border Protection , 2018).

C-TPAT y Gestión del riesgo

El gobierno americano, mediante su oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP por sus siglas en ingles), lanzó en noviembre de 2001 C-TPAT (Customs Trade Partnership Against Terrorism), como una medida de seguridad para la cadena de suministro y como respuesta a los últimos ataques terroristas. Este programa de iniciativa público-privada, fue diseñado bajo un modelo que busca asegurar la integridad de transporte, carga y documentación de la mercancía (Ojah, 2005; Sheu, 2009; Melnyk A, 2013), siendo su objetivo principal el incremento en la facilitación del comercio, y la protección de la frontera americana de ataques terroristas que pudiesen ser ocasionados por bienes que tuvieran como destino final los consumidores americanos (Gutierrez, 2006).

En el escenario actual, el reconocimiento de una compañía como C-TPAT se logra bajo un trabajo conjunto con sus stakeholders vinculados a lo largo de la cadena de suministro, de los cuales se espera el cumplimiento y el mantenimiento de sus prácticas de seguridad a lo largo de la cadena y en el tiempo. Un aspecto importante de este proceso, consiste en analizar detalladamente y documentar los riesgos de la cadena de suministro, con el fin de identificar los puntos de vulnerabilidad y determinar así, los caminos y las actividades que deben ser implementadas para mitigar los riesgos rastreados. (U.S Customs and Border Protection, 2014) La clave para construir un proceso y análisis de riesgos exitoso, se encuentra en las prácticas y modelo de negocio de cada compañía se adapte a las condiciones definidas por el gobierno (U.S Customs and Border Protection , 2014).

En este sentido, el equipo C-TPAT en 2010 publicó su guía “cinco pasos para la evaluación de riesgos”, que establece una metodología enfocada a identificar los principales riesgos en la cadena de suministro, acorde a los requisitos mínimos para el proceso y evaluación de riesgos analizados por C-TPAT.

Unión Europea, gestión del riesgo

En la Unión Europea, la figura del Operador Económico Autorizado (OEA), se estableció en el Reglamento (CE) No. 1875 de 2006 de la Comisión de la Unión Europea, el cual fue expedido el 18 de diciembre de 2006, modificando el Código Aduanero Comunitario No 2913 de 1992 del Consejo de la Unión, éste código se encontraba vigente a la fecha de expedición del reglamento en mención.

Aquellas compañías que acreditan la implementación de prácticas fiables a lo largo de la cadena de suministro reciben el reconocimiento de Operador Económico Autorizado (OEA). Estatus con el cual pueden acceder a una serie de beneficios y procesos simplificados en sus operaciones de comercio exterior (Comisión de la Unión Europea, 2006).

Agencias de aduana y su rol OEA

Sin perjuicio de lo anterior, el código aduanero europeo también, establece en su artículo 18, la figura del representante aduanero, como “la persona que podrá actuar de forma directa”. Es decir, a nombre del importador o exportador; o indirecta, bajo su propio nombre, para llevar a cabo las formalidades aduaneras.

Entre sus responsabilidades en la cadena de suministro internacional, el representante aduanero según la guía de pautas OEA de la UE, está sujeto al cumplimiento de las siguientes obligaciones:

1. Aplicar las provisiones necesarias, de acuerdo a las reglas de aduana específicas conforme a su tipo de representación para colocar los bienes en libre disposición conforme a los procedimientos aduaneros aplicables
2. Ser responsable por el correcto diligenciamiento de las declaraciones aduaneras y por su oportuno informe.

Las Agencias de Aduanas o Representantes aduaneros, toman un grado de relevancia en el proceso de calificación de OEA en la modalidad de simplificación aduanera para los actores de la cadena de suministro. En vista a lo anterior, los requisitos de simplificación aduanera del artículo 39 del código aduanero de la UE, resaltan el cumplimiento de tener personal apto y con conocimiento profesional asociado a la práctica de negocio de la compañía, se podrá

dar por cumplido este requisito siempre y cuando la administración y manejo de los asuntos aduaneros, se encuentren subcontratados con personal idóneo. (Directorate General Taxation And Customs Union, 2016). En este sentido, los lineamientos y pautas OEA de la UE, determinan que la opción de subcontratar el servicio aduanero se convierte en una ventaja para las pequeñas compañías que, por razones económicas y administrativas, realizan la subcontratación de áreas claves con el fin de adquirir un conocimiento específico que no hubieran podido alcanzar con sus propios recursos.

De esta manera, el apoyo de una agencia de aduanas para llevar a cabo el control y el procedimiento aduanero, se perfila como una opción efectiva en costos para la compañía que planea ser calificada como OEA dadas las condiciones de economía de escala, tecnología y experticia en la materia.

La responsabilidad de validar los aspectos de conocimiento e idoneidad por el tiempo de ejecución de la prestación del servicio de la Agencia de Aduana, recaerá sobre la Compañía, al igual que el acceso de la autoridad aduanera a la información necesaria de la empresa o agente contratado con el fin de validar su experticia y conocimiento al respecto. (Comisión de la Unión Europea, 2006)

UE y gestión del riesgo en el marco OEA

Cada compañía tiene una estructura diferente y propia, que se ajusta a su modelo de negocios. Por lo tanto, el estudio de sus riesgos y gestión es particular para cada caso específico.

En este sentido, la evaluación de la aduana en cuanto al análisis y administración de los riesgos de una compañía solicitante del estatus OEA, comienza con las medidas que la

compañía ha implementado para la prevención de sus riesgos en el entorno de sus procesos. De ahí que, sea pertinente identificar aquellas áreas que no cuentan con una adecuada gestión de riesgos.

Colombia -OEA y Agencias de aduanas

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), da a conocer el programa de Operador Económico Autorizado (OEA) en Colombia, por medio del Decreto 3568 de 2011, el cual perfila el programa OEA, como el máximo operador de seguridad en materia de comercio exterior, así como actor confiable en sus actividades a lo largo de su cadena de suministro. Situación que toma mayor fuerza con la expedición del Decreto 390 de 2016, fundamentado en las recomendaciones del protocolo de Kioto, como el marco normativo para asegurar y facilitar el comercio (SAFE) de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y los compromisos de facilitación de comercio que trazan los lineamientos de la ley marco de aduanas. Vale la pena advertir que el Decreto 390 de 2016 representa el punto de inflexión para la actuación de las agencias de aduana y consolidación del programa OEA. Lo anterior teniendo en cuenta que con su expedición se modificó la concepción de declarante; es decir, la responsabilidad del mismo ante la autoridad aduanera. Bajo el marco de la nueva legislación, el declarante sería el tenedor de las mercancías, sin importar la cuantía de las mismas. Por lo tanto, el rol de las agencias de aduana migró para identificarlas como un actor de soporte, no obligatorio, para llevar a cabo los procedimientos administrativos y necesarios para cumplir con la importación y exportación de las mercancías. Cabe señalar que ésta iniciativa, dejaría la decisión final del uso, o no, de las agencias de aduana en los responsables de las operaciones de las compañías demandantes.

Ahora bien, además del cambio y noción del declarante con la nueva regulación aduanera, tenemos que el 28 de mayo de 2018, el gobierno nacional expide la Resolución 4083, sobre la cual, se amplía el programa de OEA para agencias de aduana, identificando 72 requisitos que serán evaluados por la autoridad aduanera y la policía nacional; que permiten reconocer, que las actividades realizadas por estos actores, son seguras a lo largo de su cadena de suministro, garantizando así su calificación como OEA, siendo ésta, una ventaja competitiva

para sus clientes.

3. Metodología del estudio

El presente estudio, exige un método de investigación que capte información cualitativa detallada, en vista de la novedad del tema objeto de estudio. Por ende, se eligió una “metodología fenomenológica, que combina el estudio de caso con el análisis estructural” (Yin, 2013); y se optó por un estudio exploratorio-descriptivo, con diseño holístico de caso único, con el fin de caracterizar los aspectos relacionados con la gestión del riesgo, asociados a la cadena de suministro de la agencia de aduana objeto de investigación.

Este método, hace uso de diferentes fuentes de información, las cuales se estudian para garantizar la validez y confiabilidad del trabajo. Por lo tanto, se acude al uso de fuentes primarias, como el uso de “entrevistas convergentes” (Dick, 2017). Éstas se emplean como un instrumento que permite abarcar temas relativamente nuevos y poco estudiados. En este sentido, este tipo de entrevista “se caracteriza, por tener una estructura flexible, al igual que el diseño de la misma, que es aplicable a varios actores al mismo tiempo, generando puntos de discusión” (Driesdger, 2008).

Con el fin de identificar las características asociadas a la gestión del riesgo en el marco OEA para la empresa en cuestión, se acudió a entrevistar a los diferentes encargados de su operación en las oficinas de Cartagena, Barranquilla, Buenaventura, Ipiales, Medellín y Bogotá al igual que el personal administrativo de la compañía.

Las entrevistas realizadas se codificaron con el propósito de identificar los factores que generan un alto riesgo en cada operación y que impactan la gestión de la agencia de aduana a lo largo de su cadena de suministro. Finalmente, para estar acorde con la práctica ética y moral del presente documento, se realizó un acta de consentimiento dirigida a los actores entrevistados.

4. Resultados

Uno de los primeros pasos que una agencia de aduanas debe seguir a lo largo de su operación y camino para ser calificada como OEA, es identificar su cadena de suministro con el fin de identificar sus riesgos e identificar quienes son sus asociados de negocio. Frente a la empresa en cuestión, se logró identificar que su operación se desarrolla principalmente en zona aduanera primaria (puertos, aeropuertos y zona de frontera), y que el servicio que ella presta se restringe al cumplimiento de las formalidades aduaneras; sin que esto tenga que ver con la prestación de servicios de transporte internacional de la mercancía o desplazamiento en el territorio aduanero nacional de la misma.

Por otra parte, frente a los servicios que oferta la compañía, se pudo evidenciar que el flujo de la mercancía gestiona la compañía tiene dos caminos: (i) la entrada de bienes desde el resto del mundo al territorio aduanero nacional (importación) y (ii) la salida de bienes del territorio nacional al resto del mundo (exportación). Situaciones que al ser diferentes, derivan en dos cadenas de suministro que si bien comparten actores experimentan riesgos disimiles.

- **Cadena de Suministro en la importación de bienes**

La operación de la compañía comienza cuando el cliente o importador contacta a la agencia de aduana, con el objetivo de otorgarle un mandato aduanero que la faculta para: (i) adelantar las gestiones requeridas por la autoridad aduanera para autorizar el ingreso de las mercancías al país y (ii) efectuar el pago de los impuestos aplicables a la importación. En función de lo anterior, se han identificado los siguientes actores en la cadena de suministro:

- **El cliente:** Es quien inicia el proceso, al tener que cumplir con las formalidades aduaneras y con la presentación de la mercancía ante la autoridad correspondiente. Este llega a la compañía de dos formas (i) directamente al área de gestión de la empresa o (ii) a través generadores: agentes de carga, operador logístico, etc. Los documentos que suministre el cliente a la agencia de aduana servirán para determinar tanto las restricciones administrativas

a la que los bienes estén sujetos, como el procedimiento a seguir. Ejemplo de ello, es la presentación de declaraciones anticipadas o consecución de permisos y vistos buenos, para evitar demoras en la operación y costos de bodegaje en puerto.

- **Transportador (marítimo, aéreo o terrestre):** Es el responsable Coordinar y organizar embarques, consolidar carga de exportación, desconsolidar carga de importación y emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad, cuando corresponda. Este punto de la cadena se considera crítico, al ser el primero en el cual la agencia de aduanas puede tener conocimiento de diferencias en peso y cantidades.
- **Puerto de llegada:** En este punto, la agencia ya debe contar con la totalidad de los documentos soportes que amparan la operación. La mercancía ha sido puesta a disposición de la autoridad aduanera y si es el deseo del importador, se realiza un proceso de inspección previa con el fin de identificar irregularidades y/o diferencias entre la carga y los documentos, puesto que esto podría conllevar sanciones e incluso aprensión de la mercancía.
- **Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN):** Como autoridad aduanera en puerto y encargada de velar por el cumplimiento de la normatividad aduanera, mediante el desarrollo de inspecciones físicas y revisiones documentales.
- **INVIMA:** Autoridad sanitaria y fitosanitaria encargada de inspeccionar y controlar el ingreso y salida del país de alimentos, medicamentos y cosméticos dentro de otros; su inspección en puertos incluye actividades como toma de muestras y análisis de productos que sean sospechosos y que se considere puedan afectar a la población.
- **ICA:** Autoridad encargada de controlar temas agrícolas y pecuarios como riesgos zoonosarios en los procesos de importación y exportación.
- **Deposito Habilitado o Zona Franca:** Al llegar la mercancía a puerto, esta puede ser almacenada en depósitos habilitados públicos, mientras la agencia de aduanas lleva a cabo el trámite de la declaración de importación y el debido pago de impuestos. En este lugar la mercancía podrá durar un mes, prorrogable por el mismo tiempo; si la mercancía debe

cumplir con algún proceso de marcado o etiquetado entre otros, esta podrá ser manipulada por agentes portuarios o tropas de trabajo contratadas por la agencia de aduana. Ahora bien, en situaciones específicas la mercancía llega a puerto bajo una operación de tránsito multimodal con destino a zona franca; situación ante la cual la agencia de aduana previa advertencia del importador, da gestión al informe de continuación de viaje con el fin de terminar la modalidad de la operación.

- **Transportador Nacional:** Finalizada la gestión, aceptación y levante de la declaración de importación, la mercancía es entregada al transportador que el importador determine para que sea entregada en las bodegas o punto acordado. Si bien, este servicio no es ofertado directamente por la compañía, si hace parte de la cadena de suministro; puesto que es el cierre de la operación al quedar la mercancía en libre disposición.

En la Tabla 1 se presentan los riesgos de la operación de la empresa objeto de análisis y propuesta de mitigación.

Tabla 1 Riesgos en la cadena de suministro de importación en una agencia de aduana.

| Riesgo | Mitigación |
|---|---|
| Información incompleta o con datos erróneos en los documentos soporte entregados por el cliente | <p>Establecer procedimiento y medida de control al recibir los documentos.</p> <p>Revisión oportuna a la recepción de los documentos entregados, con el fin de identificar diferencias, inconsistencias y acciones a tomar.</p> |
| Errores en los documentos entregados por el agente de carga internacional | <p>Establecer medidas de control y verificación de los documentos soporte con los declarados por el transportista.</p> <p>Tener procedimientos establecidos para identificar inconsistencias en la carga.</p> |
| Contrabando | <p>Practica de Inspecciones previa.</p> <p>Chequeo y revisión de sellos de seguridad idóneos.</p> <p>Procesos con el fin de identificar situaciones sospechosas.</p> |
| Falencias en el conocimiento y aplicación de la norma aduanera | <p>Capacitación continua a lo largo de la compañía en materia aduanera y de riesgos</p> <p>Planes de sensibilización.</p> |
| Falta de control en el manejo de la información sensible | <p>Establecer controles de manejo de información.</p> <p>Crear cultura de espacios sin papel, con el fin que la información se maneje en la red y que eviten la perdida de documentos.</p> |

| | |
|--|--|
| Falta de control en el acceso a dispositivos electrónicos | <p>Establecer restricciones y procedimientos para el uso de medios magnéticos en la compañía.</p> <p>Establecer una política de cambio de claves de seguridad para acceso a los computadores de la compañía.</p> |
| Falta de control de asociados de negocio, como por ejemplo los terceros que intervienen en proceso de desaduanamiento. | <p>Establecer planillas de control de las cuadrillas que sirven para el cargue y descargue del contenedor.</p> <p>Establecer políticas para la firma de acuerdos comerciales como asociados de negocio basado en el conocimiento del cliente y de sus instalaciones.</p> |
| Tráfico de armas | <p>Establecer medidas de control y revisión detallada de los medios de transporte y de los sellos de seguridad de las unidades de carga.</p> <p>Identificar al personal asociado directamente con la mercancía.</p> |

Fuente: Creación propia

- **Cadena de suministro en la exportación de bienes**

Esta cadena tiene un comportamiento inverso a la de la importación, en vista de que los bienes se pueden encontrar a lo largo del territorio nacional y deberán desplazarse hacia los puntos de salida o zonas primarias con el fin de que pueden ser debidamente despachados. Esta operación para la compañía se basa en la gestión de los documentos

de la operación, mas no en realizar la contratación del transporte hacia puerto, bodegajes y reserva del transporte internacional.

En este sentido los actores de la cadena de suministro en un proceso de exportación para una agencia de aduana son:

- **Ciente:** En el mismo sentido de la importación, el cliente da inicio a la cadena de suministro de la compañía al generar la necesidad y adquirir el servicio de intermediación aduanera de la compañía. En esta situación se conoce la ubicación de la mercancía, la cual suele ser las instalaciones del cliente, esta debe ser transportada a puerto con destino el resto del mundo.
- **Transportador:** Será el responsable del desplazamiento de la mercancía desde el punto en donde se encuentre y hasta al puerto de salida, bajo disposición restringida de la autoridad aduanera y con el lleno de los documentos soporte. Si bien el servicio no es prestado directamente por la compañía, la agencia de aduanas a través de alianzas estratégicas hace la prestación del servicio.
- **Puerto:** Punto de finalización del transporte, en estos momentos la mercancía se encuentra bajo control aduanero en zona primaria, bajo disposición restringida, la mercancía estará sujeta a inspección física o documental. Situación en la que la agencia de aduana debe estar presente frente a los requerimientos de la autoridad y gestionar los mismos. (Al igual que en la cadena de importación, la DIAN, ICA, INVIMA y la policía antinarcóticos son actores claves en este punto).
- **Deposito o Zona Franca:** En zona primaria la mercancía puede ser objeto de ser almacenada mientras se cumple el periodo de cargue o la llegada del medio de transporte correspondiente. En el mismo sentido la agencia de aduana deberá realizar la gestión correspondiente para cumplir con las formalidades de ingreso al depósito o a la zona franca. Es importante recalcar que estos servicios son prestados por la compañía por medio de aliados estratégicos o terceros que pueden ser recomendados por el cliente directamente.
- **Transportador Internacional:** El agente de carga o transportador internacional es el encargado de cerrar la cadena de suministro al momento en que la mercancía ha sido cargada

en su totalidad, se obtiene el documento de transporte correspondiente y se realiza el cierre de la declaración de exportación

En la Tabla 2 se presentan los riesgos de esta operación de la empresa objeto de análisis y propuesta de mitigación

| Riesgo | Mitigación |
|--|--|
| Narcotráfico | <p>Establecer política para conocimiento del cliente y de la mercancía que será objeto de exportación.</p> <p>Realizar acuerdos de seguridad con aliados estratégicos.</p> <p>Establecer políticas robustas de conocimiento del cliente.</p> |
| Lavado de activos y financiamiento del terrorismo | <p>Establecer políticas y controles de los documentos de la operación como de reporte de inconsistencias</p> <p>Conocimiento del cliente.</p> <p>Establecer medidas de control y trazabilidad de la operación.</p> |
| Falta de control del medio de transporte entre bodega y zona aduanera primaria | <p>Establecer medidas de control documental y físico para identificar diferencias o actividades sospechosas en la mercancía.</p> <p>Realizar acuerdos de seguridad con los aliados estratégicos.</p> <p>Establecer medidas para tener la trazabilidad de la operación.</p> |
| Incumplimiento en el servicio | <p>Revisión de las causales de incumplimiento y trabajo para el cierre de brechas entre el servicio esperado y el prestado.</p> <p>Capacitación del personal en materia de servicio al cliente</p> |

| | |
|---|--|
| | como de normatividad aduanera. |
| Falta de control con los operadores logísticos de puerto en operaciones de cargue y descargue | Establecer lineamientos y política enfocadas a la prevención de riesgo en la actuación de operadores logísticos con la mercancía, en su proceso de cargue, descargue y manipulación en puertos. Firmar acuerdos mínimos de seguridad con sus aliados estratégicos que prestan los servicios conexos a la agencia de aduana. |

Fuente: desarrollo por el autor

5. Conclusiones

El entorno global de las operaciones y la facilidad del intercambio de mercancías hoy en día, genera que las compañías desarrollen planes de mitigación de riesgos y de continuidad de negocio, esto con el fin de responder ante las necesidades de un mercado cada vez más exigente y con acceso a la información.

De acuerdo con este análisis, la implementación de iniciativas de programas publico privadas que comenzó bajo un modelo netamente voluntario, se ha convertido con el tiempo en modelos de obligatoriedad intrínseca a lo largo de los actores de la cadena de suministro. Así las cosas, quien obtenga este reconocimiento está sujeto a mayores beneficios, tanto aduaneros como tributarios en el caso colombiano.

En el contexto actual del mercado colombiano, las practicas asociadas a análisis de seguridad y gestión del riesgo en la cadena de suministro han estado ligadas a certificaciones como BASC e ISO 28.000 y 28.001; sin embargo con la adopción del programa OEA en Colombia, las compañías afrontan nuevos retos en pro de fortalecer sus prácticas en materia de seguridad a lo largo de la cadena de suministro internacional, en vista de la auditoria rigurosa que realizan las entidades para poder otorgar este reconocimiento.

Ahora bien, el programa de OEA para agencia de aduanas representa un nuevo reto para las más de 177 agencias de aduana nivel 1 y 2, que para febrero de 2019 registraba la subdirección de gestión de registro aduanero de la DIAN; en vista del cambio de concepción del declarante en la nueva regulación aduanera. En observancia de que a lo largo del tiempo los importadores y exportadores calificados como OEA que deseen seguir haciendo uso de las agencias de aduana, buscarán que estas también tengan procesos seguros o estén calificadas como OEA; con el fin de resguardar la seguridad a todo lo largo de su cadena de suministro.

Ahora bien, a diferencia de los programas de Estados Unidos y Europa que han desarrollado

modelos de evaluación de gestión de riesgos en el marco de sus programas, en Colombia no hay lineamientos al respecto, más allá que la normatividad expedida por la autoridad aduanera que refieren el cumplimiento de unos requisitos.

En este sentido, se ha identificado que la compañía posee riesgos directos de su operación asociados a una falta de organización y gestión eficiente de los documentos soportes de cada operación, como falencias en la seguridad de la información, como riesgos indirectos asociados a la actuación de sus asociados de negocio como lo es el transportador internacional.

Por consiguiente, la propuesta de mitigación de los riesgos se encuentra enfocada a propuestas de mejoramiento interno en los procesos de la compañía y un proceso de sensibilización de los funcionarios de las diferentes áreas de la agencia de aduana.

6. Recomendaciones

Si bien la gestión de riesgo en la cadena de suministro, carece de estudios y análisis específicos para el contexto latinoamericano (Balk, 2017), el presente trabajo queda como una referencia de la materia como un caso aplicado. En tal sentido se recomienda el seguir esta línea de investigación, la cual toma mayor relevancia en el contexto empresarial latino en función de los cambios en los paradigmas actuales en materia de seguridad en la cadena de suministro con la implementación de los programas OEA, la firma de acuerdos de reconocimiento mutuo (ARM) y los lineamientos de facilitación del comercio.

7. Bibliografía

Balk, O. (2017). Supply Chain risk management research agenda . *Businnes Process Management Journal* , 567-588.

Barreto, T. (2016). La Responsabilidad del declarante en la nueva regulación administrativa

. En

J. Barbosa, *Regulación Aduanera* (págs. 279-299). Bogotá: Instituto Colombiano de Derecho Tributario & Instituto Colombiano de Derecho Tributario .

Comisión de la Unión Europea . (13 de 12 de 2006). REGLAMENTO (CE) No 1875/2006 DE LA COMISIÓN. UE.

Dick, B. (2017). *Convergent Interviewing essentials*. Australia. Recuperado el 02 de 10 de 2018, de <http://www.aral.com.au/resources/coin.pdf>

Directorate General Taxation And Customs Union. (2016). *Authorize Economic Operator Guidelines*. Brussels: European Commission. Recuperado el 04 de 01 de 2018, de https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/customs/policy_issues/customs_security/aeo_guidelines_en.pdf

Driesdger, M. (2008). Convergent Interviewing. En *The SAGE Encyclopedia Qualitative Research Methods* (págs. 125-127). California USA: SAGE Reference Publication.

Gutierrez, X. J.-P. (2005). New role for customs brokers in the international supply chain. *The First International Conference of Transportation Logistics*, (págs. 1-16). Singapore.

Gutierrez, J. H. (2006). Voluntary Supply Chain Security Programs: a systematic comparison. *The international conference on information systems, logistics and supply chain* (pág. 12). Lyon France : Cross border research association ; EPFL ; HEC Laussane .

Melnyk A, R. W. (2013). The case of the C-TPAT border security initiative: assessing the adoption /persistence decisions when dealing with a novel institutionally driven administration innovation. *Journal of Business Logistics*, 289-300.

Ojah, M. (2005). Securing and Facilitating Trade through US Land Borders: Critical Analysis of C-TPAT and FAST Programs. *Journal of the transportation research board*, 30-37. doi:<https://doi.org/10.1177/0361198105193800105>

Peterson, A. T. (2008). The post 9/11 global framework for cargo security. *Journal of International Commerce and Economics*, 1-30.

Sheu, L. L. (2009). A voluntary logistics security program and international supply chain partnership. *Supply Chain Management: An International Journal*, 363-374.

U.S Customs and Border Protection . (2014). *C-TPAT'S five steps risk assessment*. Washington DC:
U.S Customs and Border Protection office of field operation C-TPAT program .

U.S Customs and Border Protection . (18 de 09 de 2018). *CTPAT: Customs Trade Partnership
Against Terrorism* . Obtenido de [https://www.cbp.gov/border-security/ports-entry/cargo-
security/ctpat](https://www.cbp.gov/border-security/ports-entry/cargo-security/ctpat)

Yin, R. (2013). *Case Study Reserch*. London: SAGE Publications.

CARÁCTERIZACIÓN Y MEDICIÓN DE LA INCLUSIÓN LABORAL DE JÓVENES, MUJERES E INMIGRANTES EN LAS EMPRESAS B URUGUAYAS

Dra. Silvia Facal
sfacals@gmail.com
Universidad de la Empresa

Abstract *The companies B or companies with purposes have had, from the moment in which they began to be certified a decade ago, a great growth in the world and specifically in Latin America. It is noteworthy the strong social and environmental commitment reflected in various initiatives to improve problems such as the employment of young people, women and immigrants. The fundamental purpose of the proposed research is to characterize and measure the impact, in the community, of B Uruguayan companies, when including young people, women and immigrants. To understand the problems addressed in this research and achieve a thorough understanding of the problems of labor insertion presented by three vulnerable social like young people, women and immigrants in Latin America in general and Uruguay in particular, and the work that comply with the B companies to solve it, we have turned to referring authors in the matter. This research has an exploratory and descriptive scope accompanied by a mixed methodological approach with a predominance of the quantitative approach over the qualitative one. The methodological techniques used are the secondary statistical sources, the survey, which measures the impact of companies B on the inclusion of young people, women and immigrants in the labor market, interviews with experts and content analysis.*

Key-words: *labor inclusion / youth / women / immigrants/companies B/ Uruguay*

Resumen *Las empresas B o empresas con propósitos, han tenido, a partir del momento en el cual las mismas comienzan a certificarse hace una década atrás, un gran crecimiento en el mundo y de forma concreta en América Latina. Es destacable el fuerte compromiso social y medioambiental que presentan reflejado en diversas iniciativas para la mejora de problemas como el de la inserción laboral de los jóvenes, las mujeres e inmigrantes. El propósito fundamental de la investigación propuesta es la de caracterizar y medir el impacto, en la comunidad, de las empresas B uruguayas, a la hora de incluir laboralmente a los jóvenes, a las mujeres y a los inmigrantes.*

Para encuadrar la problemática tratada en esta investigación y lograr una cabal comprensión sobre los problemas de inserción laboral presentados por tres actores sociales vulnerables como los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes, a nivel de América Latina en general y de Uruguay en particular, y la labor que cumplen las empresas B para solventarla, hemos recurrido a autores referentes en la materia.

Esta investigación tiene un alcance exploratorio y descriptivo acompañado de un abordaje metodológico mixto con un predominio del enfoque cuantitativo sobre el cualitativo. Las técnicas metodológicas utilizadas son las fuentes secundarias estadísticas, la encuesta, a través de la cual se mide el impacto de las empresas B en la inclusión de jóvenes, mujeres e inmigrantes en el mercado laboral, las entrevistas en profundidad a expertos y el análisis de contenido.

Palabras clave: *inclusión laboral/jóvenes/mujeres/inmigrantes/empresas B/Uruguay*

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas B forman parte de las denominadas “empresas híbridas” o “empresas con propósitos” (Haigh & Hoffman, 2012). Se trata de una concepción nueva de empresa a través de la cual no sólo se busca el lucro sino también cumplir con intereses no financieros cuyo cometido sería el de crear impacto positivo en la comunidad y en el medioambiente como el perseguido por las instituciones encuadradas dentro del denominado marco de economía social o Cuarto Sector (Giddens, 1991). Al mismo tiempo, este tipo de empresas operan con altos estándares de gestión y transparencia. Se trataría, por lo tanto, de un tipo de organización a mitad de camino entre las llamadas organizaciones de interés público, como las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) las instituciones públicas y las Organizaciones sin Fines de Lucro (OSFLs), y las de interés privado, como las empresas tradicionales, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Filantrópica o como Valor Compartido, en donde, por ejemplo, la RSE forma parte de su modelo de negocios y no es un área separada (Gatica, 2012).

Figura 1. Tipología de las organizaciones



En la actualidad este tipo de empresas pueden certificarse a través de *B Lab* de Estados Unidos, una organización sin fines de lucro encargada de corroborar que las mismas hayan cumplido con rigurosos estándares de desempeño, rendición de cuentas y transparencia social y ambiental (Isasmendi Escudero, 2015) como se puede apreciar en la figura 2.

Un hecho diferencial de este tipo de empresas es su búsqueda constante de un trato justo hacia los empleados y, al mismo tiempo, tratan de cubrir sus necesidades teniendo en cuenta sus competencias. Junto con lo anterior buscan beneficiar a la comunidad en la generación de empleos de calidad. A la hora de certificar a una empresa como B se tienen en cuenta ambos factores (Polcaro, 2018⁴³).

El proceso de certificación es largo y requiere de una carga administrativa importante y, además, en muchos países, como Uruguay, la certificación no tiene aún respaldo legal, aunque el tema ya se está discutiendo en el Parlamento uruguayo en donde se ha presentado un proyecto de ley de Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) (Roa, 2017⁴⁴). En el artículo 3° del citado proyecto se hace hincapié en que “para adoptar el régimen BIC, las sociedades o fideicomisos deberán incluir en su estatuto o contrato de constitución, la obligación de generar un impacto social y ambiental, positivo y verificable, además de los requisitos exigidos por las normas de aplicación particular” (Proyecto de ley BIC, 2017). Lo establecido en el artículo 3° del citado proyecto de ley va de la mano con las exigencias del proceso de certificación.

En un mercado laboral en constante cambio y con importantes brechas en cuanto al acceso al trabajo como el de América Latina y en el caso concreto de Uruguay, se hace necesario dar el citado apoyo a las nuevas iniciativas empresariales generadoras de empleo de calidad y fuertemente comprometidas con los problemas sociales y/o medioambientales, como son las empresas B en las cuales, a la hora de certificarse, se mide su impacto, por ejemplo en el área vinculada a las condiciones laborales de sus trabajadores y también en la de su impacto para con la comunidad.

A pesar de que la economía de América Latina y más específicamente la uruguayana han tenido un vertiginoso crecimiento en la última década, por lo menos hasta 2015 (Cepal, 2017), se puede afirmar continúan persistiendo las brechas entre grupo de edad, género e incluso entre las poblaciones inmigrantes en el acceso a empleos de calidad (ECH-INE, 2018). No se debe olvidar que la inserción laboral es un eje de la integración social de las personas y por tal

⁴³ Entrevista a experta.

⁴⁴ Entrevista a experta.

motivo, resulta necesario un igual acceso al mismo independientemente de la edad, el género o el origen nacional.

En este contexto de difícil acceso al mercado laboral por parte de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes latinoamericanos en general y de los uruguayos en particular, las empresas B se presentan como un nuevo modelo de negocios preocupadas por la creación de empleo y la mejora de la calidad del mismo no sólo a través de su propio ámbito de actuación sino también influenciando, de forma positiva, en otras empresas y actores sociales generadores de empleo. En este estudio preliminar se pretende indagar sobre la caracterización y la medición del impacto de las empresas B a la hora de incluir a los jóvenes, a las mujeres y a los inmigrantes, tres de los actores sociales más vulnerables a la hora de acceder al mercado laboral actual.

2. MARCO TEÓRICO

En este apartado vamos a presentar la principal literatura guía de la investigación sobre la integración laboral de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes en las empresas B del Uruguay.

Al tratarse de un tema de reciente investigación en nuestro país, por parte de la academia, se ha procedido a realizar un trabajo exploratorio de los diferentes estudios publicados sobre las empresas B y su funcionamiento a nivel global, gracias al cual podremos encuadrar el funcionamiento de las mismas en nuestro país. Junto con ello se optó también por tener un acercamiento a la literatura específica sobre la integración laboral de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes en el mercado laboral en América Latina y de forma más específica en Uruguay.

Para comprender el origen, el alcance y el funcionamiento de las empresas B a nivel global como un nuevo modelo de negocio nos basamos en autores como Ryan Honeyman (2015)⁴⁵ y en su “Manual para empresas B. Negocios como fuerza positiva para mejorar el mundo”.

⁴⁵ Existe una versión actualizada en inglés de 2017.

En el mismo este autor muestra el funcionamiento de las empresas B en la economía y nos adentra en el sistema de evaluación para poder formar parte del movimiento B. Nos basamos también en otros autores tanto anglosajones como latinoamericanos para poder adentrarnos con mayor precisión en el estudio y comprensión de esta nueva realidad económica. A modo de ejemplo, Suntae, Matthew, Karlesky, Myers y Schifelign (2016) en un artículo titulado “Why companies are becoming b corporations” nos muestran justamente cómo determinadas empresas se han convertido en empresas B debido a su fuerte compromiso social y medioambiental y cómo surgió este proceso a nivel mundial. Siguiendo esta misma tónica otros autores como Haigh y Hoffman (2012) definen en qué consiste este nuevo tipo de empresas a las cuales denominan “híbridas” por encontrarse a mitad de camino entre las empresas tradicionales y las ONGs. Gatica (2012) es otro investigador que realiza una presentación sobre el significado del denominado Cuarto Sector y en concreto habla de la creación de un marco de políticas públicas para el mismo. No podemos dejar de nombrar a otros dos referentes para comprender este movimiento B y que son anteriores al mismo, como el sociólogo Giddens (1991) con su obra “Modernity and self-identity: self and society in tje Late Modern Age”, fundamental para entender los pilares de funcionamiento de la economía social como antecedente del movimiento B y Freeman quien en 1984 hizo ya referencia a todos aquellos actores afectados (Stakeholders) por las actividades de una empresa. Estos grupos interesados, según Freeman, deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios, como ocurre con las empresas B.

Acompañando a los referentes teóricos contamos también con la aportación de más de 20 tesis de fin de carrera y de maestría y otros trabajos académicos de investigación, enfocados en el estudio de las empresas B. Entre otros destacan las tesis de Sofía Isasmendi Escudero sobre “La certificación de Empresa B como herramienta idónea para empresas híbridas” presentada en la Universidad de Buenos Aires, la de Denise Camou sobre “Sistema B, ensanchando el camino hacia una nueva economía” defendida en la Universidad Politécnica de Valencia, la de Claudio Tapia y Pedro Zegers sobre el “análisis descriptivo de las empresas B en Chile”. Sumadas a las mismas tenemos también los resultados de trabajos de investigación como los de Abrmovay, Correa, Gatica y Van Hoof (2013) sobre “nuevas

empresas, nuevas economías: empresas B en Sur América” en donde se analiza el potencial de promover Empresas B en países como Brasil, Colombia y Chile a partir del análisis de ecosistemas de mercado y presentando diversos estudios de caso, y, de este modo, proponer una estrategia operativa para los articuladores que promueven las Empresas B en América Latina.

Para comprender con mayor profundidad la problemática vinculada a la baja inserción de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes no sólo en empleos de calidad en América Latina, y en concreto en Uruguay, sino en el mercado laboral en general, nos basamos en los aportes realizados por varios autores. Así, Weller (2007), por ejemplo, estudia las características, tensiones y desafíos de la inserción laboral de los jóvenes en América Latina, como preámbulo a una adecuada comprensión de esta realidad. Abadala (2004) realiza también un exhaustivo análisis de la situación laboral de los jóvenes en América Latina y, además, se adentra en la evaluación de los programas de capacitación laboral existentes para los jóvenes sudamericanos como paliativo a sus problemas de inserción en un mercado de trabajo cambiante. Sabramo (2004) realiza de forma más específica un análisis de la inserción laboral de las mujeres jóvenes y las mujeres en general en América Latina y concluye en que la misma se produce de una forma secundaria o muy marginal. La CEPAL, con relación a la integración laboral de los trabajadores inmigrantes en América Latina, publicó en 2017 los resultados de una investigación en los cuales da cuenta de su difícil acceso a empleos de calidad en una coyuntura regional de aumento del desempleo. Centrándonos concretamente en el caso uruguayo nos basamos, por un lado, en un reporte publicado en 2013 por el Ministerio de Desarrollo Social en donde se exponen las principales características del denominado Uruguay Social en donde se hace hincapié en la baja inserción tanto de los jóvenes menores de 25 años como de las mujeres en general en el mercado laboral del país, y, también, en un informe del Sistema de Información de Calidad Laboral (SICLAB, 2018) sobre las condiciones laborales de inmigrantes y nativos.

En el caso específico de la integración laboral de jóvenes, mujeres e inmigrantes en las Empresas B aún no contamos con estudios de cierta envergadura salvo excepciones como el informe publicado por la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño de Chile

sobre la “Participación de las mujeres en cooperativas y empresas de la economía social” publicado en 2015 y la investigación que se viene realizando desde Academia B titulada “Promoviendo el impacto de las Empresas B en oportunidades sociales y económicas para jóvenes y mujeres de América Latina”.

Toda la literatura expuesta acompañada de otra que iremos abordando y analizando a lo largo del trabajo de campo de la investigación que aquí presentamos, ayudan a tener una mayor comprensión de la problemática, tanto de los jóvenes como de las mujeres y los inmigrantes, a la hora de lograr insertarse en el mercado laboral de América Latina y en particular en Uruguay. Igualmente, nos permiten adentrarnos en los retos de revertir esta situación y tener en cuenta lo que un tipo de empresas, como las B, fuertemente comprometidas con los problemas sociales y medioambientales, están llevando a cabo para poder ayudar a revertir la situación problemática abordada en esta investigación. Gracias a sus aportes estaremos en condiciones de buscar soluciones y proponerlas, junto con el trabajo de campo que nos encontramos realizando, a los problemas de inserción laboral de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes en América Latina y de forma específica en Uruguay.

3. METODOLOGÍA

Para dar cabal cumplimiento al propósito de esta investigación a la hora de indagar lo relacionado con la caracterización y la medición del impacto de las empresas B de Uruguay a la hora de incluir a los jóvenes, a las mujeres y a los inmigrantes, hemos optado por la realización de una investigación de alcance exploratorio y descriptivo (Hernández Sampieri et. Al, 2016). Exploratorio, porque se busca abordar un tema poco estudiado hasta el momento en Uruguay debido a la reciente aparición de un nuevo modelo de negocio como

son las empresas B. Se hace, por lo tanto, necesario, hacer una indagación previa sobre el funcionamiento de este tipo de empresas y su regulación en nuestro país, para poder con ello proceder a realizar un análisis descriptivo de cómo las mismas contribuyen a crear empleo de calidad para jóvenes, mujeres e inmigrantes en su propio ámbito de actuación.

Para cumplir con el alcance del estudio establecido se optó por utilizar un enfoque metodológico tanto cuantitativo como cualitativo, es decir mixto (Hernández Sampieri et. Al, 2016). Este enfoque es el más adecuado porque nos permite acceder a datos estadísticos para conocer la realidad numérica de la integración laboral de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes en las empresas B de Uruguay, y también a información más profunda con la cual se logra describir con mayor exhaustividad el actuar de este tipo de empresas a la hora de generar empleos de calidad en estos actores sociales vulnerables a la hora de acceder al mercado laboral.

Para lograr cumplir con la propuesta aquí presentada optamos por utilizar las siguientes técnicas de investigación:

Técnicas cuantitativas:

Fuentes estadísticas secundarias: accedimos a fuentes de este tipo para caracterizar el mercado laboral uruguayo en general y en particular de los jóvenes y las mujeres y ahondar en la brecha existente a la hora de acceder a empleos de calidad por parte de los dos actores citados (Encuestas Continúas de Hogares del INE e informes del Ministerio de Desarrollo Social y del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y del SICLAB) y presentar las diferentes empresas B de Uruguay y sus diversas actividades de fuerte impacto en la comunidad y el medioambiente (información proveniente de la evaluación de Impacto B).

Encuesta: se procedió a diseñar una encuesta para medir el impacto de las empresas B uruguayas a la hora de generar empleo entre los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes. Esta encuesta cuenta con preguntas abiertas y cerradas y se pasó a la totalidad de las empresas B actualmente certificadas en nuestro país que son 10 -3vectores, 4D Content English, BioTerra, Consultora Gemma, Kivoy, Estancia La Cristina, MásBus, VerdeAgua, Yo elijo-Neto y YOUHUB Cowork.- De las mismas y hasta el momento de la presentación de los resultados preliminares de esta investigación la han respondido 7 -Impulso Creativo (MÁS

BUS), Yo elijo-Neto, 4D Content English, Consultora Gemma, 3vectores, La Cristina y YOUHUB Cowork-. Esta encuesta se podrá replicar en otros países de la región.

Técnicas cualitativas:

Entrevistas en profundidad: realizamos entrevistas en profundidad a dos expertas del tema en nuestro país como Dioselinda Roa miembro del equipo ejecutivo de Sistema B y Fiorella Polcaro multiplicadora B quien conoce desde dentro el proceso de evaluación y certificación B. Gracias a la información proporcionada por estas informantes, seleccionados a través de un muestreo no probabilístico intencional por juicio, logramos conocer con mayor profundidad, el origen y evolución del movimiento B en nuestro país, caracterizar a las empresas que se han unido al mismo y ya se encuentran certificadas y conocer sus retos a futuro.

Análisis de contenido: utilizamos también este tipo de técnica para analizar no sólo la información proveniente de las entrevistas en profundidad sino también de la legislación ligada a la inserción de jóvenes (ley 19.133 de 2013), mujeres (ley 18.104 de 2007) e inmigrantes (ley 18.250 de 2008) en el mercado laboral uruguayo, a la regulación de las empresas en el país (ley 16.060 de 1989 y ley 17.163 de 1999) y las discusiones que actualmente se están llevando a cabo en el Parlamento como preámbulo de la presentación de un proyecto de ley vinculado con este tipo de empresas de nominado Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC).

4. RESULTADOS

Las empresas B del Uruguay, como ya hemos manifestado, funcionan en el ámbito de la denominada Economía Social también llamada Economía Solidaria o Tercer Sector y se

corresponden a un sector de la economía actual que coexiste con el sector privado y el sector público y buscan, principalmente, un compromiso con el medioambiente y en entorno social en el cual desarrollan sus actividades.

En el presente punto presentaremos los principales resultados obtenidos luego de realizado el trabajo de campo relacionado con la integración laboral de jóvenes, mujeres e inmigrantes en las empresas B de Uruguay.

4.1. Empresas B analizadas

Actualmente, en nuestro país, como se puede observar en el cuadro 1, existe un total de 10 empresas B certificadas que funcionan en diferentes ámbitos del quehacer empresarial.

Cuadro 1. Listado de las empresas B de Uruguay y sus actividades

| EMPRESA | ACTIVIDAD |
|-------------------------------|--|
| Impulso Creativo (MÁS BUS) | Impulso Creativo es un grupo de jóvenes que, motivados por crear nuevos sistemas de comunicación, formaron una empresa de características singulares apoyados en tecnologías de vanguardia. Brindan soluciones integrales en distintos ámbitos de comunicación digital y audiovisual. Impulso Creativo gestiona el canal MÁS BUS y la productora audiovisual. MÁS BUS es el canal de televisión que funciona en los ómnibus de Montevideo. Con una programación original y principalmente de carácter nacional, acompaña los viajes de los montevideanos y comparte contenidos entretenidos, de carácter positivo y saludable. |
| Yo elijo-NETO | Yo Elijo es una empresa que busca crear un impacto tangible y positivo en el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes de Uruguay. Al mismo tiempo, buscan aportar nuevas ideas, que se transformen en acciones perdurables que den valor a la comunidad. |
| 4D Content English | Se trata de una empresa especializada en la comunicación a través del diseño e implementación de diferentes experiencias de aprendizaje de idiomas. Trabajan |

| | |
|------------------|--|
| | con empresas privadas, públicas y estatales y también con instituciones nacionales e internacionales educativas, tanto de forma presencial como a distancia. |
| Consultora Gemma | Es una empresa consultora enfocada en incentivar el desarrollo empresarial humano y sostenible a través de la consolidación de buenas prácticas que integren la sustentabilidad al corazón de cada empresa, proyecto u organización. |
| 3vectores | 3Vectores diseña proyectos de triple impacto basándose en la evidencia de que existe un problema (social, ambiental) y buscando capitalizar las intersecciones entre lo social, económico y ambiental. A través del design thinking 3Vectores logra incidir en políticas públicas, generar casos de éxito concretos, inspirar a otros empresarios, identificar problemas, implicar a las áreas de RSE de las empresas tradicionales y sectores públicos para lograr grupos de cohesión que faciliten la solución compartida. |
| La Cristina | Es una empresa agrícola que busca implementar y difundir un sistema de producción ganadero, rentable, en base a pasturas naturales que secuestran carbono como solución al cambio climático. Apuntan a dar un ejemplo a nivel país de cómo debería ser la ganadería y agricultura del futuro, a través del ejemplo como de charlas, conferencias y eventualmente creando un centro de capacitación para que estas prácticas puedan ser aplicadas en otros predios. |
| BioTerra | Esta empresa trabaja con otras industrias importantes para eliminarla contaminación del suelo, ríos y agua portables en las zonas de Canelones y Montevideo. Reciclan 14.500 toneladas de residuos orgánicos por año. Además, diariamente se comunican con los granjeros sobre la importancia de cultivar en una manera amigable con el medio ambiente utilizando los productos vendidos por la empresa que le permiten cultivar alimentos orgánicos y saludables. |
| VerdeAgua | Es una empresa que recicla el agua, controla y racionaliza el uso de fertilizantes y suelo reduciendo a 0 el desaprovechamiento de los mismos. Por ser una empresa productora y procesadora de vegetales, requiere mano de obra delicada, femenina y local, para ello capacita a las personas, aportando valor y recibiendo VALORES, sin importar su edad o curriculum. |

| | |
|----------------------------------|--|
| <p>WERBA. Reciclando metales</p> | <p>Es una empresa que apunta a resolver el problema de la disposición final de residuos a través de diferentes soluciones de reutilización, reciclaje, valorización entre otras para hacer del medio ambiente algo sustentable en el correr del tiempo.</p> |
| <p>YOUHUB Cowork</p> | <p>Funciona como un espacio original de trabajo. Es un lugar colaborativo donde nacen alianzas, inspiración e intercambios. Este espacio surgió de la necesidad de crear un lugar donde se pudiera construir vínculos de calidad, en el cual se contemple tanto el desarrollo profesional como la realización personal. Su propósito es formar un movimiento en el que las personas tengan un punto de encuentro dinámico, libre, motivador y sustentable para trabajar y desarrollarse.</p> |

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de sistemaB, 2018.

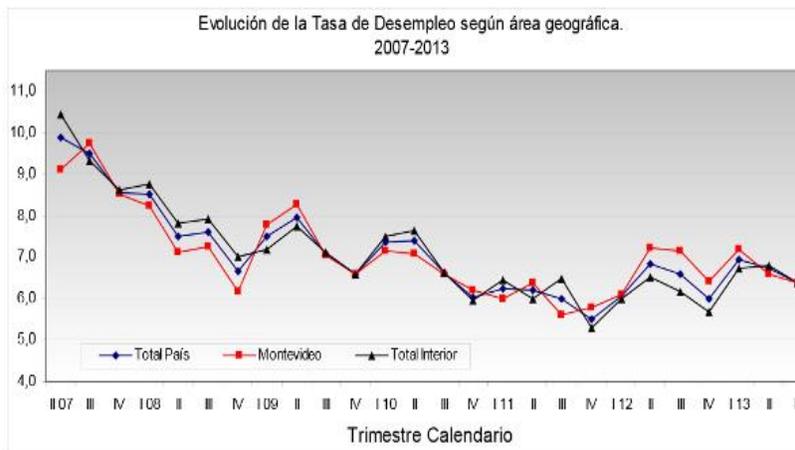
Todas ellas se corresponden con Mipymes, es decir pequeñas y medianas empresas. Según la legislación uruguaya, “los microemprendimientos son aquellos que emplean entre una y cuatro personas y tienen ventas anuales por hasta unos US\$ 250.000. En el caso de las empresas pequeñas, ocupan a entre cinco y 19 trabajadores y no superan los US\$ 1,25 millones. En tercer lugar, las medianas ocupan ente 20 y 99 personas y venden como máximo US\$ 9,3 millones por año” (DINAPYME, 2017). En la actualidad hay registradas 151.910 empresas de este tipo de las cuales el 85% son microemprendimientos, el 12% pequeñas empresas y el 3% restante medianas” (DINAPYME, 2017).

Todas estas empresas pasaron por un largo proceso de certificación en el cual se ha tenido en cuenta lo relacionado con la integración laboral de sus trabajadores y principalmente de aquellos con mayores dificultades a la hora de acceder a un trabajo. Entre las características de las empresas B a nivel global se encuentra la de su búsqueda de talentos jóvenes y su fuerte compromiso con los empleados.

4.2. Las dificultades en el acceso al empleo de jóvenes, mujeres e inmigrantes en Uruguay

Todos los años desde 2006 hasta la fecha el Instituto Nacional de Estadística (INE) realiza las denominadas Encuestas Continuas de Hogares (ECH) en las cuales se incluye la medición del desempleo y el acceso al empleo. Es destacable como desde la realización de la primera de las citadas encuestas hasta el año 2014 (gráfico 1) la tasa de desempleo ha descendido e inclusive se ha mantenido estable.

Gráfico 1. Evolución de la tasa de desempleo en Uruguay (2007-2013)



Fuente: ECH-INE, 2018.

No obstante, se ha constatado, en cambio, como la tasa de empleo viene cayendo ininterrumpidamente desde finales del año 2014 (gráfico 2).

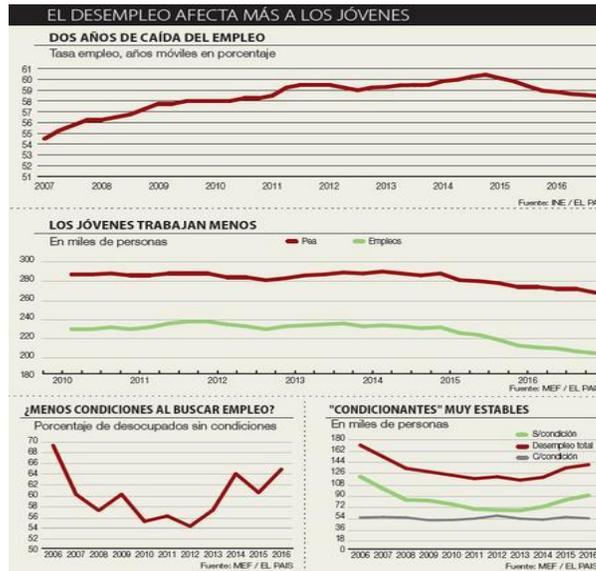
Gráfico 2. Evolución de la tasa de desempleo en Uruguay (2013-2018)



Fuente: ECH-INE, 2018.

La tasa de empleo ha continuado descendiendo durante 2018 y ha llegado a ubicarse, en el segundo trimestre del citado año, en el 57,1%, cifra similar a la del trimestre anterior pero inferior en 7 décimas a la del mismo período de 2017 (ECH-INE, 2018). El presente año 2019 sigue presentando la misma tónica. Tras alcanzar un pico máximo en el año 2014, la ocupación viene descendiendo trimestre a trimestre y puede estimarse que se han perdido aproximadamente 45.000 puestos de trabajo desde entonces, considerando promedios anuales móviles (ECH-INE, 2018). Los más perjudicados en esta pérdida de empleo son los jóvenes menores de 25 años (véase el segundo de los gráficos de la figura 1). La explicación a esta aparente contradicción se da por el hecho de la existencia de personas que abandonan el mercado laboral y dejan de buscar trabajo. ¿Qué es lo que ocurre con ellas? Se manejan varias hipótesis al respecto: algunas pasan a cobrar planes sociales del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), o ingresan nuevamente al sistema de educación buscando una mayor capacitación como los más jóvenes, o debido a las dificultades de encontrar un empleo desalienta a muchos a seguir buscándolo, o simplemente deciden emigrar hacia otros países. De este modo, como hay menos personas buscando empleo, las que no lo encuentran no suben tanto. De ahí la relativa estabilidad de la tasa de desempleo (ECH-INE, 2018).

Figura 1. Empleo y desempleo en Uruguay



Fuente: MEF, 2017.

Como se puede apreciar es una constante la caída del empleo entre los jóvenes menores de 25 años. Incluso, si tenemos en cuenta la apertura por tramos de edad, el desempleo entre los jóvenes comprendido entre los 14 y 24 años es sustantivamente superior a la del resto de los tramos considerados. Mientras entre los más jóvenes la tasa específica de desempleo alcanza el 26,1%, entre los de 25 a 39 años se ubica en 7,2%, entre los de 40 a 60 años de edad en 3,7% y entre los de 61 años y más 2,7% (ECH-INE, 2018). Esta situación se da independientemente al sexo considerado. Estas altas tasas de desempleo pueden estar indicando problemas de calificación, relacionada con la baja preparación educacional, y adecuación entre oferta y demanda laboral y rigidez del mercado laboral.

Para comprender esta realidad se deben tener en cuenta las condiciones económicas y laborales las cuales no han favorecido la inserción de los más jóvenes en el mundo del trabajo. Las debilidades de la inserción laboral de los jóvenes no sólo en Uruguay sino también en el resto de América Latina afectan no sólo a su propio bienestar, sino también a algunos elementos clave del desarrollo socioeconómico en general (Rodríguez, 2004). Esta problemática afecta también a los países desarrollados en los cuales se ha convertido en un reto social prioritario. El segmento de los jóvenes enfrenta las mismas complejidades y

obstáculos al acceso del empleo que los adultos, pero presenta mayores dificultades incrementadas con el nivel educativo y el género (Weller, 2007).

El estado uruguayo consciente de esta problemática ha venido implementando, desde 1996, programas focalizados en la capacitación y empleo de jóvenes a través, por ejemplo, del denominado programa Projooven del Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) (Abdala, 2004). Incluso, en 2013 se promulgó, en nuestro país, la ley 19.133 en la cual se promueve el trabajo decente para los jóvenes, considerando el empleo, la educación y la formación profesional desde el punto de vista de los derechos fundamentales (AGEV, 2013).

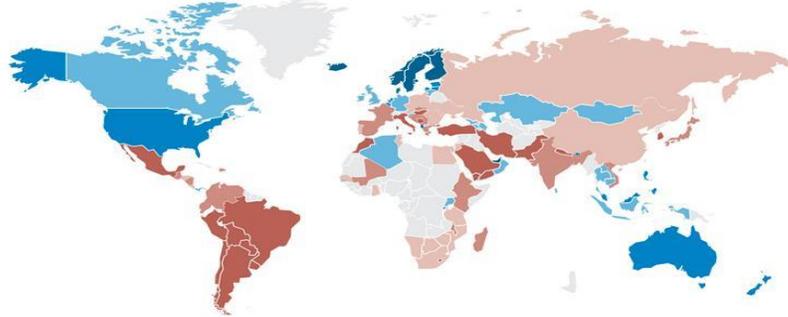
Las mujeres, al igual que los jóvenes no sólo de Uruguay sino también de la región, continúan teniendo serios obstáculos a la hora de acceder y permanecer en el mercado de trabajo en igualdad de condiciones con respecto a los hombres (Sobramo, 2004).

Si bien, desde el año 2006 se viene constatando, gracias a la información brindada por la ECH una evolución positiva de la tasa de actividad femenina y una estabilidad en la masculina en los mayores de 25 años, aún se mantiene una importante brecha en el acceso al empleo entre hombres y mujeres (INMUJERES, 2017). De este modo, las tasas de empleo de hombres y mujeres en 2006, a modo de ejemplo, eran de 66,3% y 43,7% respectivamente, para 2012 de un 69,8% en los hombres y 51,1% en las mujeres (AGEV, 2013) y para 2018 del 65,7% entre los hombres y de un 49,2% entre las mujeres (ECH-INE, 2018). Todo a pesar de la existencia de una ley, la 18.104 de 2007, de “Igualdad de derecho y oportunidades entre hombres y mujeres en la república” en la cual se declara prioritario, según el artículo 4º “Promover cambios culturales que permitan compartir en condiciones de igualdad el trabajo productivo y las relaciones familiares y aseguren el acceso equitativo de hombres y mujeres a los procesos de innovación, ciencia y tecnología en los planes de desarrollo”.

Esta brecha va de la mano con el fenómeno denominado “techo de cristal”, obstáculo que le impide a las mujeres avanzar hasta ocupar los puestos jerárquicos más elevados y cuyo resultado, es, por lo tanto, una baja presencia de las mismas en los cargos más altos de la pirámide ocupacional tanto a nivel mundial como regional y de nuestro propio país en donde su acceso es aún menor como bien se puede observar en la siguiente figura.

Figura 2. Oportunidades de liderazgos de las mujeres en el mundo

Oportunidades de liderazgo para mujeres en el mundo:
según puntajes usados en el GTCI (Índice de Competitividad por el Talento Global)



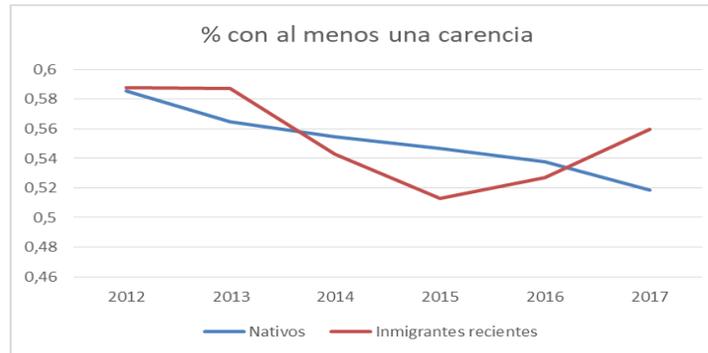
Notas: Colores varían de azul oscuro (mejores puntajes) a rojo oscuro (peores puntajes). Países sin datos figuran en gris.

Fuente: GTCI-ADECCO, 2018.

De acuerdo con el consultor de spring professional de ADECCO Uruguay, Manuel Alonso (2018), para romper ese techo de cristal las empresas deben adoptar la diversidad como estrategia empresarial introduciendo e implementando medidas de igualdad de oportunidades con acciones concretas.

Los inmigrantes recientes llegados a Uruguay a partir de 2013, de forma mayoritaria de países de la región, presentan problemáticas a la hora de acceder a un empleo de calidad contraviniendo a lo establecido por la ley 18.250 de migración. Si bien el porcentaje de ocupación laboral de la población inmigrante es superior en 10 punto al de la población nativa, los empleos a los cuales acceden, a pesar de contar con una calificación por arriba de la media de la población uruguaya, son de baja calificación y salarios bajos (Facal, 2018). Los sectores de la actividad en los cuales se concentran en mayor proporción que los nativos son: Comercio, Restaurantes y Hoteles (27% contra 22%) y Servicios a empresas (14% contra 10%) (SICLAB, 2018), justamente los sectores en los cuales se presentan mayores vulnerabilidades como se puede apreciar en el gráfico 3.

Gráfico 3. Proporción de inmigrantes ocupados con al menos una carencia



Fuente: SICLAB, 2018.

4.3. La importancia de apoyar al empleo juvenil, de las mujeres y los inmigrantes en las empresas B de Uruguay

En un país como Uruguay en donde existe un importante desempleo entre los jóvenes menores de 25 años y persisten las brechas en el acceso al empleo de calidad entre los hombres y las mujeres y también los inmigrantes se torna de gran importancia lograr un fuerte compromiso por parte de las empresas a la hora de integrar entre su plantilla a trabajadores con estas características.

Este compromiso lo han comenzado a afrontar las empresas B de Uruguay. A la hora de indagar sobre el apoyo que estas empresas le dan al empleo juvenil, al de las mujeres y los inmigrantes todas ellas manifestaron, sin excepción, brindarlo. En consonancia con esta preocupación por integrar a estos actores vulnerables a la hora de acceder a un empleo en nuestro país, la mayor parte de las empresas B indagadas -90%- con la excepción de Impulso Creativo (MÁS BUS) respondieron que cuentan con algún tipo de política de integración laboral de jóvenes y mujeres. Al mismo tiempo, se ha podido constatar la inserción de trabajadores extranjeros en puestos de calidad y es destacable como el 43% de las empresas que respondieron a la encuesta cuentan con políticas de integración laboral de inmigrantes. A continuación, transcribiremos algunas de las respuestas brindadas al respecto.

“No hay un reglamento concreto simplemente ciertos criterios definidos alineados al propósito de la compañía” (Bebo Gold. Director de yo elijo-NETO).

“Nuestra empresa tiene un fuerte compromiso en la inclusión de mujeres al ámbito laboral. De nuestro equipo de consultores, más del 80% son mujeres. Elegimos nuestros proveedores intentando apoyar emprendimientos y pymes liderados por mujeres. Trabajamos con organizaciones de la sociedad civil que trabajan en distintas problemáticas sociales de mujeres (ej. Ceprodih)” (Tamara Ferre. Directora de Consultora Gemma, 2018).

“Tenemos un programa de mentoreo (especialmente para primer empleo). Luego de una inducción, cada nueva persona tiene asignado un mentor que es quien lo apoya en los temas diarios, así como en la parte de desarrollo profesional. Se busca crear juntos oportunidades de crecer buscando potenciar las riquezas de cada uno” (Mercedes Viola. Directora de 4D Content English, 2018).

“Contratamos a una joven de 18 años (hoy tiene 19) bajo el programa Empleo Juvenil. Hemos aceptado a más de 10 pasantes y entrenado en Design Thinking y Nuevas Economías en sus pasantías con nosotros. Abogamos por la diversidad cultural. Tuvimos una pasante italiana. Y en el equipo principal tenemos personas de diferentes nacionalidades: Uruguay, Argentina, España” (Gisella Della Mea. Directora-Fundadora de 3vectores, 2018).

“Preferencia de jóvenes y/o mujeres” (Guillermo Rossi. Administrador de La Cristina, 2018).

“El propósito de nuestra empresa es apoyar mujeres en su desarrollo profesional, empresarial en equilibrio con su vida personal y familiar” (Natalia Hugues. Socia fundadora de YOUHUB Cowork).

De acuerdo con los distintos testimonios brindados se puede afirmar que la mayor parte de las empresas indagadas o bien poseen una política apuntando a la incorporación de jóvenes y/o mujeres o incluso hasta de inmigrantes en su plantilla o en caso de no tenerlas se encuentran fuertemente comprometidas para brindar una puerta de acceso a estos colectivos fuertemente vulnerables a la hora de acceder a un empleo.

A la hora de cuantificar lo manifestado por los diferentes representantes de las empresas indagadas nos encontramos con las siguientes realidades como bien se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro 2. Datos sobre la integración laboral de jóvenes, mujeres e inmigrantes en las empresas B de Uruguay

| Empresa | Cantidad empleados | Jóvenes < 25 | Jóvenes entre 25 y 29 | Total, de cargos gerenciales | Jóvenes cargos gerenciales |
|----------------------------|--------------------------------|--------------|-----------------------|------------------------------|----------------------------|
| Impulso Creativo (MÁS BUS) | 20 | 2 | 10 | 5 | 0 |
| Yo elijo-NETO | 6 fijos y otros para proyectos | 1 | 2 | 3 | 0 |
| 4D Content English | 25 | 6 (1H y 5M) | 8 (2H y 6M) | 3 | 0 |
| Consultora Gemma | 12 | 1 | 0 | 4 | 0 |
| 3vectores | 7 | 1 | 0 | 3 | 0 |
| La Cristina | 6 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| YOUHUB Cowork | 13 | 3 | 1 | 9 | 0 |

| Empresa | Cantidad empleados | Mujeres empleadas | Mujeres > 40 | Mujeres < 25 | Mujeres entre 25 y 29 | Total, de cargos gerenciales | Mujeres cargos gerenciales |
|---------|--------------------|-------------------|--------------|--------------|-----------------------|------------------------------|----------------------------|
|---------|--------------------|-------------------|--------------|--------------|-----------------------|------------------------------|----------------------------|

| | | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| Impulso Creativo (MÁS BUS) | 20 | 3 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 |
| Yo elijo-NETO | 6 fijos y otros para proyectos | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 4D Content English | 25 | 18 | 3 | 5 | 6 | 3 | 2 |
| Consultora Gemma | 12 | 10 | 3 | 1 | 0 | 4 | 4 |
| 3vectores | 7 | 5 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 |
| La Cristina | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| YOUHUB Cowork | 13 | 12 | 8 | 9 | 0 | 9 | 9 |

| Empresa | Cantidad empleados | Inmigrantes | Inmigrantes con cargos gerenciales | Procedencia de los inmigrantes |
|----------------------------|--------------------------------|-------------|------------------------------------|---|
| Impulso Creativo (MÁS BUS) | 20 | 1 | 0 | Venezuela |
| Yo elijo-NETO | 6 fijos y otros para proyectos | 0 | 0 | - |
| 4D Content English | 25 | 7 | 0 | Argentina, Colombia, Venezuela, Estados Unidos e Inglaterra |
| Consultora Gemma | 12 | 3 | 1 | Venezuela, Argentina y Boliva |
| 3vectores | 7 | 3 | 1 | Argentina y España |
| La Cristina | 6 | 2 | 2 | Argentina |
| YOUHUB Cowork | 13 | 3 | 1 | Venezuela y Argentina |

Fuente: Elaboración propia con datos procedentes de la encuesta realizada entre septiembre y diciembre de 2018.

Con relación a la integración laboral de los jóvenes en las empresas B tanto de los menores de 25 como de los que tienen entre 25 y 29 años, la realidad parece ser un tanto diferente en

la mayoría de las empresas. En algunas de ellas como Impulso Creativo (MÁS BUS) y 4D Content English se da un claro predominio de empleo joven y en Yo elijo-NETO la mitad de los empleados fijos son jóvenes. En la primera de las empresas citadas de los 20 empleados registrados, 2 son menores de 25 años y 10 tienen entre 25 y 29 años. En el caso de 4D Content English de sus 25 empleados, 6 son menores de 25 años y 8 tienen entre 25 y 29 años. Y, en Yo elijo-NETO de los 6 empleados fijos, 1 es menor de 25 años y 2 tienen entre 25 y 29 años. En las tres empresas se ha hecho una fuerte apuesta por la incorporación de talentos jóvenes, a pesar de que, en una de las citadas empresas, Impulso Creativo (MÁS BUS) no se cuenta con una política clara al respecto. En el resto de las empresas indagadas, no se ha logrado hasta el momento una integración laboral de jóvenes al nivel de las empresas tres empresas citadas, siguiendo así la tónica general del bajo acceso al empleo de los más jóvenes en el mercado uruguayo.

Enfocándonos en el empleo de mujeres, con excepción de dos empresas, Impulso Creativo (MÁS BUS) y La Cristina, en el resto hay un claro predominio de las mujeres en todos los puestos de trabajo. Incluso, ese predominio se da también y de forma aún más clara en los puestos gerenciales. En algunas de las empresas como Consultora Gemma y YOUHUB Cowork, las mujeres ocupan todos los cargos gerenciales de la empresa y, en otras, como Yo elijo-NETO, 4D Content English y 3vectores representan a la mayoría. En un país, como Uruguay, en donde pudimos constatar existe un claro predominio de los hombres en los puestos gerenciales, en las empresas B, se da la situación inversa. De este modo, queda demostrada la importancia que este tipo de empresas le dan a la integración laboral de las mujeres en todos los puestos de trabajo.

Finalmente, y enfocándonos en el caso de los inmigrantes, se ha podido observar como la mayoría de las empresas cuenta en su plantilla con trabajadores extranjeros procedentes mayoritariamente de países de la región como Argentina, Venezuela, Colombia y Bolivia y también de países desarrollados como Estados Unidos, Italia, Inglaterra y España. Es destacable como incluso los trabajadores extranjeros ocupan en la mayor parte de las empresas B uruguayas cargos a nivel gerencial.

5. CONCLUSIONES

Por lo indagado, hasta el momento, en un país en donde aún persisten importantes brechas de acceso al empleo principalmente de calidad para los jóvenes menores de 25 años, las mujeres y los inmigrantes, las empresas B se han convertido en un punto de referencia a la hora de integrar a estos actores vulnerables. Se ha podido comprobar que todas las empresas consultadas tienen un fuerte compromiso a la hora de contratar a jóvenes, mujeres e inmigrantes. Incluso, la mayoría de ellas cuentan con algún tipo de política de integración laboral tanto para jóvenes como para mujeres e inmigrantes.

Aún resta mucho por hacer a la hora de lograr una plena inclusión laboral de los jóvenes, las mujeres y los inmigrantes en nuestro país, pero distintos actores sociales, como las empresas B, han comenzado a transitar por un camino de plena igualdad y oportunidades, apostando por la diversidad, cuyo ejemplo debería ser tenido en cuenta también por el resto de las empresas.

REFERENCIAS

- ABDALA, E. (2004) “La evaluación de los programas de capacitación laboral para jóvenes en Sudamérica” En: *Papeles de Población*, 59. [En línea] México, disponible en: <http://rppoblacion.uaemex.mx/pp/index.php/papelesdepoblacion/article/viewFile/282/289> [Acceso 15 de septiembre de 2017]
- ABRAMOVAY, R. CORREA, M.E. GATICA, S. VAN HOOFF, B. (2013) *Nuevas empresas, nuevas economías: empresas b en sur américa* [En línea] Santiago de Chile, Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) disponible en: http://academiab.org/wp-content/uploads/2015/01/NUEVAS_EMPRESAS__NUEVAS_ECONOMIAS_LAS_EMPRESAS_B_EN_SURAMERICA_2013.pdf [Acceso 21 de septiembre de 2017]
- ADECCO (2018) *Uruguay ocupa el lugar 11 en ranking de mujeres graduadas pero baja al 87 en acceso a puestos de liderazgo* [En línea] Montevideo, ADECCO disponible en:

<https://www.elobservador.com.uy/nota/uruguay-ocupa-lugar-11-en-ranking-de-mujeres-graduadas-pero-baja-al-87-en-acceso-a-puestos-de-liderazgo-201838980> [Acceso 14 de octubre de 2018]

AGEV (2013) *Reporte Social 2013. Principales características del Uruguay Social*. Montevideo, Ministerio de Desarrollo Social.

CAMOU TORRENDELL, D. (2016) *Sistema B, ensanchando el camino hacia una nueva economía* [En línea] Valencia, Universidad Politécnica de Valencia disponible en: <http://academiab.org/wp-content/uploads/2017/03/TFM-Master-RSE-Uruguay-Denise-Camou.pdf> [Acceso 02 de octubre de 2017] Santiago de Chile, CEPAL disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41370/S1700342_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Acceso 08 de abril de 2019]

CEPAL/OIT (2017) *Coyuntura laboral en América Latina y el Caribe. La inmigración laboral en América Latina* [En línea]

DINAPYME (2017) *Encuesta Nacional de Mipymes industriales, comerciales y de servicios* (tercera edición) [En línea] Montevideo, MIEM disponible en: http://www.miem.gub.uy/sites/default/files/encuesta_nacional_de_mipymes_industriales_y_de_servicios_2017_0.pdf [Acceso 25 de octubre de 2018]

ECH-INE (2018) *Actividad, Empleo y Desempleo* [En línea] Montevideo, INE disponible en: <http://www.ine.gub.uy/documents/10181/30865/ECH+Junio+2018/8172238f-e13b-45e0-8d42-a773ec6b0692> [Acceso 20 de octubre de 2018]

FACAL, S. (2018) *Intégration sur le marché du travail des immigrants récents en Uruguay* (2008-2016). Poitiers, Peter Lang (en prensa).

FREEMAN, E. y MOUTCHNIK, A. (2013) "Stakeholder management and CSR: questions and answers en: *UmweltWirtschaftsForum, Springer Verlag*, Vol. 21, Nr. 1 [En línea] disponible en: <http://link.springer.com/article/10.1007/s00550-013-0266-3> [Acceso 10 de septiembre de 2017]

GATICA, S. (2012) *Hacia un marco de políticas públicas para el Cuarto Sector. Propuesta de Políticas Públicas para Chile* [En línea] Santiago de Chile, Centro de Políticas Públicas PUC.

- GIDDENS, A. (1991) *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*, California, Stanford University,
- GTCI-ADECCO (2018) *Ideas para generar espacios de trabajo más inclusivos para la mujer* [En línea] disponible en: <http://www.comunicarseweb.com.ar/noticia/ideas-para-generar-espacios-de-trabajo-mas-inclusivos-para-la-mujer> [Acceso 20 de octubre de 2018]
- HAIGH, N., and HOFFMAN (2012) "Hybrid organizations: the next chapter of sustainable business" en: *Organizational dynamics*, 41, 126-134 [En línea] disponible en: www.elsevier.com [Acceso 03 de septiembre de 2017]
- HERNÁNDEZ SAMPIERE, R., FERÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2016) *Metodología de la Investigación* (6ta. Ed.). México, McGRAW-HILL.
- HONEYMAN, R. (2015) *Manual para empresas B. Negocios como fuerza positiva para mejorar el mundo*, Santiago de Chile, Aguilar Ediciones.
- INMUJERES (2017) *Estadísticas de género 2017* [En línea] Montevideo, MIDES. Disponible en: http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/15091/1/estadisticas-de-genero_2017_final.pdf [Acceso 06 de julio de 2018]
- ISASMENDI ESCUDERO, S. (2015) *La certificación de Empresa B como herramienta idónea para empresas híbridas*. Tesis de grado [En línea] Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires disponible en: <http://academiab.org/wp-content/uploads/2017/03/Tesina-Investigacio%CC%81n-Isasmendi-Escudero-Sofi%CC%81a-Certificacion-de-Empresa-B.pdf> [Acceso 30 de septiembre de 2017]
- ISONOMA (2015) *Participación de las mujeres en cooperativas y empresas de la economía Social (Chile)* [En línea] Santiago de Chile, Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño disponible en: <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/Resumen-Ejecutivo-Participaci%C3%B3n-en-la-Econom%C3%ADa-Social.pdf> [Acceso 20 de agosto de 2018]
- MEF (2017) *Datos empleo y desempleo de jóvenes*. Montevideo, MEC.
- Registro Nacional de Leyes del Uruguay (2018) *Parlamento del Uruguay. Leyes y proyectos de ley* Montevideo, Parlamento.

- RODRÍGUEZ, E. (2004) “Políticas y estrategias de inserción laboral y empresarial de jóvenes en América Latina: el desafío de la empleabilidad” en: *Revista latinoamericana de ciencias sociales y niñez*, vol.2 no.1 Manizales, pp. 49-83 [En línea] disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rllcs/v2n1/v2n1a04.pdf>] [Acceso 25 de septiembre de 2017]
- SABRAMO, L. (2004) “¿Inserción laboral de las mujeres en América Latina: una fuerza de Trabajo secundaria?” en: *Estudios Feministas*, 12(2), pp. 224-235 [En línea] disponible en: <http://www.redalyc.org/html/381/38112213/> [Acceso 20 de septiembre de 2017]
- SICLAB (2018) *Informe sobre las condiciones laborales de inmigrantes y nativos* [En línea] Montevideo, Sistema de Información de Calidad Laboral disponible en <http://www.enunion.com.uy/articulos/informe-siclab-condiciones-laborales-de-inmigrantes-y-nativos-uruguay-2012-2017-diciembre-2018> [Acceso 10 de marzo de 2019]
- SISTEMAB (2018) [en línea] disponible en: http://sistemab.org/wp-content/uploads/2013/02/MIF2014_EmpresasB-America-Latina.pdf [Acceso 14 de diciembre de 2018]
- SUNTAE, K., MATTHEW, J, KARLESKY, C., MYERS, C.G. y SCHIFELIGN, T. (2016) “Why Companies Are Becoming B Corporations” en: *Harvard Business Review* disponible en: <https://hbr.org/2016/06/why-companies-are-becoming-b-corporations> [Acceso 16 de septiembre de 2017]
- TAPIA VELÁSQUEZ, C. y ZEGERS VIAL, P. (2014) *Análisis descriptivo de las empresas B en Chile* [En línea] Santiago de Chile, Universidad de Chile disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117184/Tapia%20V.%2C%20Claudio.pdf?sequence=1> [Acceso 01 de octubre de 2017]
- WELLER, J. (2007) “La inserción laboral de los jóvenes: características, tensiones y desafíos” en: *Revista de la CEPAL*, 92, pp. 61-82 disponible en: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11192/092061082_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Acceso 23 de septiembre de 2017]

Caracterización de las pymes pertenecientes al clúster NORTIC de Norte de Santander respecto a las características que influyen en el proceso de internacionalización

1. Gallardo Figueroa, Silvia Paola. 2 Herrera Cáceres, Matías. 3 Carreño Gualdron, Martha Eugenia

1 Docente T.C (grupo de investigación CIEMPIES, Administración de Negocios Internacionales Universidad de Santander), Sil.Gallardo@mail.udesa.edu.co

2. Docente T.C (Grupo de Investigación y Desarrollo de Ingeniería de Software GIDIS, facultad de Ingeniería, Ingeniería de sistemas, Universidad Francisco de Paula Santander), mahc83@gmail.com

3 Docente T.C (grupo de investigación Nuevas Tecnologías, Administración de Negocios Internacionales, Universidad de Santander) mart.carreno@mail.udesa.edu.co

Resumen— *El Clúster de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NORTIC), es una iniciativa que surge en el departamento de Norte de Santander, cuyo propósito es promover el crecimiento de las compañías en el sector productivo TIC, mediante la transformación de empresas dedicadas al desarrollo de software, hardware y todo lo relacionado con proyectos tecnológicos, para convertirlas en un propulsor de desarrollo de las demás cadenas productivas. Dicho proyecto adelanta un plan de trabajo que busca la internacionalización de servicios abarcando procesos de capacitación, acreditación, y participación en ferias internacionales. Para avanzar con la expansión internacional, es importante contar con una caracterización de su perfil de internacionalización de estas empresas para así posteriormente poder analizar las debilidades que presentan y desarrollar una serie de etapas que faciliten e incentiven el progreso de las empresas en la comercialización de servicios en otros países a fin de que puedan mejorar su competitividad con la aplicación correcta de estándares y medidas internacionales. El proceso para dar cabida al objetivo en mención, comprende un estudio de análisis cuantitativo descriptivo y el análisis cualitativo de tipo fundamentado de las treinta (30) empresas que conforman el Clúster NORTIC, por medio de la cual se evidencian características como el nivel educativo, el tipo de empresa que para la investigación se conforma por pequeñas y medianas empresas; por otro lado las entrevistas señalan que las empresas objeto de estudio poseen un nivel alto de direccionamiento hacia el proceso, sin embargo resaltan la falta de apoyo gubernamental. El auge del sector TIC en Colombia crea un clima de negocios propicio para que estas pymes puedan crecer y generar mayor participación dentro del PIB.*

***Abstract**— The Cluster of Information and Communication Technologies (NORTIC), is an initiative that arises in the department of Norte de Santander, whose purpose is to promote the growth of companies in the ICT production sector, through the transformation of companies dedicated to development of software, hardware and everything related to technological projects, to turn them into a propellant of development of the other productive chains. This project advances a work plan that seeks the internationalization of services covering training processes, accreditation, and participation in international fairs. To advance with international expansion, it is important to have a characterization of their profile of internationalization of these companies in order to later analyze the weaknesses they present and develop a series of stages that facilitate and encourage the progress of companies in the commercialization of services in other countries so that they can improve their competitiveness with the correct application of international standards and measures. The process to accommodate the objective in question, includes a study of descriptive quantitative analysis and grounded qualitative analysis of the 30 companies that are part of the NORTIC Cluster, by means of which features such as the level educational, the type of company that for research consists of small and medium enterprises; On the other hand, the interviews indicate that the companies under study have a high level of direction towards the process, however they highlight the lack of government support.*

***Keywords/Palabras clave**— Cluster, ICT, Internationalizatio/Clúster, TIC, Internacionalización*

47. Introducción

La creciente evolución a nivel internacional de las tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) ha generado desarrollos tecnológicos a nivel mundial, puesto que se han convertido en un instrumento esencial para la consolidación de los diversos procesos que se realizan en ciencia y tecnología; como resultado, dichas tecnologías se han convertido en un elemento transversal de la cotidianidad y se han incorporado activamente a gran parte de los sectores que conforman la sociedad contemporánea.

En concordancia con lo expuesto, determinados países han integrado la CTI⁴⁶ con TICS, y han conseguido impactos positivos en cuanto a la generación de empleo y competencias especializadas, logrando contribuir con mejoras en la productividad a través de procesos de innovación que buscan mejorar el uso de la energía y redes inteligentes; de allí que las TIC se hayan convertido en uno de los sectores con mayor crecimiento en el

mercado internacional, realizando grandes movimientos diarios de capital. En razón a dicho impacto económico cada vez son más los países que incentivan el desarrollo interno de las tecnologías y desarrollan su propia economía (Finquelievich, Lago, & Vercelli, 2004).

Oportunidades como el bajo costo de procesar información, la reducción de limitaciones comerciales y la apertura económica de otros países, hacen que en Colombia se esté llevando a cabo una política de transformación productiva encaminada a desarrollar sectores claves de la economía para convertirlos en sectores de clase mundial; dicho programa es liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de una alianza público - privada cuyo propósito es generar mayor competitividad nacional a partir de estrategias definidas para cada sector. Los sectores determinados se encuentran clasificados en dos grandes grupos, más y mejor de lo bueno y nuevos emergentes, encontrando en el segundo, todo lo relacionado con software y servicios de tecnologías de información; este es un sector extenso, que comprende áreas como la creación de marcas de software empaquetado, el desarrollo de aplicaciones web, y la creación de empresas de consultoría en TIC (Sanabria Medina & Ardila León, 2013). En relación a dicha transformación, se han generado iniciativas gubernamentales como Vive Digital y Apps.co, que buscan promover la masificación del uso de TIC y potenciar el emprendimiento en ambientes tecnológicos impulsados por el empoderamiento del comercio internacional de productos digitales.

El proceso de internacionalización se ha generado principalmente a causa de la globalización, debido a que las organizaciones abren la posibilidad de crear relaciones comerciales fuera del país; sin embargo, para iniciar dicho proceso es necesario efectuar una planeación adecuada respecto al diagnóstico de sus capacidades organizacionales para competir en el exterior, (Henao & Vasquez, 2013). Colombia por su parte, a través de *Procolombia* promueve el Turismo de Inversión Extranjera mediante una asesoría integral a los clientes que faciliten el diseño y ejecución de la estrategia de internacionalización; sin embargo, se evidencia la necesidad de caracterizar las pymes del Clúster NORTIC del Departamento de Norte de Santander respecto a las características que influyen en este

proceso y adicionalmente identificar las debilidades que poseen respecto a la internacionalización.

48. Objetivos

2.1. Objetivo general

Caracterizar las pymes pertenecientes al clúster NORTIC de Norte de Santander respecto a las características que influyen en el proceso de internacionalización

2.2. Objetivos específicos

- Revisar el estado del arte para la identificación de las características que influyen en el proceso de internacionalización al clúster NORTIC de Norte de Santander.
- Analizar las características de las pymes pertenecientes al clúster NORTIC de Norte de Santander respecto a las características que influyen en el proceso de internacionalización.
- Identificar las debilidades presentadas por las pymes pertenecientes al clúster NORTIC de Norte de Santander respecto a las características que influyen en el proceso de internacionalización.

49. Estado del Arte

En el presente aparte se analiza la comercialización internacional de las empresas a través de las diferentes teorías y enfoques de internacionalización que dan base para la identificación del prototipo-software a proponer.

El proceso de internacionalización está explicado desde diversas perspectivas según el tipo de empresa y su desarrollo de expansión de mercados a continuación se da explicación a cada una de ellas

La internacionalización desde una perspectiva económica

El primer enfoque de internacionalización analiza a las empresas que realizan este proceso de bajo la perspectiva económica donde estas aprovechan las ventajas económicas del proceso de expansión empresarial según los costos (Dunning & Lundan, 2008). Bajo esta perspectiva se ve explicada la existencia de la empresa multinacional. Hacen parte de este enfoque la teoría de la ventaja monopolística, teoría de la internalización, teoría ecléctica planteada por Dunning y el teorema básico del enfoque macroeconómico.

La internacionalización desde una perspectiva de proceso

Este segundo enfoque está construido por las teorías que conciben la internacionalización como un proceso en el que se aumenta el aprendizaje en consecuencia de la acumulación de conocimientos y el aumento de recursos que avalan la estabilidad en los mercados exteriores (Johanson, J., & Vahlne, 1977). Bajo esta perspectiva se encuentra el modelo Uppsala, el enfoque de innovación, el modelo de ciclo de vida del producto de Vernon y el modelo de Jordi Canals donde los autores analizan las diferentes estrategias implementadas por las empresas para llevar a cabo la internacionalización por medio de etapas (Galván, 2003).

La internacionalización desde una perspectiva de redes

El tercer enfoque analiza la internacionalización desde la perspectiva estratégica, donde se explica que el proceso se da como una respuesta de las empresas por participar o pertenecer a redes. Las redes especialmente pretenden que las empresas amplíen actividades internacionales a través de asociaciones estratégicas y la expansión de franquicias (Beltrán, Candela & Gutiérrez, 2010).

Internacionalización desde la perspectiva Born Global

Esta última perspectiva analiza a las empresas que desde sus inicios empiezan un proceso de internacionalización. El primer concepto de Born Global fue planteado por McKinsey y Co (1993), donde se indica que la prematura internacionalización de las nuevas empresas se fundamenta en una nueva teoría que integra los enfoques de los negocios internacionales, “emprendimiento y dirección estratégica”, a partir de estos se plantean cuatro características de las empresas born global: la confianza en el apoyo del gobierno para el ofrecimiento de recursos económicos, una distribución organizacional basada en la internalización de actividades comerciales, ventajas competitivas en el extranjero y control de recursos escasos (Barbosa & Ayala, 2014, p. 3).

Marco conceptual

Internacionalización. Se comprende como un proceso a través del cual las empresas incrementan gradualmente su compromiso con las actividades y los negocios internacionales, es decir, que expanden de forma creciente sus actividades más allá de las fronteras nacionales (Otero, 2008, p. 10).

Innovación. Se define como la entrada de un nuevo producto, un nuevo método de producción, un nuevo mercado, es decir, una forma novedosa de hacer las cosas Schumpeter (1978).

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC- pueden definirse como el conjunto de instrumentos, herramientas o medios de comunicación como la telefonía, los computadores, el correo electrónico y la Internet que permiten comunicarse entre sí a las personas u organizaciones (DANE, 2002).

Empresa Pyme. En Colombia se define la Pyme según sus activos totales y el número de empleados, El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV (Ley 905 de 2004).

50. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se implementa una multi-metodología para poder abordar la información completa del mundo real, debido a que la combinación de un rango de enfoques puede dar un mejor resultado a la investigación, ya que las situaciones problemáticas en el mundo real son altamente complejas y multidimensionales (Mingers, J., & Brocklesby, J. 1997).

En el desarrollo de esta investigación se utiliza el análisis cuantitativo descriptivo y el análisis cualitativo de tipo fundamentado. El análisis descriptivo es de gran importancia en el conjunto de observaciones, pero se hace necesario realizar un análisis cualitativo de la información debido a que las ciencias administrativas la mayoría de la información se encuentra de una forma tradicional dentro de las empresas, generando a menudo aportes diferentes al estudio y presentando niveles de calidad muy variados (Mingers, J. 2006).

51. Resultados

Identificación de los elementos influyentes en la internacionalización

A partir del análisis de las diversas teorías de internacionalización presentadas anteriormente, en la presente investigación se hace un resumen que presenta los principales elementos que desde estas teorías se consideran como los más influyentes para lograr el desarrollo de tal proceso en las empresas:

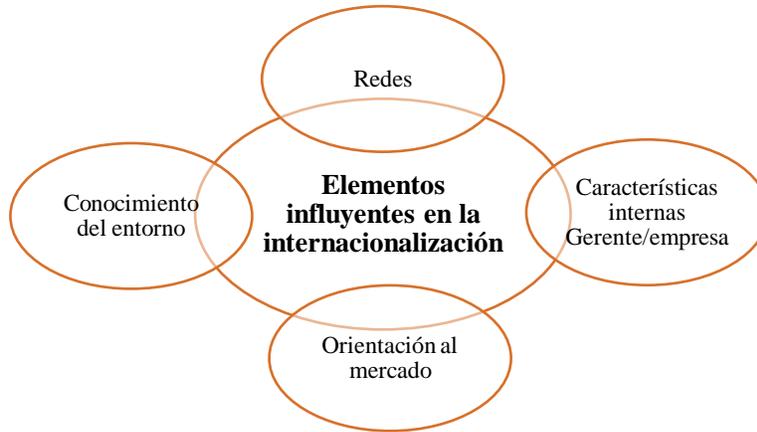


Figura 1 Elementos influyentes en la internacionalización

Fuente: elaboración propia

Tabla 1.

Características empresariales que influyen en la internacionalización

| Característica | Definición | Autores |
|---|--|--|
| Características internas Gerente/ empresa | Estas características ejercen una gran influencia para la selección de los mercados a los cuales se quiere dirigir la empresa. Determinan el proceso de internacionalización, por cuanto el tamaño de ventas, las expectativas de crecimiento que promueven la generación de empleo y el nivel de inversión en investigación y desarrollo. La experiencia del fundador, acompañado del deseo de superación, ambición y visión para los negocios, influyen en | Harveston, Kedia y Van, 2001; Madsen y Servais, 1997; McDougall et al., 1994; Johanson & Vahlne, 2009. |

| | | |
|--------------------------|---|---|
| | <p>gran manera al momento de seleccionar mercados internacionales en búsqueda de consolidar su organización.</p> <p>Estrategias planteadas con visión a la internacionalización que presente la empresa, debido a que la visión estratégica de mercado, las capacidades y/o recursos con los que cuenta la empresa puede caracterizar su proceso de internacionalización.</p> | <p>Simmonds, 1968</p> |
| Orientación al mercado | <p>Puede que una empresa ofrezca un producto o servicio de alta calidad o con ventajas diferenciadoras; sin embargo, en ausencia de una estrategia de mercado y comercialización, se ven disminuidas las posibilidades de poder desarrollar actividades comerciales en el exterior. Por lo cual, contemplar la adaptación de sus productos, distribución, o publicidad es posible incremental las probabilidades de éxito exportador.</p> | <p>(Simmonds, 1968)</p> |
| Conocimiento del entorno | <p>El conocimiento que posee una empresa en relación con el entorno externo infiere directamente en el nivel de compromiso. Dicho conocimiento se adquiere principalmente por la experiencia en el mercado. Adicionalmente el conocimiento de las operaciones se puede transferir de forma tal que se facilite el crecimiento empresarial.</p> <p>Entre mayor conocimiento se tenga de un mercado, mayor es el valor de los recursos.</p> | <p>(Hemais & Hilal, 2002)</p> |
| Redes | <p>El aprovechamiento de las oportunidades empresariales está sujeto al tamaño de las alianzas o redes; por lo que las empresas de gran tamaño poseen mayores oportunidades de fortalecer lazos empresariales. Así mismo, diversas compañías del sector industrial de alta tecnología soportan el proceso de internacionalización según la posición en la red de clientes y proveedores.</p> | <p>Kenny, B., & Fahy, J. (2011). Kontinen, T., & Ojala, A. (2011).</p> |

Fuente: elaboración propia

Análisis de las pymes pertenecientes al clúster NORTIC de Norte de Santander respecto a las características que influyen en el proceso de internacionalización.

Al realizar el análisis correspondiente en las pymes del clúster NORTIC se evidencio que de las 30 empresas entrevistadas, el 99 % de los gerentes son propietarios de las empresas, donde la mayoría son profesionales en ingeniería de sistemas y 54% de los gerentes cuentan con estudios de postgrado a nivel de especialización y de maestría. El nivel educativo es importante en el perfil de internacionalización ya que según Hambrick y Mason (1984) es el pilar del conocimiento de una persona y las habilidades de la misma para desempeñarse en un cargo, Hambrick (2005) también contribuye al afirmar que el nivel educativo puede generar un proceso de innovación, cambio y crecimiento de la empresa. Dentro del pensamiento emprendedor y visionario de los gerentes, identifican que debido a que pertenecen al sector TIC es indispensable y primordial acceder a la internacionalización.

De las 30 empresas entrevistadas, son pymes clasificadas según la cantidad de empleos generados en micro (80%), pequeña (13%) y mediana empresa (7%), tienen menos de 10 años de creación, y por empresa se genera en promedio aproximadamente 10 empleos. Estas empresas tienen dentro de sus objetivos internacionalizar sus productos o servicios, lo cual consolida una característica importante de destacar dentro de su perfil de apertura de mercados internacionales. Por otra parte, con la revisión de los desarrollos teóricos y académicos sobre la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, y con el análisis de los datos obtenidos en la entrevista, se observan los siguientes resultados que caracterizan lo mencionado respecto a las pymes del clúster NORTIC:

- La estrategia de las empresas se encuentra direccionada hacia la internacionalización, para ello cuentan con la misión, la visión y los objetivos planteados en mira de lograr este proceso. Para ello cuentan con características que consideran primordiales como la capacidad instalada y la capacidad de producir servicios de calidad, al contar con personal altamente capacitado y competente. Una de las dificultades que se presenta para lograr los objetivos es la falta de capacitación, ayuda gubernamental y

recursos financieros limitados. En este orden de ideas, es posible hacer la siguiente correlación teórica: “La importancia de los recursos se acentúa cuando están integrados de una manera flexible y eficiente para aventajar a la competencia; por consiguiente, disponer de recursos únicos y especiales, que sean difíciles de observar, de imitar y de ser adquiridos, son los criterios que deben tener los recursos y capacidades para lograr potencial de beneficios”. (Cardona 2011, p. 129).

- Estas empresas tienen un alto conocimiento del mercado local para los servicios que ofrecen, pero identifican que el mercado local no es muy atractivo para sus servicios. Pese a dicho conocimiento, los productos poseen bajo valor y demanda por parte de este mercado; no obstante el mercado extranjero propone mayores beneficios, puesto que los servicios TIC ofrecidos por las empresas del Clúster NORTIC son caracterizados en el mercado por su alta calidad, de manera que son muy bien valorados fuera del país. A pesar de identificar estas oportunidades, las empresas afirman no contar con la ayuda gubernamental que podría beneficiarles y ayudarlos a ingresar a ellos. Estas ayudas son direccionadas a empresas más grandes y dejan a las pymes sin ayudas para poder acceder a otras oportunidades.

- Las empresas consideran que para participar del mercado extranjero no es necesario que se realice en un mercado similar al colombiano, pues el software se puede adaptar a las diferentes necesidades que se identifiquen en los mercados internacionales.

- Consideran importante la relación e interacción con otras empresas del sector. Afirman, en general, que hacer parte del clúster NORTIC les permite expandir su pensamiento y percepción del mercado internacional. Adicionalmente consideran que la internacionalización se podría dar de mejor forma si las empresas del clúster generan alianzas para incursionar en nuevos mercados.

- 9 de las 30 empresas entrevistadas han internacionalizado alguno de sus servicios, pero que para dicho proceso solo 4 de estas empresas contaron con la ayuda del gobierno para lograrlo, por lo que consideran que si el gobierno impulsara y apoyara aún más la internacionalización del sector, se lograría generar mayores ingresos por ventas en el

| | | |
|---|----------------------|--|
| 5 | Aspectos tributarios | Bajo conocimiento de otras legislaciones y como sería el manejo de intercambio no solamente del conocimiento e implementación de los trabajos y servicios, sino también del cobro. |
| 6 | Escases de personal | El personal escasea debido a la falta de oportunidades que se presentan en la región para los egresados de los programas afines a las tecnologías de la información, lo cual se ha considerado como un reto para las empresas la retención de estos egresados. |

Fuente: elaboración Propia

Las debilidades expuestas anteriormente son evidencia de la necesidad de brindar una guía que les contextualice sobre los procesos que deben aplicar en la internacionalización; así mismo, es importante que cada empresa procure la mejora de estas falencias, para crear un entorno apropiado que les permita asumir con menos riesgos las negociaciones en el exterior. Por otra parte, se pretende que por medio de una metodología adecuada las empresas que conforman el Clúster NORTIC fortalezcan las categorías y variables necesarias y abran mercado internacional.

52. Conclusiones

Se evidencia que en las empresas pymes pertenecientes al Clúster NORTIC sus gerentes o directivos presentan un buen nivel educativo, que el clúster está conformado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas; donde se evidencia que poseen un alto nivel de direccionamiento hacia los procesos e interés por participar de los mercados internacionales pero resaltan que un obstáculo es la falta de apoyo gubernamental.

A través de la identificación de las debilidades presente en las pymes del clúster NORTIC fue posible seleccionar las limitaciones más relevantes para que las empresas puedan internacionalizarse; entre ellas la capacitación de personal, las limitaciones en cuanto a recursos, el poco apoyo de entidades estatales, las dificultades idiomáticas, los aspectos tributarios y las necesidades de fortalecer las competencias del talento humano.

53. Referencias Bibliográficas

- Barbosa, D. E., & Ayala, a H. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(118), 172–183. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>
- Beltran, Harold; Candela, Julian David; Gutierrez, A. (2010). Internacionalización de las empresas colombianas casos exitosos: Colombina S.A Quala S.A Casaluker S.A.
- Cardona, R. (2011). Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. *Revista electrónica fórum doctoral*, 4(1), 113-147.
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas). Medición de las Tecnologías de la Dunning
- Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*. Edward Elgar Publishing.
- Española, R. A. (2014). Efectividad. *Diccionario de la lengua española (23° ed.)*. Recuperado de <http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta>
- Finquelievich, S., Lago, S., Jara, A., & Vercelli, A. (2004). *TIC, desarrollo y reducción de la pobreza: Políticas y propuestas*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.
- Galván, I. (2003). Capítulo II. Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas. En I. Galván, *La Formación de la estrategia de selección de mercados*
- Hambrick, D. (2005). Upper Echelons Theory: Origins, Twists and Turns, and Lessons Learned. En K. Smith, & M. Hitt, *Great Minds In Management: The Process of Theory Development* (págs. 109-127). New York: Oxford University Press.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193-206.
- Harveston, P., Kedia, B., Davis, P.S. y Van, J. (2001). Synoptic versus incremental internationalisation: an examination of Born Global and gradual globalizing firm. *Frontiers of Entrepreneurship Research Proceedings of the 2001 Babson College-*

- Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, BKERC, Boston, United States
- Hemais, C. A., & Hilal, A. (2002). O processo de internacionalização da firma segundo a escola nórdica. A internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 15-40.
- Henao, R. N., & Roldán, J. S. V. (2013). Aproximación metodológica al diseño de un instrumento para la realización de diagnósticos sobre las capacidades organizacionales con fines de internacionalización en las pequeñas y medianas empresas del municipio de Medellín (sector: tecnología e innovaci.
- Johanson J, Vahlne J-E (2009) The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. *J Int Bus Stud* 40:1411–1431
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32.
- Kenny, B., & Fahy, J. (2011). Network resources and international performance of high tech SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 529-555.
- Kontinen, T., & Ojala, A. (2011). Network ties in the international opportunity recognition of family SMEs. *International Business Review*, 20(4), 440-453.
- Ley 905, A. (2004). Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande.
- Madsen, T. K. & Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: an evolutionary process? *International business review*, 6(6), 561-583.
- McDougall, P. P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of business venturing*, 9(6), 469-487.
- McDougall, P.P. y Oviatt, B.M. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64
- McKinsey and Co. (1993). *Emerging Exporters: Australia's High Value-Added Manufacturing Exporters*. Melbourne: McKinsey and Company and the Australian Manufacturing Council

- Mingers, J. (2006). A critique of statistical modelling in management science from a critical realist perspective: its role within multimethodology. *Journal of the Operational Research Society*, 57(2), 202-219.
- Mingers, J., & Brocklesby, J. (1997). Multimethodology: towards a framework for mixing methodologies. *Omega*, 25(5), 489-509.
- Otero, M. (2008). *Internacionalización: Como iniciar la expansión de su empresa en el mercado internacional*. España: Netbiblo.
- Sanabria Medina, L. A., & Ardila León, A. Julián. (2013). Oportunidades para la Internacionalización del Clúster de Tecnologías de la Información y Desarrollo De Software En Colombia, 100.
- Schumpeter, J. (1978). *Teoría del Desarrollo Económico*. México: FCE
- Simmonds, K., y Smith, H. (1968). El primer pedido de exportación: una innovación de marketing. *European Journal of Marketing*, 2 (2), 93-100.

Estabilidad empresarial e instituciones en Colombia: una explicación a los bajos niveles de innovación

Stephanie Prada Villamizar

Resumen. *La creación de empresa en una sociedad es la respuesta a dos realidades del individuo y su entorno: la oportunidad y la necesidad. Seguido de la creación de empresa se da el proceso que determina la continuidad del emprendedor y, por ende, se constituye la propiedad de la empresa. Luego, se presenta la innovación, que es el resultado de diferentes procesos aplicados por el empresario, resaltando que en el concepto de Shumpeter es aquella persona que constantemente está innovando. Este resultado se ve afectado, positiva o negativamente, de acuerdo al contexto institucional en el que están inmersos los nuevos empresarios o emprendedores. En las sociedades donde se emprende por oportunidad se esperan mejores niveles de innovación que en aquellas en las que se emprende por necesidad. La aplicación de un modelo lineal a partir de los indicadores hallados por el Global Entrepreneurship Monitor permite determinar que, para el caso colombiano, el establecimiento de propiedad de empresa es un resultado a la falta de empleo y está impulsado por una institución informal; además, la innovación tiene una influencia positiva por parte de los programas de gobierno y negativa por parte las normas culturales y sociales que forman las instituciones informales.*

Palabras clave: *Empresa, empresario, innovación e instituciones.*

Abstract-

The creation of a company in a society is the answer to two realities of the individual and his environment: the opportunity and the need. Followed by the creation of a company, the process that determines the continuity of the entrepreneur takes place and, therefore, the ownership of the company is constituted. Then, innovation is presented, which is the result of different processes applied by the entrepreneur, highlighting that in the concept of Shumpeter is that person who is constantly innovating. This result is affected, positively or negatively, according to the institutional context in which new entrepreneurs or entrepreneurs are immersed. In the societies where opportunity is undertaken, better levels of innovation are expected than in those in which it is undertaken by necessity. The application of a linear model based on the indicators found by the Global Entrepreneurship Monitor allows determining that, for the Colombian case, the establishment of company property is a result of the lack of employment and is driven by an informal institution; In addition, innovation has a positive influence on the part of government programs and negative on the part of cultural and social norms that form informal institutions.

Key words: Company, entrepreneur, innovation and institutions.

Introducción

El estudio de la innovación es importante porque es considerada por muchos teóricos como el componente más significativo para el desarrollo económico. Autores como Schumpeter (1994) y Porter (1991) determinan la relación del empresario, la innovación y los procesos de crecimiento económico en la sociedad. Por un lado, Schumpeter (1994) se adentra en la teoría del desarrollo económico sustentando los procesos que generan desenvolvimiento económico y el origen de la innovación basado en lo multiforme del concepto y el modo como el empresario innovador combina una serie de factores de producción para hacer efectiva la innovación; por otro lado, Porter (1991) estudia las condiciones dentro de una industria, determinando las estrategia de la empresa y el rendimiento basados en los formas de innovación.

De esta manera se analiza el comportamiento del emprendedor en Colombia, dado que su accionar se desvía de los conceptos concebidos bajo las teorías del desarrollo económico y los avances del sistema capitalista. Esta separación se puede entender bajo el estudio de las definiciones de innovación y empresario que son dadas por las teorías de Schumpeter y Porter, y como estas se ven afectadas por los cambios institucionales, debido a que el nuevo emprendedor realiza tal acción más por necesidad que por las oportunidades existentes en el mercado.

Bajo estas teorías se estudia la relación que tiene la estructura institucional, dando relevancia a las instituciones informales, el desempleo, la propiedad de negocio establecida y los índices de innovación en la realidad colombiana. Lo que supone demostrar que, en Colombia, la decisión de los individuos de crear y establecer la propiedad de empresa se da como una solución a la necesidad en términos de ingreso y, por ello, no se genera la innovación esperada por parte del sector empresarial.

Este estudio está dividido en cuatro secciones, en primer lugar, se presenta la revisión de literatura que permite determinar la relación entre la concepción del empresario, las instituciones informales y los procesos de innovación; en segundo lugar, se expone la metodología del estudio y los datos utilizados en el estudio; de esta forma, se presentan los resultados de la investigación en la tercera sección; y, finalmente, se presentan las conclusiones del estudio.

Marco Teórico

El concepto de empresa e innovación fue introducido en la propuesta de Desarrollo económico por Joseph Shumpeter. La innovación entra como principio para el Desarrollo y el empresario innovador como direccionador de los procesos de innovación. Es por esta razón que esta línea teórica sustenta el desarrollo de la investigación por lo que a continuación se menciona.

A pesar de que la innovación radical es el elemento fundamental que explica el desarrollo económico del modelo capitalista, éste no se da espontáneamente como consecuencia del impulso de los factores productivos, sino que es promovido activamente por el llamado empresario innovador de Schumpeter (1994). El siguiente análisis intenta demostrar que el nuevo emprendedor, limita sus esfuerzos para llevar a cabo las combinaciones de factores que generan

innovación en un entorno nacional, dado que el nuevo emprendedor no lo hace por oportunidad sino por necesidad y sus acciones toman cuerpo en combinaciones de productos ya existentes, lo que supone por tanto el empleo de antiguas existencias de los medios económicos, lo que se traduce en un freno para el desenvolvimiento económico.

La definición del empresario en este sentido se aproxima a aquella persona que tiene la capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción, adaptándose a los cambios espontáneos y discontinuos en los gustos de los consumidores (Schumpeter, Teoría del desenvolvimiento económico, 1994). Como lo menciona Montoya (2004):

Este empresario, para Schumpeter, no es cualquier empresario que monta una empresa, ni es el capitalista dueño del dinero, ni un técnico, etc... es decir, la persona (cualquiera, con negocio o sin negocio) que sea capaz de generar y gestionar innovaciones radicales dentro de las organizaciones o fuera de ellas. Pág. 211.

Cabe resaltar que la definición del empresario para Schumpeter no está hecha en términos de ganancia; en lugar de eso se basa en la función que crea dicha ganancia, es decir en la forma de combinación de factores que como lo menciona: "llevan efectivamente a la práctica nuevas combinaciones". Desde esta perspectiva el individuo emprendedor puede añadir de forma continua nuevos conocimientos a los existentes, sin embargo, manteniendo tanto habilidades como conocimientos constantes, en los canales ya establecidos por el entorno del individuo medio, cuando este se halla frente a la innovación, precisa de una guía que le permita nadar en contra de los procesos ya establecidos. Es por esta razón que la falta de conocimientos y guía frente a lo inexplorado, frenan el impulso innovador y mantienen al individuo en lo que Schumpeter (1994) determina como la dinámica del empresario hecho en términos de ganancia.

El producto de lo anterior se traduce como innovación. Está estrechamente ligado a las decisiones que tome el empresario dado que es una de las causas del desarrollo económico propuestas por Schupeter y es producto de las combinaciones realizadas por el emprendedor que genera un proceso de transformación económica, social y cultural. Es definida por Schumpeter (1942) citado en Ángel (2009) como:

La introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión. Pág. 2.

De esta manera solo se puede llamar empresario a la persona que realiza o introduce innovaciones radicales y las mantiene en contra de la masificación rutinaria de esas innovaciones; es decir que, para poseer el carácter permanente de empresario, debe ser un innovador constante y permanente Schumpeter (1994). Es por esta razón que el nuevo emprendedor destruye la posibilidad de constituirse empresario y mantenerse en el tiempo, por la imposibilidad de realizar nuevas y continuas combinaciones de factores. Esta misma función del empresario es tomada por Schumpeter (2015) denotando la responsabilidad de este dentro de los procesos de desarrollo, en donde ser empresario consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción. A su vez describe que este proceso no es fácil y sustenta dicha imposibilidad por dos razones:

En primer lugar, porque está fuera de las tareas rutinarias que todo el mundo entiende, y, en segundo lugar, porque el medio exterior presenta una resistencia multiforme que va según las condiciones sociales, culturales o políticas (Schumpeter , 2015, pág. 249).

Porter (1991) define la innovación en general como las mejoras en la tecnología para mejorar los métodos o las formas de hacer las cosas. Sin embargo, reafirma el hecho de que en la práctica una gran parte de las innovaciones son triviales y marginales, lo cual minimiza el desarrollo de la economía por la nulidad de la innovación radical. Este, al igual que Schumpeter, enfatiza el hecho de que sólo unos pocos mantienen el ingenio para impulsarla y no se da necesariamente por el descubrimiento tecnológico. Para Porter (1991), al igual que Schumpeter (1994), la innovación no tiene una fuente definida, sino aparece como intruso en un sector tomando y transformando con mejor disposición las nuevas oportunidades.

Lo anterior abre el camino para hablar del empresario innovador y las dificultades teóricas a las que este se puede enfrentar a la hora de realizar las combinaciones anteriormente mencionadas. La naturaleza de estas dificultades está enfocada por Schumpeter (1994) en tres puntos. Primero, los individuos carecen de información o datos que les permitan tomar decisiones fuera del entorno o

de los canales normalmente establecidos por el ambiente en el que se encuentran. Por ende, debe basarse en experiencias que dejan muchos aspectos en incertidumbre y no pueden ser tomados como insumos para apropiarse de la combinación necesaria de factores que le permitan ser un empresario innovador. La consecuencia de esto es la imposibilidad de vigilar todos los efectos y contra-efectos de la empresa proyectada por el nuevo emprendedor.

El segundo aspecto planteado por Schumpeter (1994) consiste en la lucha afrontada por el individuo para cambiar sus propios paradigmas o pensamientos a la hora de adoptar un punto de vista diferente respecto a qué es innovar. Dado que el individuo encamina las acciones a aquello que es conocido y que es habitual, aun sabiendo que esta forma de actuar no es la correcta.

El tercer punto es el más importante en cuanto al desarrollo de este estudio. Este es desarrollado por Schumpeter (1994) entorno a: “la reacción del medio social contra aquel que desea hacer algo nuevo” pág. 135. Dado que esta reacción puede manifestarse primeramente en la existencia de impedimentos legales o políticos se ve reflejada directamente en los asuntos económicos. Para romper este obstáculo Valencia (2011) plantea que el empresario, desde Shumpeter, debe asumir una conducta innovadora que le ayude a romper con la tradición o la costumbre; esta conducta en la teoría del empresario innovador se resume en voluntad y acción.

Por otra parte, la concepción del emprendedor actual se desvía del concepto del empresario planteado por Shumpeter concebido bajo las teorías del desarrollo económico y los avances del sistema capitalista. Esta separación se puede entender bajo el estudio de las definiciones anteriores de innovación y empresario que son dadas por las teorías de Schumpeter y Porter, para explicar el por qué y cómo ocurren estas disociaciones en la actualidad. Anteriormente se habló de que el nuevo emprendedor realiza tal acción más por necesidad que por las oportunidades existentes en el mercado. Pues bien, Sutz (2002) ayuda a dilucidar este problema caracterizando las formas utilizadas para acercarse a la innovación: tipologías y descripciones.

En primera medida López (2006) analiza la discusión sobre los aspectos desde donde se debe abordar la innovación tipológica, debido a que el problema no solo se puede abordar desde el lado de la tecnología como factor de innovación, sino que también radica en el hecho que las consideraciones organizacionales, el ideológico, cultural y el experiencial juegan un papel

La presente investigación fue realizada con una metodología mixta y se encuentra dividida en cuatro fases. La primera de ellas consta de una revisión de literatura que permite identificar el hilo conductor entre motivo de emprendimiento (necesidad y oportunidad), creación de empresa e innovación. Seguido de la selección de la muestra, la cual fue tomada del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, y las variables a utilizar, las cuales se tomaron a partir de los índices calculados por GEM. La tercera parte consta de la aplicación de dos modelos lineales que permiten determinar cuáles de las variables estudiadas influyen en la “Propiedad de Establecimiento de Empresa” y, dado lo anterior, cuáles influyen en la “Innovación”. Los modelos planteados, de acuerdo a los resultados de las pruebas realizadas con las variables estudiadas son:

$$\text{Established} = B_0 + B_1 \text{Unemployment} + B_2 \text{Cultural_social}$$

Donde:

Established: se refiere a un indicador de Propiedad de Empresa Establecida para Colombia, llamado “Established Business Ownership” y hallado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019).

Unemployment: se refiere a la tasa de desempleo hallada por el Banco Mundial con la metodología OIT (Banco Mundial, 2019).

Cultural_social: se refiere a un indicador de normas culturales y sociales para Colombia, llamado “Cultural And Social Norms” y hallado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019).

$$\text{Innovation} = B_0 + B_1 \text{Gover_programs} + B_2 \text{Cultural_social}$$

Donde:

Innovation: se refiere a un indicador de innovación para Colombia, llamado “Innovation” y hallado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019).

En el caso de la innovación y, al tener en cuenta la institución informal que lleva a crear empresa, se concluye que los emprendedores no innovan debido a la connotación de creación de empresa por necesidad o como solución al desempleo, esto se evidencia con el signo negativo del estimador de la variable *Cultral_Social*, el cual revela que por cada aumento porcentual en las normas culturales y sociales estudiadas por GEM existe una disminución de alrededor del 45% en el índice de innovación. Además, de las diferentes variables estudiadas la que presenta un comportamiento significativo, en este caso positivo, son los programas de gobierno en función del emprendimiento, se observa que por cada crecimiento de un punto porcentual en este indicador hay un aumento de aproximadamente el 37% en el índice de innovación. En Colombia estos programas parten de diversas leyes y decretos que permiten el fortalecimiento de los empresarios en pequeñas y medianas empresas, algunos de ellos son:

Ley 590 del 2000 (Congreso de la República, 2000): Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Ley 789 de 2002 (Congreso de la República, 2002): Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. Creación FONDO EMPRENDER.

Ley de emprendimiento o ley 1014 de 2006 (Congreso de la República, 2006): Ley que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Promueve al emprendedor entre los estudiantes y hace de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

Decreto 4463 de 2006 (Presidencia de la República, 2006): Decreta la constitución de sociedades comerciales unipersonales y otras disposiciones.

Decreto 1192 de 2009 (Presidencia de la República, 2009): Decreta la Red Nacional para el Emprendimiento (RNE).

Decreto 525 de 2009 (Presidencia de la República, 2009): Decreta alivios a Mipymes en pago de aportes parafiscales.

Desde la teoría propuesta por Shumpeter, esto evidencia que la combinación de los factores existentes en el entorno de los emprendedores no cumple de forma continua para realizar procesos de innovación eficaces. Las múltiples formas que establecen la facilidad o no de innovar, se ve reflejado en el modelo, donde las condiciones institucionales informales como el desempleo, logran afectar la significancia de la variable innovación determinando que procesos externos como el desempleo, son determinantes a la hora de innovar.

Conclusiones

El caso colombiano se muestra como un claro ejemplo a la respuesta a problemáticas basada en instituciones informales. En la temática aquí estudiada se muestra que la creación de empresa es una respuesta al aumento del desempleo, del 2011 a 2018 la variación del índice calculado por el Banco Mundial es de -0,1% y ha tendido a disminuir a lo largo del lapso mencionado (Banco Mundial, 2019); mientras la Tasa de Actividad emprendedora TEA y Propiedad de Negocio Establecida, aunque con algunos puntos críticos, muestran una tendencia ascendente. Por otra parte, el Índice Global de Innovaciones (IGI) muestra a Colombia en el puesto 63 de los 126 países que miden desde el 2007, y aunque muestra un ascenso en dos posiciones respecto al 2017, se registra una disminución en el índice, el cual muestra como aspectos que frenan el proceso innovador la producción creativa y el capital humano e investigación (Departamento Nacional de Planeación, 2019). Por lo anterior, los resultados de esta investigación son una relación entre la teoría, el modelo aplicado y la realidad colombiana, donde la creación de empresa no lleva a mejoras en los procesos de innovación debido a que esa creación es una respuesta a una problemática en términos de ingreso por parte de los individuos, lo cual es determinado por una institución informal; sin embargo, gracias a los programas de gobierno aplicados en el territorio nacional, se registran avances sobre la innovación sobretodo en términos de sofisticación de mercado e infraestructura (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Referencias

Acemoglu, D., & Robinson, J. (2012). *Por qué fracasan los países: los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. Deusto.

Ángel, B. E. (2009). El concepto de innovación. *Institución Universitaria CEIPA*, 8. Obtenido de <http://libertelia.org/wp-content/uploads/2016/03/El-concepto-de-innovacio%CC%81n.pdf>

Banco Mundial. (2019). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS?view=chart>

Boudreaux, C. (2017). Institutional quality and innovation: Some cross-country evidence. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 6(1), 24.

Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Índice Global de Innovación, 2018. Informe para Colombia*. Bogotá.

GEM. (2019). Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>

GEM. (2019). Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <https://www.gemconsortium.org/data/key-nes>

López, G. A. (2006). Perspectivas para el análisis de la innovación: un recorrido por la teoría. *Centro de Investigación y Extensión (CIE)*, 31. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v19n31/v19n31a10.pdf>

Montoya, O. S. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*(25).

North, D. C. (2014). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Bogotá : Fondo de Cultura Económica.

Peng, M., Wang, D., & Jiang, Y. (2008). An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. *Journal of International Business Studies*(39), 920-936.

Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones* . Buenos Aires : Vergara .

R Core Team . (2019). R: A language and environment for statistical computing. *R Foundation for Statistical Computing*. Vienna, Austria. Obtenido de <https://www.R-project.org/>

Schumpeter, J. (2015). *Capitalismo, socialismo y democracia* (Vol. 1). Barcelona: Página Indómita.

Schumpeter, J. (1994). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo de cultura económica .

Sutz, J. (2002). *Problemas avanzados de la innovación en América Latina*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v19n31/v19n31a10.pdf>

Valencia, P. (2011). *El empresario innovador y su relación con el Desarrollo económico* . Castilla: Economía .

La prospectiva en la consolidación de la marca territorial

González-Cabo, Verena¹ · Bonilla B., Luis Ferney²

¹Universidad de San Buenaventura, Cali (Grupo de Investigación GEOS, Facultad de Ciencias Económicas, vgonzale@usbcali.edu.co)

²Universidad de San Buenaventura, Cali (Grupo de Investigación GEOS, Facultad de Ciencias Económicas, lfbonilla@usbcali.edu.co)

Resumen— Con esta investigación se pretende establecer la relevancia de la prospectiva en la consolidación de la marca territorial, entendida como una estrategia para diferenciar y posicionar las ventajas comparativas y competitivas de un territorio específico; así mismo, el “marketing territorial” se usa como una herramienta de planificación estratégica por los gobiernos locales y departamentales para atraer inversión, proyectar el desarrollo de las comunidades y fortalecer el perfil competitivo de una región. En este documento se plantea una reflexión sobre el tema, como un primer escenario de un proceso investigativo que profundizará, en el futuro, sobre algunas regiones del territorio nacional. Desde lo metodológico, el estudio se aborda por fases: en la primera, de carácter exploratorio, se utilizó como método la investigación documental y como técnica el análisis de documentos, revisando de manera concreta y detallada la relación entre marca territorial y prospectiva territorial. Con la información obtenida se analizó la articulación entre prospectiva y marketing territorial, como una forma de apoyar la política pública en los territorios. Dado que es una investigación en curso, se presentarán de manera preliminar los hallazgos, enfocados en los ejercicios tanto de marca como de prospectiva realizados en el departamento del Valle del Cauca. Uno de los principales hallazgos indica que la planificación de los territorios es una tarea de los gobiernos, pero una responsabilidad de varios actores sociales que deben velar por el desarrollo y el bienestar de la población, por ello es importante definir herramientas de planeación adecuadas, que abarquen las inquietudes que de ellos provienen, desde un enfoque sistémico y multidisciplinario, capaz de entender las diversas aristas de los fenómenos que enfrentan las sociedades y así pensar en una marca territorial estratégica, articulada con la sostenibilidad de los recursos del territorio y que sirva de soporte para el crecimiento y desarrollo de la región.

Abstract— This research aims to establish the relevance of the prospective in the consolidation of the territorial brand, understood as a strategy to differentiate and position the comparative and competitive advantages of a specific territory; likewise, “territorial marketing” is used as a strategic planning tool by local and departmental governments to attract investment, project the development of communities and strengthen the competitive profile of a region. This document proposes a reflection on the subject, as a first stage of a research process that will deepen, in the future, some regions of the national territory. From the methodological point of view, the study is approached in phases: in the first one, of an exploratory nature, the documentary research was used as a method and the analysis of documents as a technique, reviewing in a concrete and detailed way the relationship between territorial mark and territorial prospective. With the information obtained, the articulation between prospective and territorial marketing was analyzed, as a way to support public policy in the territories. Given that this is an ongoing investigation, the findings will be presented in a preliminary manner, focused on both brand and prospective exercises carried out in the department of Valle del Cauca. One of the main findings indicates that the planning of territories is a task of governments, but a responsibility of several social actors that must ensure the development and welfare of the population, it is therefore important to define appropriate planning tools, which

cover the concerns that come from them, from a systemic and multidisciplinary approach, capable of understanding the diverse aspects of the phenomena that societies face and thus thinking about a strategic territorial brand, articulated with the sustainability of the resources of the territory and that serves as a support for the growth and development of the region..

Keywords/Palabras clave— *competitividad, identidad territorial, marca territorial, place branding, prospectiva territorial. competitiveness, territorial identity, territorial brand, place branding, territorial prospective.*

1. Introducción

La adecuada interacción Empresa-Sociedad-Estado es un escenario fértil para la prosperidad de un país, una región o un territorio que tenga como prioridad el bien general por encima del interés particular. Casi de manera necesaria, esta relación se consolida mediante un ejercicio político que, si está fundamentado en la ética, debe proponer un marco de acción donde los distintos actores sociales generen aportes, sin vulnerar los derechos de los demás.

Las múltiples estrategias para la elaboración de política pública han utilizado diferentes conceptos teóricos y herramientas metodológicas que permiten que quienes ejercen el liderazgo durante determinados períodos, establecidos por las leyes de cada región, hagan un ejercicio consciente, responsable y eficiente. Pero este ejercicio político, por su carácter público, no puede desconocer el valor de la administración para alcanzar los objetivos propuestos por el gobierno de turno.

Es allí donde esta investigación hace su aporte al estudiar, desde la línea de mercadeo, un fenómeno que toca dos disciplinas complementarias y relativamente recientes, para el caso del Valle del Cauca, como son el “marketing territorial” y la “prospectiva”, en lo referente al desarrollo de las regiones y por lo tanto el impacto que tienen ambas disciplinas en la construcción de política pública. Solo se incluye la parte inicial de revisión bibliográfica y conceptualización debido a que el proyecto está en una etapa exploratoria, por lo cual los resultados se pueden considerar una reflexión, más que una conclusión.

Hoy, los territorios deben ser competitivos para optimizar el uso de sus recursos y generar bienestar para sus habitantes y bajo esta premisa es necesario que se identifiquen las ventajas comparativas y competitivas que orienten la construcción de política pública con un enfoque de futuro. Para ello se hace necesario el uso de herramientas de planeación de diferente

La reflexión que se expone en este documento inicia con un término que está rodeado de incertidumbre, pero a la vez genera un interés constante entre los seres humanos porque es determinante para orientar sus acciones e incluso puede dar un sentido a la vida; un sustantivo que causa recelo y esperanza al mismo tiempo: el “futuro”.

Como lo plantea Massini (1995),

[...] escudriñar el futuro y por ende, los estudios de futuro es al mismo tiempo y por vía de consecuencia una manera de reflexionar, una manera de estructurar nuestras mentes, una manera de conceptualizar la vida, nuestras acciones de todos los días, cada una de nuestras decisiones. Es una manera de reflexionar acerca del mundo, de la sociedad, acerca de la relación entre sociedad y naturaleza. (pág. 141)

Pero el futuro invita a una reflexión amplia y compleja donde se involucran modelos de pensamiento que reciben el aporte de muchas ciencias, por lo cual se decidió estudiarlo de una forma estructurada y a partir de los intereses investigativos de los autores. Se identificó un punto de encuentro que involucraba tanto los estudios de futuro como el desarrollo social y es justamente allí donde se circunscribe el documento. Específicamente se abordarán dos disciplinas que los autores vienen trabajando en sus diferentes roles, el marketing territorial y la prospectiva, que podrían ser complementarios en el contexto de la política pública.

Entre los estudios de futuro, la prospectiva tiene una línea denominada “territorial” que ofrece aplicaciones orientadas a la gestión pública y otros escenarios sociopolíticos. Por otro lado, el marketing territorial, además de ser un concepto relativamente nuevo, está estrechamente relacionado con la planificación estratégica de las regiones; es decir, podría existir complementariedad entre ambos conceptos.

La prospectiva propicia un diálogo amplio donde el Estado, la sociedad y el mercado exploren horizontes viables que generen desarrollo, que es uno de los pilares al momento de desarrollar política pública. La disciplina, como tal, estudia la construcción de futuros viables, que implican diseño estratégico e invitan a la acción. Como lo plantean Medina, Becerra y Castaño (2014),

En primer lugar, la prospectiva facilita construir una visión de futuro compartida, dinámica y a largo plazo, e identificar las decisiones estratégicas necesarias para traducir la visión en acción institucional, mediante planes, programas y proyectos. En segundo lugar, desempeña un papel indispensable en el mundo contemporáneo en lo que respecta a enriquecer las políticas públicas para el desarrollo, al dar profundidad e integralidad al análisis de las transformaciones de la sociedad. En tercer lugar, es necesaria para reflexionar sobre la interdependencia entre todas las dimensiones del desarrollo. En cuarto lugar, es un instrumento idóneo para mantener un diálogo permanente a nivel político y social, y hacer que el Estado analice conjuntamente con la empresa, la academia y la sociedad civil las alternativas futuras y las prioridades esenciales de los países, territorios, sectores e instituciones. Por último, la producción de visiones compartidas de futuro promueve y mejora la coordinación de políticas públicas a nivel estratégico, programático y operativo. (pág. 23)

La prospectiva, como disciplina de las ciencias sociales, propone una combinación necesaria entre la reflexión y la acción, donde la capacidad de visualizar el futuro y planear acciones estratégicas para alcanzarlo, debe estar acompañada de habilidades de ejecución que además respondan hábilmente a los cambios, tratando de minimizar la incertidumbre. Es un desafío que puede ofrecer mejores resultados en la medida que más actores sumen esfuerzos para alcanzar los objetivos planeados. En palabras de Medina, Becerra y Castaño (2014),

Además de generar una visión de futuro, se busca desplegar la capacidad de la sociedad de convertirla en un proyecto viable. Una visión de futuro identifica a dónde se pretende llegar, pero también señala cómo recorrer el camino. Al elaborar una visión de futuro, una sociedad establece la cuota inicial de un proceso de cambio, pero el sendero a transitar depende de sus capacidades sociales, técnicas y políticas a ese efecto. (pág. 52)

En el sentido estratégico, la prospectiva ha sido catalogada por algunos autores, según el contexto en el que se evidencie su utilidad, de ahí que una corriente más pragmática utilice el término “prospectiva territorial”, que tiene una aplicación más orientada a los territorios, regiones, municipios, comunidades, países, entre otros, allanando el terreno para una articulación entre la disciplina y la política pública que sería uno de los principales beneficios de esta propuesta. Godet y Durance (2011) lo expresan así:

[...] la implementación de proyectos territoriales exige llevar a la vez tres tipos de enfoques que movilicen el saber hacer y métodos específicos: un proceder prospectivo, un enfoque estratégico, un proceso participativo. La suma de esos tres enfoques hace de la prospectiva territorial una prospectiva estratégica. (pág. 96)

Cuando se analizan el lugar y el espacio, otro aspecto fundamental es el de territorio; para Sánchez (2012), “un territorio es un espacio delimitado (con bordes y límites específicos) con significados que implican poder” (p. 129). Según lo anterior, el propósito de la creación de un territorio es transmitir relaciones de poder, en tanto que, “cada individuo crea su propia territorialidad” (p. 130), por lo que las personas al crear un territorio necesitan determinar el control y las reglas que se deben seguir, indistintamente de si se es residente o foráneo.

Desde otra perspectiva, Hiernaux (s.f.) manifiesta que los seres humanos desde una lógica idealista deberían ir construyendo y cuidando su hábitat; sin embargo, la humanidad lo que ha hecho es construir y destruir, puesto que las guerras, el uso intensivo de la tierra, entre otros, han ido agotando los recursos que le posibilitarían permanecer y alcanzar su mayor bienestar. Para Hiernaux (s.f.) el territorio es el espacio modelado por la humanidad y si es la humanidad la que lo modela debe velar por que el territorio de cierta manera se ordene a partir de la articulación con la realidad que le permita conocer su espacio, su geografía, su identidad.

Para Hiernaux (s.f.) los humanos han entrado en una posición de actores omnipotentes que tienen derechos para reorganizar su entorno, ubicar sus actividades donde mejor les genere réditos y esto de cierta manera ha llevado a la fragmentación de la naturaleza, el espacio y la

humanidad; puesto que “el ser humano puede ser entonces un predador de lo que no siente como suyo, en lo cual no participa, porque se ha vuelto distante de su existencia” (p. 5). Es así como la consideración de una marca territorial por parte de las administraciones públicas involucra no solo pensar en un eslogan que puede ser utilizado para promocionar un territorio, sino que hay unos recursos naturales, un espacio y una población que puede construir, conservar y preservar su territorio o, por el contrario, destruir y deteriorar sus recursos sin importar el futuro.

De acuerdo con lo anterior, Vásquez-Barquero (2000) plantea que cada localidad o territorio se caracteriza por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, un sistema productivo, una capacidad empresarial y conocimiento tecnológico, una dotación de recursos naturales e infraestructura, un sistema social y político, una tradición y una cultura, sobre los cuales se articulan los procesos de crecimiento económico local. Quiere esto decir que cada territorio tiene unos recursos económicos, humanos, institucionales y culturales que le son propios, que en algunos casos pueden ser explotados de forma sostenible y en otros no, pero que de cierta manera constituyen su potencial de desarrollo o, por el contrario, limitan su dinámica económica.

El marketing territorial fortalece entonces a las ciudades, a los municipios y a los territorios como centros políticos, económicos, sociales y culturales, haciéndolos ver como lugares de preferencia tanto para inversionistas como para turistas, proporcionándoles valor e identidad frente a otros territorios. El territorio emerge como resultado de una acción social (Flores, 2007). Mientras que para Espíndola (2003) el marketing territorial “es un plan encaminado a diseñar acciones, para la promoción económica de un territorio y que tiene gran relevancia como parte importante de la elaboración de una estrategia de desarrollo local en un municipio”.

De otra parte, De San Eugenio Vela (2013) afirma que el *branding* de lugar es una competencia propia de la gestión pública del territorio y, por tanto, del poder político y de la administración pública, por lo que resalta que “la distancia entre los responsables políticos y las técnicas propias del branding dificulta una conceptualización y visión correctas de lo que puede aportar a los territorios la aplicación de esta técnica”. Es claro que hay autores que

afirman que debe darse un trabajo conjunto entre lo político y lo empresarial, como es el caso de Kavaratzis (2005) y Anholt (2010) o el caso de Freire (2009), que establecen que la población local es relevante e importante para un proceso de construcción de marca de lugar, puesto que los residentes no solo son beneficiarios pasivos sino socios activos y coproductores de bienes, servicios y políticas públicas.

En esa misma línea, Kotler, Gertner, Rein y Haider (2007) afirman que el marketing de un lugar requiere el apoyo activo de instituciones públicas y privadas, grupos de interés y ciudadanos, puesto que actividades como el desarrollo de una imagen fuerte y atractiva para la comunidad, el establecimiento de incentivos tanto para empresarios como para usuarios, la entrega de productos y servicios en forma eficiente y accesible y la promoción del lugar, requieren de un trabajo de planeación conjunta entre los ciudadanos, la comunidad empresarial y el gobierno local, regional y nacional, puesto que el potencial de un lugar depende cada vez menos de su ubicación, clima y recursos naturales y más de su voluntad humana, destrezas, valores y organización.

De acuerdo con Kavaratzis y Hatch (2013), el *place branding* les debe facilitar a las personas del territorio expresar las características culturales que hacen parte de su identidad, brindándole la confianza no solo a la comunidad local sino a la comunidad en general de lo que ella expresa, puesto que una marca eficaz es capaz de articular y capturar todas aquellas expresiones y características percibidas diferentes que hay sobre el lugar y que constituyen la base de su identidad, puesto que: “It is widely believed that if the brand is not based on identity then the branding effort can only lead to a brand alien to the place, particularly to its internal audiences” (e. g. Houghton & Stevens, 2010; Therkelsen et al., 2010, como se citó en Kavaratzis y Hatch, 2013).

Construir una marca territorio significa descubrir o redescubrir las potencialidades de la región sobre lo que posee, en qué se diferencia y qué la hace única en relación con otras (Rodríguez-Villamizar, 2014); significa entonces que las regiones tienen que hacer uso de los elementos de identidad que poseen, los cuales hacen parte de su cultura, su historia, su tradición. Sin lugar a dudas, los lazos emocionales que se generan entre las personas que viven, trabajan y visitan el territorio es algo que no se puede desconocer. De acuerdo con

Baker (2012), las ciudades deben adaptarse constantemente a las circunstancias cambiantes, manteniendo al mismo tiempo un equilibrio entre lo que quieren proyectar y los valores y la visión de sus residentes, puesto que será el bienestar de la población en últimas el que se afectará de forma positiva o negativa.

De acuerdo con Kavaratzis (2012) la marca territorial es una actividad de gestión pública, y dichas actividades requieren contar con el apoyo de la comunidad por diversas razones sociales y políticas, ya que detrás de una marca hay motivaciones diferentes que en ocasiones pueden ser contradictorias, dado que los intereses de las partes involucradas pueden ser otros, distintos a los esperados. Esto implica que la calidad y la efectividad de las políticas públicas deben estar enfocadas en fortalecer el sentido de pertenencia y ciudadanía, dado que esta última es parte fundamental en la planificación de la marca y se requiere su participación.

3. Antecedentes

Hablar de prospectiva como disciplina conlleva la revisión de textos que fueron editados hace más de cincuenta años, donde se explora un nuevo enfoque para estudiar el futuro con el objetivo de anticipar las acciones que permiten afrontarlo. Su utilidad en diferentes ámbitos despertó el interés de la política pública como una forma de orientar los esfuerzos para el desarrollo de los pueblos y optimizar el uso de los recursos.

La prospectiva tiene en su haber la conformación de instituciones internacionales de estudios de futuro, institutos de investigación, federaciones mundiales, gremios científicos y grupos académicos vinculados por el interés sobre el porvenir y la posibilidad de prepararse para llegar a él. En el libro de Alonso Concheiro y Javier Medina titulado *Eleonora Barbieri Massini, alma de los estudios de futuro*, hay un recorrido histórico sobre las instituciones que se han venido conformando alrededor de los estudios de futuro que refleja el compromiso creciente que los diferentes actores sociales asumen en la construcción de una visión (Concheiro & Medina, 2013).

Estas dinámicas alrededor del tema permitieron la vinculación de países interesados en incorporar dichas teorías a su propia realidad. Los investigadores, instituciones académicas,

agentes del Estado, empresas, entre otros, acogieron los conceptos e iniciaron su aplicación en las diferentes instancias donde fuese posible. Para el caso colombiano, en el libro *Construyendo la calidad en los ejercicios de prospectiva y vigilancia tecnológica* (Medina, Escobar, Leal, Mosquera, & Mosquera, 2014), se presenta una línea de tiempo en la que se abordan tres ciclos que implican cambios de paradigma en el desarrollo de la prospectiva en Colombia (Figura 1) y que fueron caracterizados a partir de variables como el conocimiento teórico sobre el tema, la aplicación de las metodologías, el fortalecimiento institucional, el alcance de los proyectos, entre otros. Así, pues, básicamente se habla de tres etapas que van desde finales de los años sesenta hasta la primera década del siglo XXI.

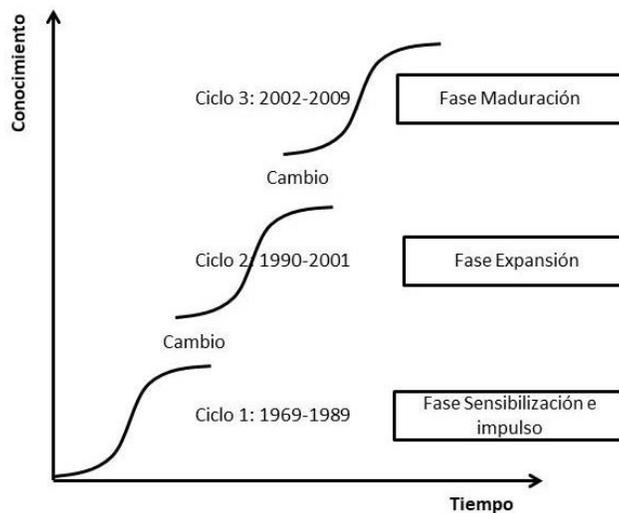


Figura 1. Cambio de paradigmas en el desarrollo de la prospectiva en Colombia.

Fuente: Medina, Escobar, Leal, Mosquera y Mosquera, 2014, p. 180.

La anterior caracterización muestra un plano general del avance que ha tenido la prospectiva para el caso colombiano, pero, de manera complementaria, hay evidencias de la forma como se concreta en ejercicios documentados, en los cuales se logran distintos niveles de aplicación conceptual. Mediante una revisión histórica realizada por Medina y Mojica (2008) es posible

mostrar algunos de estos ejercicios que, a juicio de estos expertos, son representativos (Tabla 1).

Tabla 1

Diez principales ejercicios y programas prospectivos en Colombia, 1969-2007.

| Nombre | Patrocinador | Año |
|--|--|------------|
| Programa Nacional de Prospectiva (alberga 32 ejercicios) | Colciencias – SENA | 2003-2007 |
| Agendas Regionales de Ciencia, Tecnología e Innovación (contiene 27 Agendas) | Colciencias – SENA | 2001-2007 |
| Colombia, un país por construir | Universidad Nacional | 1999-2002 |
| Destino Colombia | Empresa Privada | 1997-1998 |
| Estrategia Regional de Desarrollo del Occidente Colombiano | CORPES de Occidente | 1996-1998 |
| Visión Antioquia Siglo XXI | ProAntioquia | 1996-2000 |
| Determinación de Necesidades de Formación de Recursos Humanos al Año 2005 | Instituto Colombiano de Fomento a la Educación Superior (ICFES) | 1989-1994 |
| Colombia Siglo XXI | Confecámaras | 1989- 1990 |
| Programa Ciudadano “El Cali Que Queremos” | Cámara de Comercio de Cali – Universidad del Valle | 1987-1992 |
| Antioquia Siglo XXI | Proantioquia | 1986-1990 |

Fuente: Medina y Mojica, 2008, p. 159

Aproximadamente hacia el final de la primera década del siglo XXI se desarrollaron algunos documentos que recurrieron a la prospectiva como método para fortalecer la competitividad de cadenas productivas. En este proyecto se integraron instituciones educativas, ministerios e incluso asesores internacionales para construir “agendas prospectivas de investigación y

desarrollo para cadenas productivas”, siguiendo una metodología muy similar en cada una de ellas, a pesar de que su aplicación estaría destinada a diferentes productos.

Productos como el cacao, la panela, la palma de aceite, entre muchos otros, fueron objeto de estudio y alrededor de cada uno se elaboró una agenda, con una metodología muy similar, que tenía como aporte destacado el diseño de posibles escenarios de futuro, resultado de un análisis estructurado, sustentado y sólido, que entregaba información de base para que los actores de la cadena tuviesen la oportunidad de maximizar los resultados de sus esfuerzos. En la elaboración de estos documentos participaron instituciones de diferente naturaleza como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, asesores metodológicos, la Universidad Nacional, Colciencias y otros, según la vocación productiva que se estuviese desarrollando.

Las agendas en su mayoría hicieron caracterización de la cadena productiva analizada, algunos retos para el sector, una proyección de las tendencias en investigación y desarrollo tecnológico enfocadas en el encadenamiento, la definición de una visión prospectiva con la metodología de escenarios de futuro y algunos lineamientos para la agenda de investigación y desarrollo⁴⁷ (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Universidad Nacional de Colombia, & Biogestión, 2007).

En la bibliografía hay algunos otros ejemplos de la aplicación de esta disciplina, incluso para el sector privado, lo que evidencia el interés que despierta a nivel institucional debido a las ventajas que podría ofrecer. Sin embargo, su uso es más genérico y no se limita a territorios, ni parece tener un impacto significativo en el diseño de política pública, según lo consultado.

En lo que respecta a marcas territoriales, el Valle del Cauca ha realizado ejercicios como el de: “El Valle nos toca. Clima de prosperidad” y en el año 2017 “El Valle del Cauca vive el ritmo del Pacífico”. Adicionalmente, en la subregión del norte del departamento se han establecido tres marcas territoriales en los últimos años como: “El Norte del Valle del Cauca

⁴⁷ La cita de la Agenda de Investigación y Desarrollo Tecnológico toma como referencia la cadena del cacao, pero la consulta se hizo en varios sectores productivos que tienen agendas similares y no fueron incluidas porque están construidas casi con la misma estructura y coinciden en la mayoría de actores sociales que participaron en su desarrollo.

próspero y diverso”, “Paisaje Cultural Cafetero (PCC)” y “Región BRUT para poblear y disfrutar”.

El establecimiento de marcas territoriales, no solo a nivel país sino a nivel departamental y por subregiones en el Valle del Cauca, evidencia un interés marcado por parte de los actores gubernamentales en diseñar estrategias de marketing para promocionar y vender sus territorios. Es indudable que ese interés pretende aprovechar las ventajas comparativas que poseen los municipios en la zona, dadas sus condiciones geográficas y climáticas, que los hacen atractivos para los visitantes; sin embargo, a pesar del nacimiento de marcas en el departamento, este fenómeno de marcas territoriales sigue teniendo un interés comercial por parte de las administraciones locales, que en muchos de los casos no es planeado ni concertado con los agentes económicos del territorio.

Es así como para Ferrás, Macía, García & García (2001) el marketing territorial es una herramienta para la planificación estratégica de municipios, regiones, entidades federativas, etc. Dicha planificación debe considerarse en los planes de desarrollo que cada municipio, departamento y país determina para generar la ruta de trabajo de cada gobierno, en tanto que, de acuerdo con Jiménez (2015), “el marketing territorial se posiciona como uno de los elementos clave para la generación de desarrollo territorial, pues promueve, entre otros: a) la necesidad de construir una visión de territorio a futuro; b) el establecimiento de las potencialidades, es decir, saber cuáles son sus ventajas comparativas y competitivas; y c) la participación de todos los actores involucrados”. Lo anterior implica diseñar una carta de navegación explícita donde se expresen las estrategias, las metas, el plan de acción, entre otros requerimientos, para hacerle seguimiento a la marca y medir su impacto. El documento maestro que define la visión de los territorios en Colombia se denomina “Plan de desarrollo”, siendo este la consolidación de estrategias que dan cuenta de todas las dimensiones del desarrollo: económica, social, cultural, ambiental, etc.

De acuerdo con lo anterior, en el Plan de Desarrollo del departamento “El Valle está en vos” para el periodo 2016-2019 (Gobernación del Valle del Cauca, 2016), dentro del pilar Valle Productivo y Competitivo, hay nueve líneas de acción con programas, subprogramas y metas que están enfocadas en fortalecer no solo el departamento (Figura 3) en lo que respecta a su

competitividad sino en aumentar su desarrollo social y económico. Sin embargo, de acuerdo con el Índice Departamental de Competitividad (IDC) 2017 (Consejo Privado de Competitividad & Universidad del Rosario, 2017), el Valle del Cauca ocupó el sexto lugar, cayendo un puesto frente al 2016, lo que indica que el departamento tiene grandes desafíos y retos para aumentar su competitividad frente a otros departamentos como Bogotá D. C., Antioquia, Santander, Caldas y Risaralda, que son los que lo superan en el IDC 2017.

Como se observa en la Figura 2, en el Plan de Desarrollo del departamento hay una clara expresión de promocionar la región tanto en sus potencialidades como en sus vocaciones productivas; adicionalmente, se encuentra dentro de la línea de acción “Valle Global” una evidencia significativa de construir y desarrollar de manera colectiva una marca región; es así como en el año 2017 la administración departamental presenta la marca región “Valle del Cauca. Vive el ritmo del Pacífico”, como una aproximación al propósito de vender el territorio a partir de sus ventajas comparativas.

Lo anterior también refleja una oportunidad pensada desde la administración departamental para su territorio, en donde sus pobladores, inversionistas, empresarios, académicos y la sociedad en general encuentren en su marca territorio una posibilidad de ingresos, investigaciones y soluciones económicas y de desarrollo para la viabilidad de su territorio; es así como, la articulación entre el Estado, el sector empresarial, la academia y la sociedad en general podrá a través de los estudios que se realicen prever escenarios posibles la disponibilidad y el aprovechamiento a futuro de las capacidades productivas de la zona con la posibilidad de reducir el riesgo de deteriorar y acabar con los recursos naturales, humanos y de capital con los que cuenta el territorio.

Pilar: Valle Productivo y Competitivo

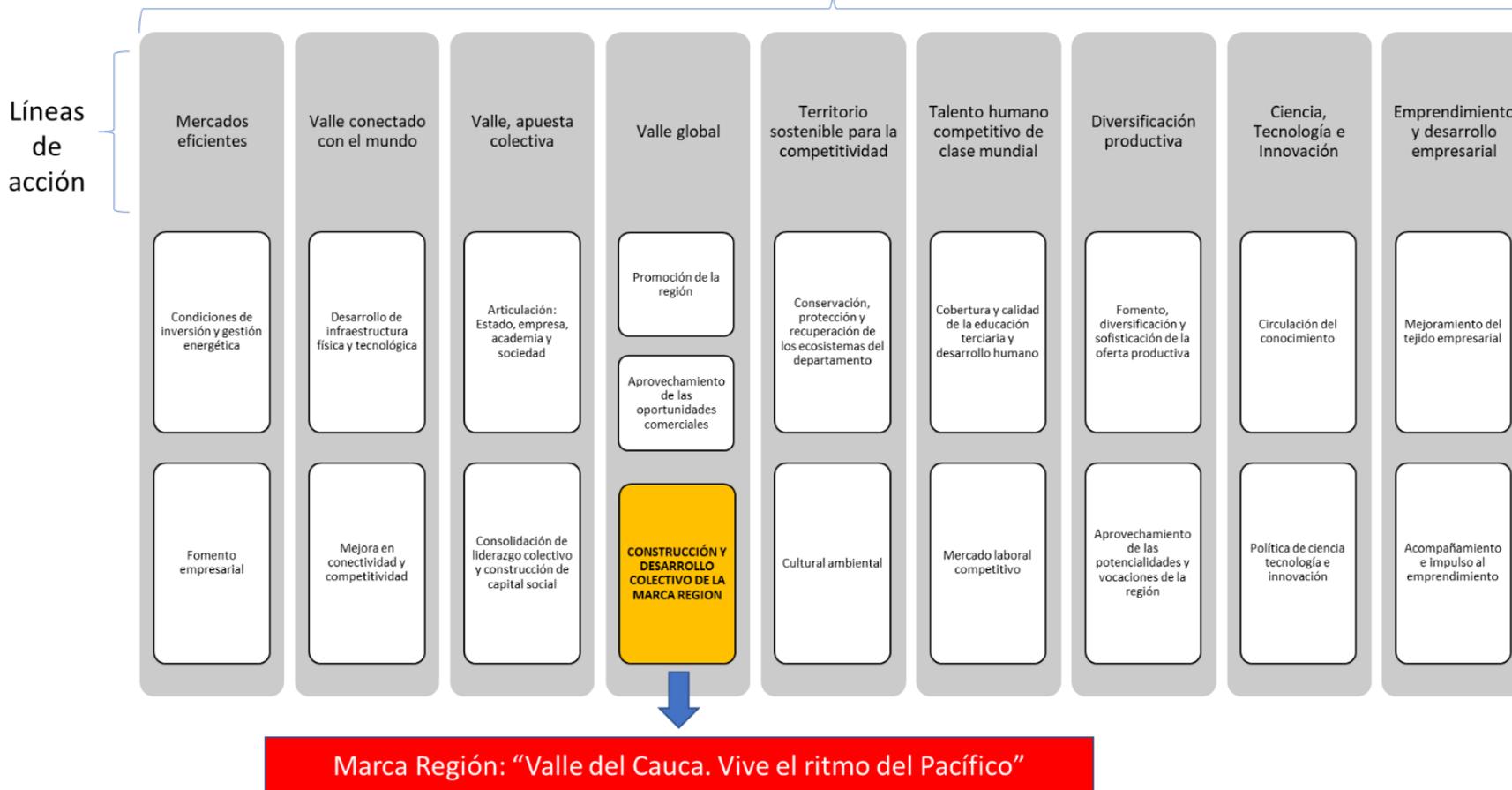


Figura 2. Líneas de acción estratégicas para el Valle del Cauca.

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Desarrollo “El Valle está en vos”.

4. Metodología, recolección y análisis de datos

El abordaje metodológico para la investigación está diseñado en fases; una primera fase, que es la que se expone en este documento, es de carácter exploratorio, donde está la revisión bibliográfica acerca de los conceptos teóricos relacionados y esbozar el estado del arte sobre el tema. Como método de investigación en esta fase inicial se realizó la investigación documental.

De acuerdo con Galeano (2010), la investigación documental no requiere que el investigador participe del mundo que estudia, ya que el trabajo se construye “desde fuera”. Lo que significa que este tipo de método es requerido por cualquier tipo de investigación, puesto que supone la revisión cuidadosa y sistemática de estudios, informes de investigación, estadísticas, literatura y en general todo tipo de documentos que sirvan para contextualizar lo que circula no solo en el medio académico sino en otras instituciones en relación con el tema que se pretende investigar.

Cuando se aborda la investigación documental es importante hacer esfuerzos por identificar patrones subyacentes, a lo que Galeano (2010, citando a Wilson, 1993) refiere a sentidos, visiones, percepciones, comprensiones sobre un evento o situación que analiza. Por lo anterior, el papel de investigador es crucial en la identificación de ese patrón subyacente, lo que equivale a un detallado proceso metodológico que permita darle confiabilidad y validez al trabajo investigativo.

La revisión de documentos que se hicieron para este caso proviene de:

- Investigaciones académicas
- Artículos publicados en revistas arbitradas y no arbitradas
- Planes de desarrollo de los municipios y del departamento
- Planes de Ordenamiento Territorial - POT
- Planes regionales de competitividad
- Estudios socioeconómicos del departamento y de los municipios

- Agendas de prospectiva regional y nacional

Con la revisión de los anteriores documentos se pretende evidenciar el estado de la cuestión, que es clave para definir de manera conceptual el tema, las estrategias de búsqueda, la localización de documentos, entre otros aspectos que darán cuenta de la importancia de reconocer un territorio no solo desde lo espacial sino desde su identidad.

Como técnica de investigación se utilizó el análisis documental, y se realizó un análisis primario y otro secundario de documentos, dando como primer resultado la definición de fuentes de información y el establecimiento de unas categorías que fueron dando luces para los hallazgos preliminares presentados en este documento. Dentro de las categorías iniciales para la revisión de los documentos se definieron: territorio, política pública, identidad, marca, marca territorial, prospectiva, prospectiva territorial.

5. Hallazgos

Dado que se trata de la etapa inicial de un proyecto que apenas empieza, los hallazgos consignados en este documento son preliminares y dan cuenta del análisis de documentos científicos y de trabajos realizados tanto por entidades privadas como públicas de la región, por lo que este avance es una reflexión de algunos temas que serán necesarios para encarar los estadios posteriores del trabajo que estamos desarrollando.

El territorio, entendido en el plano sociocultural, además de referirse a un área de superficie terrestre, hace alusión a

[...] la sociedad y sus actores llevando a cabo diversas actividades destinadas a crear o generar satisfactores de necesidades colectivas e individuales, en una porción de la superficie terrestre que se adecúa para tales fines. Un camino que conduce a dilucidar transformaciones de diversa índole, determinadas por formas de organización social, política y económica. (Salas, 2013, p. 49)

Por lo tanto, el desarrollo de un territorio, en términos sociales, económicos y culturales, estará determinado por las acciones de aquellos actores que participan en el ciclo de generación y satisfacción de necesidades, que implícitamente requieren formas de organización para orientar los esfuerzos y coordinar la participación de todos, lo cual, básicamente, se realiza mediante la aplicación de modelos políticos.

La estructura organizativa del modelo político que dirige una región es determinante para alcanzar los objetivos que se trazan para el futuro de la misma; sin embargo, también lo es la definición de políticas públicas que den claridad en la forma como se actuará, para alcanzar los resultados esperados. Las metodologías de planeación disponibles apoyan estos esfuerzos de proyección hacia un futuro deseable y constituyen un gran insumo para construir hojas de ruta claras que orienten la acción de los participantes.

La prospectiva y la marca territorial, que son las disciplinas abordadas en este artículo, son ejemplos de la forma como se pueden generar aportes a la política pública, integrando esfuerzos académicos, productivos, públicos y privados, entre otros, para generar el bienestar esperado por la sociedad. Sin embargo, no es fácil lograr una articulación entre los diagnósticos realizados mediante el uso de estas herramientas técnicas y la planeación de las instancias políticas que ejercen el poder en una región.

No quiere decir ello que no se use la información obtenida en los ejercicios prospectivos y de marca territorial, pero en algunos casos el diagnóstico de un fenómeno y las proyecciones deseables en cada situación, no trascienden hacia planes y programas concretos que conlleven a optimizar los esfuerzos y recursos que se tienen disponibles, o bien, los planes y programas no toman como fuente de información los ejercicios realizados, porque pueden ser susceptibles de sesgos políticos, personales, culturales o de otra índole.

Ejercicios de trabajo colaborativo para instituciones públicas, como por ejemplo el documento Valle del Cauca Visión 2032, que se autodenomina actualización del plan maestro de desarrollo regional del 2015 con proyección al 2032, hace un excelente diagnóstico de ventajas competitivas y comparativas, una presentación clara de las tendencias y una construcción de escenarios para diferentes elementos del departamento que en teoría deben

servir de insumo para la ejecución de las actividades que permitan afrontar esos futuros viables que se identifican allí. La primera situación que se observa es que cada ente territorial tiene autonomía para la toma de decisiones, y específicamente los gobernadores, en este caso, que tienen períodos de gobierno de cuatro años, no pueden asegurar que la proyección que se realiza mediante este tipo de ejercicios vaya a ser continuada por su sucesor en el cargo.

Por otra parte, son tantas las áreas que componen los esquemas de gobierno de estos entes territoriales, que es compleja la articulación entre ellas, a pesar de que se utilizan herramientas muy técnicas y específicas, como bancos de proyectos, cédulas presupuestales y otros que aparentemente aterrizan los objetivos en acciones concretas; sin embargo, estos métodos y herramientas son susceptibles de interpretaciones personales y por lo tanto la forma como se utilicen puede distorsionar el planteamiento inicial, pues no se puede asegurar que los equipos que trabajaron en el diseño del plan tengan una interacción directa con los responsables de la ejecución.

Por otro lado, un territorio puede ser heterogéneo, como es el caso del Valle del Cauca, donde las zonas planas y las montañosas tienen distintas vocaciones productivas, capacidades, recursos, culturas y costumbres, que deben ser tenidos en cuenta al momento de planear. En este sentido, tratar de implementar acciones con base en diagnósticos erróneos trae como consecuencia el incumplimiento de las expectativas generadas o, más grave aún, deterioro de las condiciones iniciales debido a que los recursos invertidos para alcanzar las metas planeadas no darán fruto pero sí pueden generar costos si se trata de inversiones en infraestructura, capacitación, mercadeo y publicidad, entre otras.

En ese orden de ideas, una de las alternativas que contempló la administración departamental fue incluir la marca región en el Plan de Desarrollo del Valle del Cauca, teniendo en cuenta no solo la construcción sino el desarrollo de la marca región; sin embargo, no es claro y explícito en el Plan cómo involucrar a los 42 municipios que conforman la región a participar, impulsar y promover la marca, ya que es a partir de las condiciones geográficas, culturales y económicas de ellos que se soporta la marca; además serán ellos, en últimas, los encargados de ofrecer y promover su territorio y asumir los costos de infraestructura, sostenimiento, seguridad y recursos para garantizar el lugar, por lo que deberán repensar, redistribuir y

reorganizar sus partidas presupuestales para realizar inversiones económicas suficientes para garantizar el éxito de la marca, sin dejar de lado las problemáticas propias de cada municipio que son prioridad para cada gobernante durante sus cuatro años de gestión.

Adicionalmente, la competitividad del departamento ha sido cuestionada, no solo por el sector empresarial sino por los inversionistas que ven el territorio como un departamento rezagado frente a otros departamentos, puesto que las brechas existentes en temas como eficiencia en los mercados, cobertura y calidad en la educación y sofisticación, diversificación e innovación son cruciales para ofrecer garantías a todos los grupos de interés que pertenecen a la región. Pensar en una marca que añade valor requiere inversiones, estrategias y gestión por parte de las administraciones locales que den cuenta no solo de la identidad de su territorio sino de su preservación.

Aunque el turismo viene consolidándose como un sector atractivo y potencial en la región, y adicionalmente está considerado en el Plan de Desarrollo departamental a través del fortalecimiento de productos turísticos y manifestaciones culturales del Valle del Cauca, a raíz de que el departamento quiere posicionarse como uno de los tres mejores destinos del país, hay que reconocer las iniciativas clúster que realiza la Cámara de Comercio de Cali desde el 2014, en unión con la Gobernación del Valle del Cauca, la Alcaldía de Cali y algunas universidades de la región como una estrategia que impulsa la competitividad de las industrias de la economía vallecaucana. Estas iniciativas clúster son seis: Sistema Moda, Proteína Blanca, Excelencia Clínica, Macrosnacks, Belleza y Cuidado Personal, y Bioenergía.

Las anteriores iniciativas clúster en el departamento son producto de un ejercicio participativo de construcción entre diferentes actores que buscaban identificar las fortalezas y oportunidades del Valle del Cauca con miras a definir una ruta que direccionara la región como un territorio moderno, atractivo, creíble y sólido, que se apoya en sus recursos y potencialidades, de ahí que desde la Cámara de Comercio, desde el año 2015, se diera paso a nombrar una narrativa estratégica de competitividad denominada “Un Valle que se Atreve”. De acuerdo con la Cámara de Comercio de Cali (2016), «una Narrativa Estratégica corresponde a una historia simple acerca de un futuro posible, relacionado con una secuencia de “antes”, “ahora” y “después”».

Como resultado de este ejercicio, se determinó que las cinco fortalezas del departamento se encontraban en: 1) Un Valle de gente creativa, 2) Un Valle de ciudades, 3) Un Valle sin distancias, 4) Un Valle de Bionegocios, y 5) Un Valle a la conquista. Para la Cámara de Comercio de Cali (2016), con el desarrollo de esta narrativa, se buscaba “impulsar un posicionamiento destacado del Valle del Cauca en el ámbito nacional e internacional en términos de competitividad y, en ese sentido, promover la capacidad de promover el crecimiento empresarial en la región, mayores ingresos y mejores condiciones de calidad de vida para las personas”.

El impulso de esas iniciativas clúster desde la Cámara de Comercio de Cali, la Gobernación y los distintos actores que participan desde lo privado y lo público, es un punto de partida para promocionar el territorio; sin embargo, el Valle del Cauca posee muchas empresas de distintos sectores, que pueden verse excluidos en estas iniciativas, además dentro de los planes de desarrollo de los municipios, no hay mención alguna de aprovechar y canalizar estas iniciativas clúster como impulso en sus territorios, lo que indica que hay una desarticulación entre este ejercicio prospectivo adecuado para el departamento y lo que en últimas desean tanto los habitantes de cada municipio como sus dirigentes; adicionalmente, debe darse articulación entre los diferentes municipios que colindan entre sí para que trabajen la política pública en conjunto y en pro del bienestar de sus habitantes.

Así lo plantean Muñoz y Cervantes (2009), cuando afirman que en el mundo vienen presentándose grandes transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales, lo que obliga a las ciudades a mejorar sus intercambios a través de múltiples relaciones horizontales con otras ciudades, por ejemplo, para competir o para cooperar, y relaciones verticales con otras instituciones, es el caso del Estado Central, las administraciones regionales, organismos internacionales y las empresas; lo que implica establecer redes estratégicas entre todos los interesados, por lo que estos autores plantean que el marketing de una ciudad no se debe concebir solo como una promoción turística sino como un proceso integral de transformación y promoción urbana, equilibrada entre los diversos colectivos implicados en una ciudad: los propios ciudadanos, los visitantes, los turistas y las instituciones públicas y privadas.

6. Conclusiones

La planificación de los territorios es una tarea de los gobiernos, pero una responsabilidad de varios actores sociales que deben velar por el desarrollo y el bienestar de la población, por lo cual es importante definir herramientas de planeación adecuadas que abarquen las inquietudes que de ellos provienen, desde un enfoque sistémico y multidisciplinario capaz de entender las diversas aristas de los fenómenos que enfrentan las sociedades. Sin embargo, los esfuerzos se pueden diluir cuando el trabajo de planificación no mantiene un orden lógico y una coherencia estructural. El uso de fuentes de información múltiples sin mecanismos de validación que las articulen, las heurísticas respecto a los temas fundamentales del fenómeno observado, la autonomía anárquica, la falta de continuidad en las orientaciones estratégicas, las ausencias de planes de acción o programas concretos para la ejecución de los planes y muchos otros sucesos pueden generar impactos adversos en la principal función de la planeación y por ende en los posibles resultados que se espera alcanzar con ella.

La taxonomía que se hace entre países desarrollados y países en vía de desarrollo se plantea desde los perfiles competitivos de cada uno de ellos y con base en algunos elementos característicos como economía, tecnología, servicios a las comunidades, longevidad de la población y otros múltiples factores que se consideran indicadores de “bienestar”. Así mismo, en los países, las regiones también tienen distintos niveles de desarrollo que plantean desafíos con niveles de intensidad heterogéneos y deben considerar las competencias distintivas y las capacidades de cada territorio, para asegurar que las proyecciones sean alcanzables. La sinergia se alcanzaría en la medida en que las regiones no trabajen independientemente, ya que podrían aprovechar las ventajas de otros territorios y ofrecer al mismo tiempo su plataforma para apoyar a los demás. A pesar de que el Gobierno central tiene una propuesta única para su período en el poder, es complejo encontrar un escenario que convoque a todos y que sea lo suficientemente incluyente para que se puedan articular los planes territoriales.

Las herramientas de apoyo a la planeación, como la prospectiva, ofrecen la oportunidad de proyectar futuros posibles para diseñar escenarios acordes con las expectativas del territorio. El desafío está en generar cursos de acción con las condiciones específicas que permitan la ejecución. Es necesario trascender de los textos nutridos y fluidos donde se mencionan logros

genéricos para obtener planes y programas que involucren a los responsables, que incorporen los indicadores de desempeño específicos en cada caso, que proyecten los recursos requeridos, que tengan claras las actividades para alcanzar los objetivos, que reconozcan la importancia en el tiempo de ejecución y los plazos en los cuales se pueden dar resultados medibles, por mencionar solo algunos de los factores que incrementarían la eficacia de los ejercicios de planeación. En la actualidad se evidencia la gestión de algunos organismos del Estado, pero siguen existiendo brechas entre política pública, prospectiva, marca territorio, planeación y ejecución, dejando una estela de duda sobre la calidad o utilidad de la herramienta, cuando es posible que la desviación esté relacionada con la falta de acoplamiento entre ellas.

Finalmente, no se puede desconocer que a pesar de contar con una variedad de productos agrícolas en el departamento, predominan el cultivo de la caña de azúcar y el cultivo del café, siendo el primero uno de los productos agroindustriales que mayor impacto ha traído a la economía de la región, y sobre la cual existe una gran industria que a través de los años impacta los ingresos del territorio; sin embargo, el establecimiento de una marca territorial pretende explorar otros productos y servicios que son distintivos de la región y que de ser aprovechados generarían empleo e ingresos a sus habitantes, por lo que no hay que olvidar que una marca territorial sin gestión y seguimiento puede ir en contra de las verdaderas vocaciones del territorio y puede fraccionar y agudizar problemáticas que antes no existían cuando no se hacía uso de ella.

7. Referencias

- Anholt, S. (2010). Places: Identity, Image and Reputation. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Baker, B. (2012). Destination Branding for Small Cities - Second Edition. Creative Leap Books
- Cámara de Comercio de Cali. (2016). Narrativa Estratégica de Competitividad. Un Valle que se Atreve. Disponible en: <http://www.ccc.org.co/file/2016/04/CRC-Narrativa-Un-Valle-que-se-Atreve-V3.pdf>
- Concheiro, A., & Medina, J. (2013). Eleonora Barbieri Massini, alma de los estudios de futuro. México: Fundación Javier Barros Sierra.

- Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario. (2017). Índice departamental de competitividad - 2017. Disponible en: <https://compite.com.co/idc/>
- De San Eugenio Vela, J. (2013). Del Estado-nación al Estado-marca. El rol de la diplomacia pública y la marca de país en el nuevo escenario de las relaciones internacionales. *Revista de Estudios Sociales* No. 46 ISSN 0123-885X. Bogotá, mayo - agosto de 2013, pp. 145-157.
- Espíndola, A. L. (2003). *Marketing territorial como estrategia de desarrollo local*. Barcelona: ESIC editorial.
- Ferrás, C., Macía, C., García, Y. & García, P. (2001). El territorio como mercancía. Fundamentos teóricos y metodológicos del marketing territorial. *Rde - Revista de Desenvolvimento Econômico* Ano III. Nº 5. Dezembro de 2001. Salvador, BA 68-79.
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Opera - Observatorio de políticas, ejecución y resultados de la Administración Pública*, pp. 35-54.
- Freire, J. R. (2009). 'Local People' a critical dimension for place brands. *Journal of Brand Management*, 16, 420-438. doi: 10.1057/palgrave.bm.2550097
- Galeano, M. E. (2010). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro de la mirada*. Medellín, Colombia: La Carreta Editores.
- Gobernación del Valle del Cauca. (2016). Plan de Desarrollo del Departamento del Valle del Cauca para el periodo 2016 -2019: "El Valle está en vos". Disponible en: <http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/publicaciones.php?id=33665>
- Godet, M., & Durance , P. (2011). *La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios*. Paris: Unesco, Dunod.
- Hiernaux, D. (s.f.). El ordenamiento del territorio: Una lectura desde la geografía humanista. Recuperado de http://fcps.uaq.mx/descargas/pnpc/3_personal_academico/nucleo_basico/daniel_hiernaux/po-nencias/3.pdf
- Jiménez, W. G. (2015). Internacionalización, desarrollo y gestión pública territorial. Experiencias en Colombia. *Innovar*, 25(55), 23- 39. DOI: 10.15446/innovar.v25n55.47194.
- Kavaratzis, M. (2005). Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models. *The Marketing Review*, 5(4): 329-342.

- Kavaratzis, M. (2012). From 'necessary evil' to necessity: stakeholders' involvement in place branding. *Journal of Place Management and Development*, Vol. 5 No. 1, pp. 7-19. <http://dx.doi.org/10.1108/17538331211209013>
- Kavaratzis, M. & Hatch, M. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory* 13(1), 69-86. DOI: 10.1177/1470593112467268
- Kotler, P., Gertner, D., Rein, I. & Haider, D. (2007). *Marketing internacional de lugares y destinos*. Pearson Educación, México. ISBN:978-970-26-0852-3
- Massini, E. (Noviembre de 1995). ¿Por qué reflexionar hoy acerca del futuro". *Cuadernos de Administración*(21), 137-147.
- Medina , J., Escobar , M., Leal, L., Mosquera, H., & Mosquera , A. (2014). *Construyendo la calidad en los ejercicios de prospectiva y vigilancia tecnológica*. Cali: Universidad del Valle.
- Medina, J., & Mojica, F. (2008). La prospectiva en Colombia: antecedentes, lecciones y desafíos. En D. dos Santos, & L. Fellows Filho, *Prospectiva na America Latina, Evolução e desafios*. Barau, Brasil: Canal6.
- Medina, J., Becerra, S., & Castaño, P. (2014). *Prospectiva y política pública para el cambio estructural en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Universidad Nacional de Colombia, & Biogestión. (2007). *Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de cacao-chocolate en Colombia*. Bogotá D.C: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
- Muñiz, N. & Cervantes, M. (2009). Identidad y marketing de ciudades y marcas territoriales: Place branding. *Ábaco*, 2 Época, No. 60/61, pp. 26-47. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/41558370>
- Rebollo, E. (2008). Comunicación y desarrollo local: el rol de los gobiernos y actores locales en la gestión de la imagen de un territorio. *Prisma* 22, pp. 131-148.
- Rodríguez-Villamizar, M. Y. (2014). Construcción marca-ciudad como relevancia antropológica en el desarrollo innovador de una identidad socioeconómica de un territorio. *Estrategias*, 12(22), 29-36. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/es.v12i22.963>
- Salas, A. (2013). *Prospectiva territorial. Aproximación a una base conceptual y metodológica*. Mérida, Venezuela: Gráficas El Portatítulo.

Sánchez, L. (comp.) (2012). Geografía humana: conceptos básicos y aplicaciones. Colombia: Universidad de los Andes.

Vásquez-Barquero, A. (2000). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. Proyecto CEPAL/GTZ “Desarrollo económico local y descentralización en América Latina”. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/31392/S00020088_es.pdf

Fortalecimiento de las Capacidades para Combatir el Cambio Climático en los Países en Desarrollo en el Siglo XXI

Esparza Victor¹, Almeyda Jennifer²

¹SIGI, Administración de negocios internacionales, Economía, administración y negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, victoresparza848@gmail.com

² SIGI, Administración de negocios internacionales, Economía, administración y negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, jeniferalmeyda25@gmail.com

Resumen— El objetivo general de este artículo era identificar las mejores estrategias para combatir el cambio climático en este siglo con la mejora de los países en desarrollo y se centró en la información, la tecnología, la juventud y la agricultura. La metodología utilizada en este artículo fue la metodología cualitativa, en la que se identificaron productos de investigación tales como bases de datos, artículos científicos, información de la organización, y algunos otros especialmente la información recolectada de las organizaciones de la ONU, también se hicieron ideas personales del autor para complementar el artículo. Y las principales conclusiones fueron relacionadas con el intercambio de información y tecnología, los jóvenes y la agricultura sostenible, esos tres están relacionados entre sí y con la correcta planificación y con la correcta administración del mundo que ahora podemos ver que será diferente en un futuro en todos los aspectos y en específico para el Fortalecimiento de Capacidades para Combatir el Cambio Climático.

Abstract— The general objective of this article was to identify the best strategies for combating climate change in this century with improvement the developing countries and was focused on the information, the technology, the youth and the agriculture. The methodology used in this article was the qualitative methodology, in wich it was identified products of investigation such as databases, scientific articles, organization's information, and some others specially the information collected from the UN organizations, also was maked personal ideas of the author to complement the article. And the main conclusions were related about the information and technology sharing, the young people and the sustainable agriculture, those three are related with each other and with the correct planning and with the correct

administration the world that we can see now it will be different in a future in all the aspects and in specific for the Capacity Building for Combating Climate Change.

Keywords/Palabras clave— Información, Tecnología, Jóvenes, Sostenible, Agricultura

1. Introducción

Teniendo en cuenta la situación actual del cambio climático, son importantes ciertas medidas y el objetivo de este artículo está ligado a ello, este artículo identificará las mejores estrategias para combatir el cambio climático y así generar desarrollo para aquellas economías o países que no se consideran desarrollados, teniendo en cuenta que si estos mejoran en los diversos aspectos que se mencionan a lo largo del documento, ayudarán a resolver no sólo los problemas relacionados con el cambio climático, sino también otros problemas que pueden ser observados junto con los ODS, esto va a ser de utilidad en general para el mundo.

Por lo tanto, en el presente artículo se realizó una investigación cualitativa, es decir, tomando como base otros artículos científicos. En el artículo se presentarán temas relacionados con el cambio climático, estos temas tratarán sobre el intercambio de información y tecnología con los países subdesarrollados, el papel de la juventud y el papel de la agricultura en la lucha contra el cambio climático, en cada uno de estos temas se definirán las estrategias necesarias para combatir el cambio climático, además de la importancia de estos temas se mencionará la importancia de los mismos, las diferentes organizaciones o marcos en los que ya se ha trabajado sobre el tema, la razón de la elección de estos temas y el complemento que se ha hecho entre sí.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Identificar las mejores estrategias para combatir el cambio climático en este siglo con mejoras en los países en desarrollo.

2.2. Objetivos específicos

2.2.1 Determinar el papel del intercambio de tecnología e información sobre la mejora de los países en desarrollo.

2.2.2 Analizar el papel de la juventud en el logro de los diferentes marcos establecidos por la ONU que ayudarán a los países en vías de desarrollo.

2.2.3 Describir el papel de la agricultura sostenible en la lucha contra el cambio climático en los países en desarrollo.

3. Metodología

La metodología de la presente propuesta de investigación es de tipo cualitativo basado en el análisis y la utilización de fuentes secundarias. En esta investigación se requiere comprender profundamente las herramientas que tenemos a disposición para ayudar a la sociedad en los países subdesarrollados uniéndose así a la lucha en contra del cambio climático, esto, se hará reuniendo datos de artículos académicos y profesionales que podemos encontrar en las distintas bases de datos que tenemos a nuestra disposición.

4. Resultados

Capítulo 1: Función del intercambio de tecnología e información sobre el mejoramiento de los países en desarrollo

1.1 Importancia del papel de la tecnología y de la información en la mejora de los países en desarrollo.

Hoy en día no es un secreto los cambios en el clima, el planeta está llorando y nosotros como comunidad internacional estamos atrasados en la carrera por combatir el cambio climático y esto está afectando a todos en todos los países pero no es también un secreto que va a afectar más a los países subdesarrollados, por lo tanto es una misión ayudar a mejorar a estos países en todas las áreas necesarias; teniendo en cuenta que el autor de este artículo cree que una de las estrategias más interesantes y provechosas para combatir este tema es compartir la información y la tecnología con los países que se consideran países en desarrollo de los países desarrollados y de las economías en transición.

Según The World Economic Situation and Prospects (WESP), guiado por los datos de diferentes órganos de la ONU, clasifica a los países en tres grandes categorías: una de ellas son los países desarrollados, que son alrededor de 37 países, otra son las economías en transición, en las que podemos encontrar 17 países, y la última son los países en desarrollo, que alcanzaron los 107 países en 2014; es importante reconocer que estas naciones representan aproximadamente el 55% de los países del mundo. Este es un hecho importante para tener en cuenta porque los países en vías de desarrollo representan más de la mitad del planeta y si analizamos más a fondo ese hecho, en un futuro no será sólo un asunto ambiental, también podemos encontrar asuntos de Derechos Humanos y otro asunto vendrá en torno a este tema.

Marx expresa que las interacciones entre el desarrollo económico y la tecnología se hicieron explícitas en la Industria Moderna, período que comenzó con la Revolución Industrial. Una vez que los procesos mecánicos se incrustaron en las etapas del proceso productivo, se produjo la implementación de avances tecnológicos sobre el mismo, los cuales fueron consecuentemente optimizados (Marx, 1867). Esto nos permite entender que es una mejora económica, pero también la tecnología ayudará a todos los países a complementar la mejora en cada proceso con prácticas sostenibles y ecológicas.

Es importante utilizar la tecnología como un conector entre la información y los usuarios, el autor piensa que es una especie de complementación de la tecnología y la información porque si los países que necesitan tanto tecnología como información ya tienen la tecnología facilita el proceso de transferencia de la información, todo se trata de proceso, y ahora mismo es más fácil debido a la globalización. Y ahora, ¿cuál es la importancia de compartir la información? La importancia de la tecnología ya fue explicada, pero también es necesario entender el enorme impacto de la información; el mundo está en el cuarto desarrollo industrial y está enfocado en la tecnología y la información, si todos los países tienen la información de hacer buenas prácticas en todos los procesos de la industria para hacerla amigable con el medio ambiente.

1.2 Estrategias de recopilación de la información necesaria para la mejora.

Saint-Paul afirma que, desde la antigüedad, disponer de la información adecuada en el momento oportuno ha significado 'poder' y que sólo las personas o grupos de personas que podían permitirse financiar ese intercambio de información gozaban de ese privilegio; añade además que la información permitía al mismo tiempo igualar en todos los ámbitos de una sociedad las condiciones de vida o de trabajo y, a partir de esa base, crear la educación adecuada para enriquecer a cada individuo, un fenómeno que contribuía al bienestar de la sociedad. (Arnaud Saint-Paul, 2008). En este sentido es importante destacar el poder de la persona que tiene la información, esta es la razón principal para desarrollar estrategias en torno a este tema.

La principal estrategia para recoger la información es reunir todas las bases de datos que puedan ayudar a facilitar el proceso a todas las personas que necesiten esta información para seguir avanzando en sus trabajos de lucha contra el cambio climático. Por esta razón, según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), las bases de datos de la FAO abarcan una amplia gama de cuestiones relacionadas con la seguridad alimentaria y la agricultura. Entre ellos, el más importante es "FAOSTAT", que permite un acceso libre y fácil a los datos de 245 países y 35 zonas regionales desde 1961 hasta el año más reciente disponible. También, según las Naciones Unidas (ONU), los jóvenes son los que tienen entre 15 y 24 años, con eso en mente podemos utilizar, por ejemplo, el Factbook de la CIA para determinar la cantidad de personas que tienen ese rango de edad, y además podríamos utilizar las bases de datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para determinar la educación de los jóvenes. Así, la estrategia en este caso es crear otra base de datos en la que se posea toda la información de estas bases de datos y se ayude a las personas que van a trabajar en base a estos temas y al cambio climático. ¿Por qué el autor utiliza sólo para las bases de datos sobre la juventud y la agricultura? Porque esos son los temas que se tratarán en este artículo.

podrían combinar la información con la experiencia que tienen o tendrán. Según la página web "Quierotec.com", la I.A. está revolucionando nuestra realidad, mejorando varios campos de vital importancia. Hoy en día, hay gente a favor de los beneficios que el campo de la IA, incluyéndome a mí, podría aportar. Pero también está la otra cara de la moneda, donde se oponen a cualquier avance de esta tecnología (Quierotec.com, 2018). Es importante destacar que el autor está de acuerdo con la IA, pero en la medida en que ayuda a la humanidad en sus obras, en lugar de quitarle sus obras.

La otra estrategia es crear una aplicación que contenga la IA, esto es delicado porque como todo lo que comienza en este periodo de tiempo necesita de internet, tal vez en un futuro la aplicación pueda ser innovada y actualizada en toda la base, pero en primer lugar será con internet y el problema será el acceso a ellos, no todo el mundo o en todas partes del país tiene internet pero toda la comunidad internacional está trabajando junto con algunas organizaciones como la ONU para resolver este problema, pero en este momento podría trabajar con las áreas que tienen acceso a internet.

Capítulo 2: El papel de la juventud en el logro de los diferentes marcos establecidos por las Naciones Unidas que ayudarán a los países en Desarrollo.

2.1 Conferencias u organizaciones que se centran en los jóvenes.

El autor de este artículo cree que la juventud es la esperanza para el cambio a una nueva era, así como Kirchner dice a los jóvenes que necesitan ser transgresores, piensa que la juventud debe ser un punto de inflexión de los nuevos tiempos, y como Sócrates piensa que lo que mejor se adapta a la juventud es la modestia, la modestia, el amor a la templanza y la justicia. Tales son las virtudes que deben formar su carácter.

En esta parte se mencionarán las principales conferencias, marcos u organizaciones que se centran en los jóvenes, comenzando por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre

el Cambio Climático (CMNUCC), de acuerdo con este marco el mundo necesita liderazgo sobre el cambio climático y los jóvenes se están acercando al reto; por ello, crean el Concurso Mundial de Videos Juveniles que es un medio para que los jóvenes de todo el mundo muestren sus acciones para combatir el cambio climático.

Otro es YOUNGO, que es el distrito oficial de la juventud en la CMNUCC. YOUNGO está formado por organizaciones e individuos que se identifican como jóvenes y no como una organización, sino más bien como un conjunto de grupos y/o individuos; y, según este grupo, los miembros de YOUNGO pueden decidir actuar o apoyar una iniciativa como una unidad constitutiva, en cuyo caso las conversaciones abiertas y transparentes y el consenso son los mecanismos para llegar a las decisiones. Los jóvenes de todos los rincones del mundo pueden ser parte de YOUNGO como individuos. Las organizaciones juveniles también pueden ser parte de YOUNGO.

El siguiente es el Foro de Jóvenes de Action for Climate Empowerment (ACE), el objetivo del Foro era involucrar efectivamente a los jóvenes en las negociaciones sobre ACE; y, según este Foro, un componente vital del Foro era proporcionar las Becas AYP, que permitieron a unos 40 jóvenes de los países del Sur Global, participar y comprometerse en el Foro. Un proceso de selección global evaluó más de 3.330 solicitudes de 125 países para seleccionar a los beneficiarios de las becas.

Por último, la Declaración de Colombo sobre la Juventud, que se celebró en la Conferencia Mundial sobre la Juventud en 2014, en esta conferencia se estableció el apoyo a una mayor participación de los jóvenes en los procesos de formulación de políticas nacionales mediante campañas de participación; y también, según esta declaración, reconocen que el cambio climático está estrechamente vinculado a las cuestiones de desarrollo y que, por lo tanto, la equidad intergeneracional es fundamental, así como el reconocimiento de la importancia de involucrar a las generaciones jóvenes en los debates sobre el clima, teniendo en cuenta las necesidades especiales de los jóvenes de los países en desarrollo, especialmente en los países

en desarrollo menos adelantados, los países en desarrollo localizados en la tierra, y los pequeños Estados insulares en desarrollo.

2.2 Marcos del cambio climático establecidos por las Naciones Unidas.

El autor de este artículo piensa que los marcos son una excelente herramienta para mantener el control en todas las áreas, y si hablamos del cambio climático es de hecho más importante porque estamos hablando de nuestra casa. También, Akintoye argumenta que los marcos teóricos que estos ayudan al investigador encontrando un enfoque apropiado para su investigación, herramientas analíticas y el procedimiento para la investigación. Esto vuelve los resultados de la investigación más significativos y generalizados. (Akintoye, 2015).

Si hablamos de los marcos centrados en el cambio climático no hay duda de que se va a mencionar la CMNUCC que el autor mencionó en el subtema anterior, este marco se mencionó para presentar a YOUNGO, que fue creado en parte por la CMNUCC, y este marco se va a mencionar de nuevo porque en el subtema anterior se centró en la juventud. Por lo tanto, de acuerdo con la CMNUCC, hoy en día tiene una composición casi universal. Los 197 países que han ratificado la Convención son Partes en ella. El objetivo último de la Convención es prevenir la interferencia humana "peligrosa" en el sistema climático.

El siguiente es el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) de las Naciones Unidas, creado por la Organización Meteorológica Mundial (OMM) y la Organización de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (ONU) para proporcionar una fuente objetiva de información científica; y, según el IPCC, hoy en día se considera que es totalmente posible un aumento de 4°C antes del año 2100, alarmando a todo el mundo.

Otro es el Protocolo de Kioto (PK), En 1995, los países iniciaron negociaciones para fortalecer la respuesta global al cambio climático y, dos años después, adoptaron el Protocolo de Kioto;

de acuerdo con el Protocolo de Kioto, las Partes de los países desarrollados están legalmente obligadas a cumplir con los objetivos de reducción de emisiones.

Por último, el Acuerdo de París (AP), en 2015, las Partes de la CMNUCC alcanzaron un acuerdo histórico para combatir el cambio climático y acelerar e intensificar las acciones e inversiones necesarias para un futuro sostenible con bajas emisiones de carbono. En este Marco podemos encontrar el Comité de París para la Creación de Capacidades (PCCB), en el que se abordan las brechas en la creación de capacidades en los países en desarrollo, incluido el fortalecimiento de la respuesta mundial al cambio climático, instando a los Estados Miembros a que reduzcan las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (Gases de Efecto Invernadero (GEI)) de conformidad con el Informe de la Brecha de Emisiones de 2017, a fin de evitar que las temperaturas mundiales superen los 1,5 grados Celsius.

2.3 Estrategias para incentivar a los jóvenes a participar en la lucha contra el cambio climático.

El cambio climático es una realidad que afecta a todo el mundo en general, hoy en día es normal ver tormentas, terremotos y cualquier otro desastre natural; cuidar el medio ambiente es una de las misiones más importantes ahora, por lo tanto, estos temas tienen un papel importante en la protección del medio ambiente. Di Crapio dice que interpreta a personajes ficticios que normalmente resuelven problemas ficticios. Piensa que la humanidad ha visto el cambio climático de la misma manera; también añade que pretender que el cambio climático no es real no hará que desaparezca.

El autor cree que la mejor manera de incentivar a los jóvenes para que se unan al proceso de lucha contra el cambio climático es a través de los medios sociales, en la actualidad los jóvenes están muy ligados a la tecnología y en particular a los medios sociales, por lo que la idea es crear diferentes campañas, en asociación con diferentes organizaciones que están luchando contra el cambio climático, en las que se muestren a todos los jóvenes los problemas, los daños y perjuicios que ya tiene el planeta y también las probables soluciones a este problema.

Otra idea para incentivar a los jóvenes a unirse a la lucha contra el cambio climático es mostrarles historias de éxito de otros jóvenes que están involucrados ahora mismo en este proceso, esto será una motivación para empezar a cuidar el planeta.

Una vez incentivados los jóvenes a unirse a este trabajo, habrá algunas ideas que pueden involucrar a estas personas en la lucha contra el Cambio Climático, una de ellas es crear algún tipo de torneos donde habrá diferentes categorías, por ejemplo, el equipo que innova algo que ayude al medio ambiente, o el equipo que ayuda más al planeta con sus acciones; las únicas recompensas que el torneo puede dejar son una mención al equipo que hace el mejor trabajo, también otra mención a todos los equipos por su esfuerzo en esta tarea y los contactos de los colegas y amigos que están trabajando en un objetivo muy parecido.

Otra idea es ampliar el acceso a los jóvenes en comités u organizaciones que se relacionan en este proceso, porque necesitamos todas las ideas posibles para combatir el cambio climático, y qué mejor manera que unir a estas personas en este tipo de actividades, también estamos complementando otro tema que se relaciona con la educación, la educación de los jóvenes es necesaria también para lograr los objetivos en este tema.

Y finalmente el autor cree que es importante enseñar a los jóvenes en las diferentes áreas a las que podrían acceder para iniciar este proceso, porque podemos encontrar diferentes tipos de personas en todo el mundo, así que habrá jóvenes que se interesen por la parte tecnológica, y otra parte de la gente se interesará por la parte de campo, con estas ideas en mente es importante tener el control correcto sobre toda la población joven que quiera formar parte de este proceso, tal vez creando una nueva parte de la base de datos mencionada anteriormente o simplemente creando una lista en la que podamos encontrar a todo el personal que esté allí.

Capítulo 3: El papel de la agricultura sostenible en la lucha contra el cambio climático en los países en Desarrollo

3.1 Importancia de la agricultura en los países en desarrollo.

El sector agrícola es probablemente el más importante para la mayoría de los países en desarrollo, en el que no sólo se comercia por el consumo nacional sino también por una parte del consumo internacional, y esa podría ser la principal importancia de la agricultura para estos países subdesarrollados; según las estadísticas de la OMC, los países en desarrollo en su conjunto han visto un aumento significativo de sus exportaciones agrícolas. El comercio agrícola aumentó globalmente en casi 100.000 millones de dólares entre 1993 y 1998. De este total, las exportaciones de los países en desarrollo aumentaron en unos 47.000 millones de dólares, pasando de 120.000 millones de dólares a 167.000 millones de dólares en el período. Su participación en las exportaciones agrícolas mundiales aumentó del 40,1% al 42,4%. Pero dentro del grupo, algunos países en desarrollo han visto cómo se deterioraba su balanza comercial agrícola: sus importaciones han aumentado más rápidamente que sus exportaciones.

Según nuevas cifras de la FAO, la agricultura en los países en desarrollo representó el 23 por ciento de todos los daños y pérdidas causados por catástrofes de mediana y gran escala entre 2006 y 2016. "Pero el sector agrícola no sólo es una víctima, sino todo lo contrario, es parte de la solución y puede desempeñar un papel clave en la reducción del riesgo de desastres", aseguró Anna Ricoy, Oficial de Gestión del Riesgo de Desastres de la FAO. Además, según el Banco Mundial, el desarrollo agrícola es una de las herramientas más poderosas para acabar con la pobreza extrema, impulsar la prosperidad compartida y alimentar a 9.700 millones de personas para 2050. El crecimiento del sector agrícola es de dos a cuatro veces más eficaz para aumentar los ingresos de los más pobres que en otros sectores. Los análisis de 2016 revelaron que el 65% de los adultos pobres que trabajan se ganan la vida gracias a la agricultura.

El autor de este artículo cree que la agricultura es importante, no sólo para hacer crecer la economía, sino también para la alimentación de la población alrededor del mundo, esto

también es importante porque es un derecho de la humanidad, el acceso a los alimentos es como un plan estratégico para hacer crecer a las personas como seres humanos, profesionales y otras áreas de la vida, porque una buena alimentación es la base del camino para mejorar todo, con el estómago vacío es demasiado difícil de pensar y actuar.

3.2 Importancia de tener prácticas de agricultura sostenible para el mejoramiento de los países en desarrollo.

En la actualidad el daño causado por el cambio climático es enorme, la ONU dice que si no hacemos nada antes de 2030 no habrá vuelta atrás, tenemos que tomar medidas contra el cambio climático para salvar el planeta, es nuestro único hogar y tantas vidas son parte de esto, no sólo de los seres humanos, sino también de toda la biodiversidad de las plantas y animales que habitan este mundo.

Según los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) creados por la ONU, en concreto el número 15, 2.6 billones de personas dependen directamente de la agricultura, pero el 52 por ciento de la tierra utilizada para la agricultura está moderada o gravemente afectada por la degradación del suelo; y también añade que alrededor de 1.6 billones de personas dependen de los bosques para su sustento, incluidos 70 millones de indígenas, y que los bosques son el hogar de más del 80 por ciento de todas las especies terrestres de animales, plantas e insectos. Teniendo esto en cuenta, el autor se conecta con los argumentos de Ricoy, que afirma que la agricultura, la ganadería, los bosques, la pesca y la acuicultura ofrecen soluciones innovadoras para abordar las causas profundas de los riesgos mediante la protección de los medios de subsistencia de las personas más pobres y vulnerables, que son las más afectadas por los desastres.

Además, la Organización Mundial de Agricultores (WFO) sostiene que la agricultura contribuye al calentamiento global a través de la producción de gases de efecto invernadero, principalmente óxido nitroso (N₂O) y metano. El óxido nitroso tiene un potencial de

calentamiento global 310 veces mayor que el del dióxido de carbono, mientras que el potencial de calentamiento global del metano es 21 veces mayor que el del dióxido de carbono; además, la WFO dice que, sin acciones importantes de adaptación al cambio climático, los costos anuales de enfrentar los desastres en América Latina y el Caribe podrían alcanzar hasta el 2,2% del PIB regional. Esto es delicado, porque como dice el autor, la mayor parte de los países en vías de desarrollo dependen directamente de la agricultura y si la tierra está siendo dañada en un futuro no habrá tierras para practicar este tipo de trabajos.

Pero con este número están empezando a aparecer algunas soluciones, una de ellas es que, según la nueva publicación de la FAO, las tecnologías agrícolas específicas para la reducción del riesgo a nivel de las explotaciones son más eficaces que las prácticas habituales en condiciones de peligro. En el próximo subtema se explicarán y mencionarán las mejores estrategias para incentivar y avanzar en la agricultura sostenible para los países en desarrollo.

3.3 Estrategias para tener las mejores prácticas en agricultura sostenible.

Los ODS fueron creados para promover la prosperidad y al mismo tiempo proteger el planeta, con el fin de encontrar una solución para diferentes asuntos; en este caso, los temas relacionados con la agricultura están relacionados con los ODS que se preocupan por el medio ambiente y el ser humano, en particular el objetivo 2: Hambre Cero, el objetivo 3: Buena Salud y Bienestar y el objetivo 13: Acción Climática. Es importante buscar soluciones en esta área que en parte contribuyan a fortalecer el cambio climático, por lo que es necesario hacerlo sostenible, no sólo para el medio ambiente, sino también para todos los seres humanos que forman parte de este mundo.

Según la WFO, la agricultura debe seguir siendo productiva, alimentar al mundo y fomentar la prosperidad en las zonas rurales. Debe ser resistente al clima para poder adaptarse a las perturbaciones relacionadas con el cambio climático. Necesita mitigar secuestrando carbono y/o reduciendo la producción de gases de efecto invernadero por la agricultura y las

actividades relacionadas, no sólo como un imperativo moral y un compromiso mundial, sino porque cuanto menos mitigemos, más difícil será adaptarse. Además, la WFO tiene una interesante estrategia para hacer sostenible la agricultura, en términos de reducir la emisión de gases de efecto invernadero, la estrategia consiste en reducir la producción de gases de efecto invernadero en los agroecosistemas, la mitigación del cambio climático se puede lograr a través de la captura de dióxido de carbono en la biomasa y en el suelo. El aumento del número de árboles dentro de los agroecosistemas (sistemas agroforestales) o en el paisaje donde se practica la agricultura es una práctica de mitigación muy eficaz. Dada la combinación y disposición correctas de árboles, cultivos y pastos, esta práctica puede aportar beneficios adicionales como la fijación de nitrógeno, el aumento de la biodiversidad, la conservación del agua y una mejor productividad animal debido a la sombra y a la suplementación nutricional. Las áreas forestales en los paisajes también amortiguan los impactos del clima extremo, mitigando las inundaciones y la erosión del suelo, y ayudando a la conservación del agua durante los períodos secos.

Cabe destacar que todo lo relacionado con árboles, bosques, tierras y algunos otros en los que la agricultura es posible es un ecosistema único, por lo que otra estrategia es incentivar y apoyar la reparación de ese ecosistema, plantar muchos árboles y cuidar de todo eso, incluyendo la biodiversidad de las plantas y animales que allí habitan, ya que todos ellos contribuyen al bienestar de la naturaleza que allí se encuentra.

5. Conclusiones

En primer lugar tenemos que entender que no se trata de un proceso corto, sino de un proceso largo, que podría tardar años en completarse debido a algunos problemas que se mencionaron antes en el Capítulo 1, pero en general el problema es enorme y las ideas son alcanzables, que es una gran oportunidad para mejorar los países en desarrollo en algunas áreas, también para combatir el cambio climático y mejorar la relación de la comunidad internacional, la necesidad mundial de que todo el mundo luche unido en problemas como

este, el cambio climático que en este caso la gente necesita actuar ahora mismo para cambiar esta situación medioambiental o entonces será demasiado tarde...

Entonces, si hablamos de la juventud también necesitamos entender que la juventud es esperanza, es el futuro de este legado que el mundo nos dejó, en todos los aspectos necesitamos educar a la juventud y empezar a involucrarla en todas las actividades que van a beneficiar al mundo en general, por eso en el Capítulo 2 se discuten los temas de la juventud y si son la clave de todo, también será la clave para el medio ambiente y la clave de que no se cometan los mismos errores en el futuro, este es nuestro único hogar y es una de las misiones más importantes que tenemos que ocuparnos de ello en estos momentos. También es importante mencionar que las organizaciones y marcos tratados en los subtemas 2.1 y 2.2 son los más importantes según el autor, pero hay muchos más documentos y organización sobre este tema.

La agricultura sostenible es uno de los principales objetivos a alcanzar como comunidad internacional, ya que es uno de los sectores más importantes de la economía en casi todos los países en desarrollo, es una de las obras más contaminantes, es ese trabajo que alimenta a mucha gente alrededor del mundo y está relacionado con la tierra, el bosque y otros ecosistemas en los que habitan diferentes tipos de animales y plantas que crecen en sintonía con la naturaleza. Todos los temas tratados en este artículo están relacionados entre sí, si la comunidad puede actuar en base a estos temas el mundo se verá impulsado por el bienestar de todo.

6. Referencias Bibliográficas

Marx, K. (1867). *Capital*.

Saint-Paul, A. (2008). *La información es fuente de poder para el individuo*. Tendencias21.net

Rodriguez, V. (2016). *La importancia de la tecnología en la vida humana*. Vallery.es

Quierotec.com. (2018). *15 ventajas y desventajas de la Inteligencia Artificial (AI)*.

Akintoye. (2015). *Developing Theoretical and Conceptual Frameworks*.

COLOMBIA Y SUS INDICADORES TECNOCIENTÍFICOS

Jaime Enrique Sarmiento Suárez

Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Escuela de Economía, Administración y Negocios. Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Resumen

Que los países en desarrollo comiencen a direccionar sus esfuerzos a actividades con mayor contenido de conocimiento, deja entrever un cambio de fondo en la estructura económica de los países. Por ello es importante tener en cuenta los indicadores tecnocientíficos de las

naciones, con el fin de poder realizar comparativos con otros países de la región y del mundo, y de esta forma poder diseñar y evaluar políticas públicas que permitan crear ambientes favorables para que se desarrollen los ecosistemas de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) y así se pueda comenzar a fortalecer el crecimiento económico de estos países.

Colombia ha venido trabajando en fortalecer la relación universidad – empresa – estado, pero aún hace faltan mayores esfuerzos para mejorar su posición con respecto a otros países de América Latina. El presente trabajo, presenta una radiografía actual del país e invita a la reflexión y a la discusión, dado que falta mucho por avanzar en este campo de la política pública.

Palabras claves

Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI); Indicadores Tecnocientíficos; Políticas públicas.

Abstract

That developing countries begin to direct their efforts to activities with greater knowledge content, suggests a profound change in the economic structure of the countries. For this reason it is important to take into account the technoscientific indicators of the nations, in order to be able to make comparisons with other countries of the region and the world, and in this way to be able to design and evaluate public policies that allow creating favorable environments for them to develop the ecosystems of Science, Technology and Innovation (STI) and thus can begin to strengthen the economic growth of these countries.

Colombia has been working to strengthen the university-company-state relationship, but there is still a need for greater efforts to improve its position with respect to other Latin American countries. The present work presents a current radiography of the country and invites reflection and discussion, given that much remains to be done in this field of public policy.

Keywords

Science, Technology and Innovation (STI); Technoscientific indicators; public policies.

Introducción

Diversos países en el mundo con el ánimo de mejorar la calidad de vida, aumentar la productividad y lograr un crecimiento económico, le han apostado a las actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI). Dichas actividades adicionalmente de contemplar las actividades de investigación y desarrollo (I+D), también incluyen la formación de personas, servicios científicos y tecnológicos entre otros. De acuerdo con Kim y Nelson (2013), para poder hacer una transición de una sociedad tradicional a una moderna es necesario fortalecer las capacidades tecnicientíficas mediante el aprendizaje y conversión de éstas en procesos, productos y servicios innovadores.

El crecimiento económico que se da entre los países es diferente, debido tanto a factores internos y externos que hacen que existan asimetrías entre los mismos. En América Latina, estas diferencias son muy marcadas y evidentes. Dada las dinámicas propias de cada país, y el grado de interrelación entre los actores del ecosistema de ciencia, tecnología e innovación, hace que el avance de la misma se dé en grados diferentes.

Ocampo (2017) afirma que la I+D es esencial para recortar la brecha que separa a los países en desarrollo de las naciones más avanzadas, y para ello es necesario contar con políticas públicas muy activas, dado que el innovador individual (empresa, investigadores, personas) son incapaces de captar todos los beneficios de sus acciones y, por ende, evaluar los efectos sociales que genera con su innovaciones. Para Ocampo (2017) es importante hacer una comparación de los indicadores de desempeño de CTI desde una perspectiva internacional, dado que esto permite diseñar y evaluar políticas públicas que permitan garantizar y acelerar el crecimiento económico.

Marco teórico

Diversos autores han puesto de manifiesto la importancia de la universidad en el desarrollo de la ciencia y la tecnología (Andrade, Fernandes, & Tereso, 2016; Méndez, Herrera, Toriz, & González, 2016). El lograr una articulación entre la academia y las empresas, permite afianzar los procesos de investigación, desarrollo y transferencia de tecnología orientados a un aporte

significativo en el crecimiento económico de un país. Gorman y McCarthy (2006), por ejemplo, presentan como la creación de spin-offs académicas han fortalecido la economía en regiones que presentaban un declive en sus industrias tradicionales. Desde la óptica de la transferencia de tecnología entre la universidad y la empresa, este proceso se ha convertido en un factor importante que en sí mismo puede crear ventajas competitivas para las organizaciones receptoras y, de esta manera, darse una alta probabilidad de que ellas permanezcan en el medio y puedan generar riqueza en el entorno donde se encuentren.

Las universidades hacen un gran aporte a los indicadores tecnocientíficos de un país, pero para que todo pueda fluir adecuadamente, es necesario articular las políticas de estado con la industria y las universidades, con el fin de buscar mecanismos que promuevan una sinergia eficiente entre los actores.

En el caso de Estados Unidos, con el fin de fortalecer la relación universidad – empresa, se crearon diversos actos legislativos que buscaron crear un entorno propicio para fortalecer la relación entre la universidad y la empresa, al tiempo que facilitaron los procesos de transferencia de tecnología. El objetivo, en general, era incentivar las actividades de I+D. En la siguiente tabla, se citan algunas de las leyes promulgadas más importantes:

Tabla 1. Leyes para fortalecer los procesos de I+D

| Ley | Año | Objetivo |
|--|------|---|
| Ley de innovación tecnológica Stevenson – Wydler | 1980 | Exige a los laboratorios federales que tomen parte activa en la cooperación tecnológica y crea Oficinas de Aplicación de la Investigación y la Tecnología, así como un Centro para la Utilización de la Tecnología Federal. |
| Ley Bayh – Dole | 1980 | Permite que las universidades, los organismos de investigación sin fines de lucro y las pequeñas empresas, obtengan los Derechos de Propiedad Intelectual (DPI) sobre los inventos desarrollados con apoyo del gobierno y también permite que dichos laboratorios concedan licencias exclusivas sobre sus patentes. |
| Ley Nacional de investigación cooperativa | 1984 | Otorga un tratamiento especial en virtud de las leyes antimonopolio a las empresas conjuntas de investigación y desarrollo (I+ D) que realizan investigación básica, análisis teórico, experimentación o pruebas de carácter científico o técnico. |
| La ley federal de Transferencia de Tecnología | 1986 | Establece cómo se deben compartir los cánones percibidos con los inventores federales, define la transferencia de tecnología como responsabilidad de todos los investigadores de los laboratorios |

| | | |
|--|------|--|
| | | federales y los elementos a tener en cuenta en la evaluación del rendimiento de los investigadores. |
| Ley Nacional de Transferencia y Avance de Tecnología | 1996 | Fija políticas con el fin de llevar la tecnología y la innovación industrial al mercado, ayuda a las empresas estadounidenses a acelerar el desarrollo de nuevos productos y procesos poniendo a disposición laboratorios federales para el sector privado, fomenta la comercialización de tecnología e innovación industrial al facilitar a las empresas la obtención de licencias exclusivas para las invenciones que resultaran de la investigación cooperativa con científicos empleados por laboratorios federales. |

Fuente: elaboración propia

En América Latina también se ha venido aprobando leyes para fortalecer la investigación, el desarrollo y la innovación, en la siguiente tabla se presentan algunas de las principales leyes promulgadas en países de América Latina:

Tabla 2. Leyes de I+D+i en América Latina

| País: Colombia | | |
|--|------------|--|
| Ley | Año | Objetivo |
| Ley 29 | 1990 | Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico |
| Decreto 585 | 1991 | Crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y reorganiza a Colciencias. |
| Ley 1286 | 2009 | Modifica la ley 29 de 1990, transforma a Colciencias en Departamento Administrativo de CTI, fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación para lograr el aprovechamiento de la CTI por el modelo productivo. |
| Ley 1753 | 2015 | Integra el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación con el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, creando el Sistema de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación. |
| País: México | | |
| Ley de Creación del CONACyT | 1970 | Crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología – CONACyT. |
| Ley para el fomento de la investigación científica y tecnológica | 1999 | Regula los apoyos del Gobierno general para impulsar, fortalecer y desarrollar la investigación científica y tecnológica del país. |
| Ley de Ciencia y Tecnología (junio) | 2002 | Establece las bases para el funcionamiento del actual Sistema de Ciencia y Tecnología. Se crea el Consejo General de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación. |
| País: Brasil | | |
| Ley 1.310 | 1951 | Crea el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico y dispone su principal atribución de coordinar y estimular la investigación científica en el país. |
| Ley 9.257 | 1996 | Crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y otorga la función de asesorar al presidente de la República para la formulación e |

| | | |
|---------------------------------------|------|---|
| | | implementación de la política nacional de desarrollo científico y tecnológico. |
| Ley 10.973 | 2004 | Conocida como Ley de innovación que dispone incentivos a la innovación y a la investigación científica y tecnológica en el ambiente productivo por medio de la concesión de recursos financieros. |
| País: Chile | | |
| Ley 16.746 | 1968 | Crea la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica - CONICYT, encargada de asesorar al presidente de la República en el plantamiento, fomento y desarrollo de las investigaciones en el campo de las ciencias puras y aplicadas. |
| Decreto con fuerza de Ley - DFL 33/81 | 1981 | Crea el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT) y fija normas de financiamiento de la investigación científica y tecnológica. |
| Ley de Presupuestos | 2006 | Se crea el Fondo de Innovación para la competitividad, quien se encarga de destinar recursos a proyectos de investigación científica, innovación empresarial, transferencia tecnológica y emprendimiento. |

Fuente: elaboración propia.

Metodología

Para realizar el presente trabajo se accedió a la información de la Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericana e interamericana – RICYT, el Banco Mundial, e información específica de actos legislativos suscritos por los diferentes países en estudio, para posteriormente realizar un análisis de la situación relacionada con los indicadores tecnocientíficos en América Latina, especialmente en Colombia.

Análisis

Una vez recopilada la información de indicadores tecnocientíficos, se puede observar un conjunto de indicadores que permiten visualizar cómo se encuentran algunos de los países de América Latina en materia de actividades de ciencia y tecnología incluyendo a Colombia.

Tabla 3. Indicadores de CTI en países de América Latina-1. Año 2016.

| País | Población (millones) | Gasto de I+D como porcentaje del PIB | Gasto de I+D en dólares por habitante | Gasto en ACT como porcentaje del PIB | Relación Gasto de I+D / Gasto en ACT |
|------------|----------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Argentina | 43,59 | 0,53% | \$ 67,81 | 0,57% | 93,46% |
| Brasil | 206,1 | 1,27% | \$ 110,11 | 1,53% | 82,73% |
| Chile | 18,19 | 0,36% | \$ 49,82 | --- | --- |
| Colombia | 48,75 | 0,27% | \$ 15,49 | 0,69% | 39,06% |
| Costa Rica | 4,89 | 0,46% | \$ 53,35 | 2,08% | 21,95% |

| | | | | | |
|---------|--------|-------|----------|-------|--------|
| Cuba | 11,2 | 0,34% | \$ 27,92 | 0,86% | 39,79% |
| México | 122,27 | 0,50% | \$ 42,85 | 0,97% | 51,59% |
| Uruguay | 3,48 | 0,41% | \$ 61,84 | 0,66% | 61,89% |

Fuente: Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología – RICyT (2019)

Al centrarnos en el indicador de Gasto de I+D como porcentaje del PIB, se observa que solo Brasil tiene una inversión superior al 1%, aproximada a la inversión realizada por España, el cual es de 1,19%, pero distante del promedio que se gasta en los países miembros de la OCDE, que es de 2,49%.

Colombia particularmente presenta un nivel de gasto en I+D bajo con respecto a otros miembros de la región presentados en la tabla. Es importante resaltar que países como Uruguay, Costa Rica y Chile con un porcentaje menor de gasto en I+D/PIB, presentan un gasto de I+D en dólares por habitante mayor que México.

Al observar las estadísticas de gasto en ACT como porcentaje del PIB, se puede detectar una inversión baja en casi todos los países, con excepción de Brasil y Costa Rica. Por otra parte, al tomar en cuenta la importancia que se tiene de hacer inversiones en I+D, con respecto al dinero invertido en ACT, se ve que países como Argentina, Brasil y Uruguay destinan una gran proporción a I+D.

De otra parte, si se examina lo concerniente a recurso humano capacitado, Brasil cuenta aproximadamente con el doble de doctores con relación a países como Argentina, México y Cuba. Colombia, de forma separada, muestra una cifra muy baja de doctores por millón de habitantes, alcanzando un número de 17 doctores por cada millón de personas. Otros indicadores importantes son los relacionados con la solicitud de patentes y el número de artículos publicados en dos de las principales bases de datos académicas a nivel internacional, los cuales reflejan unas asimetrías importantes entre los países analizados. En este aspecto, Colombia tiene publicaciones que equivalen a casi el 12% de las realizadas en Brasil. Con

relación a las patentes, el panorama en general es más preocupante una vez que la mayor solicitud de patentes se realiza en Brasil (25658) y dicha cifra es de por sí bastante baja.

Tabla 4. Indicadores de CTI en países de América Latina-2. Año 2016

| País | Total de doctores graduados por año | Número de doctores graduados por año por millón de habitantes | Solicitudes de patentes de invención (Año 2017) | Número de artículos registrados en SCI y Scopus |
|------------|-------------------------------------|---|---|---|
| Argentina | 2.314 | 53 | 3.443 | 24.724 |
| Brasil | 20.603 | 100 | 25.658 | 126.199 |
| Chile | 704 | 39 | 2.894 | 23.471 |
| Colombia | 615 | 13 | 2.372 | 15.931 |
| Costa Rica | 140 | 29 | 523 | 1.733 |
| Cuba | 665 | 59 | 174 | 2.932 |
| México | 6.225 | 51 | 17.184 | 39.779 |
| Uruguay | 58 | 17 | 523 | 2.810 |

Fuente: Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología – RICyT (2019) y Banco Mundial – BM (2019)

Es importante tener en cuenta la distribución del aporte en I+D dependiendo de la fuente de financiamiento, tal y como se presenta a continuación:

Tabla 52. Gasto en I+D según la fuente de financiamiento. Año 2016.

| País | Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Costa Rica | Cuba | México | Uruguay |
|--------------------------------|-----------|--------|--------|----------|------------|--------|--------|---------|
| Gobierno | 73,06% | 41,34% | 46,42% | 6,47% | 93,21% | 63,01% | 67,35% | 28,24% |
| Empresas (Públicas y Privadas) | 18,24% | 55,48% | 35,84% | 48,39% | 4,45% | 35,01% | 20,67% | 4,59% |
| Educación Superior | 1,82% | 3,17% | 14,40% | 27,36% | | | 5,05% | 59,48% |
| Org. priv. sin fines de lucro | 0,56% | | 1,48% | 17,34% | 0,32% | | 6,36% | 0,27% |
| Extranjero | 6,32% | | 1,86% | 0,44% | 2,02% | 1,98% | 0,56% | 7,42% |

Fuente: Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología – RICyT (2019)

Como podemos observar, países como Argentina, Costa Rica y México, tienen una inversión alta por parte del Gobierno. Por su parte, en Colombia se presenta una baja participación del Gobierno con un 6,47%, y la mitad de la inversión se encuentra financiada por las mismas empresas.

De otro lado, al mirar la incorporación de investigadores por sector, países como Argentina, Chile y Costa Rica cuentan con un promedio del 55% de investigadores en el sector de la Educación Superior y el resto lo distribuyen en las Empresas y el Gobierno. En países como Costa Rica y Chile la presencia de investigadores en el sector empresarial es mucho mayor que el resto de países analizados. Para el caso de Colombia, tenemos una fuerte concentración de investigadores en la educación superior con una tasa del 95,60%.

Tabla 6. Investigadores por sector de empleo. Año 2016.

| País | Argentina | Chile | Colombia | Costa Rica | Uruguay |
|--------------------------------|-----------|--------|----------|------------|---------|
| Gobierno | 33,56% | 11,71% | 1,02% | 16,46% | 14,35% |
| Empresas (Públicas y Privadas) | 6,65% | 25,29% | 2,62% | 35,29% | 1,12% |
| Educación Superior | 59,32% | 57,64% | 95,60% | 47,20% | 80,93% |
| Org. priv. sin fines de lucro | 0,46% | 5,35% | 0,75% | 1,05% | 3,60% |

Fuente: Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología – RICyT (2019)

En resumen, los indicadores presentados nos permiten ver el estado actual de Colombia en algunos indicadores tecnocientíficos con respecto a otros países de la región.

Conclusiones

El presente documento nos muestra una radiografía de la situación de Colombia frente a los indicadores tecnocientíficos de la región, si bien es cierto ha habido algunos avances en materia de CTI en el país, aún existe muchas mejoras a realizar, para ello es necesario contar con unas adecuadas políticas públicas que logren adecuar el ecosistema de CTI, permitiendo una mejor articulación de los diferentes actores, y de esta manera propiciar el anhelado crecimiento económico. La inversión de Colombia en I+D sigue siendo muy baja, siendo del

0,29% del PIB, valor muy inferior comparándose frente al promedio latinoamericano que es del 0,70%, y frente al promedio de la OCDE que es del 2,38%. Adicionalmente, la financiación por parte del gobierno para actividades de I+D también es muy baja (6,47%). Lo anterior nos lleva a reflexionar y preguntarnos cuáles deberán ser las estrategias a seguir sino queremos seguir estando rezagados en materia de ciencia, tecnología e innovación.

Bibliografía

- Andrade, R., Fernandes, G., & Tereso, A. (2016). Benefits Management in University-Industry R&D Collaborative Projects: A Review on Benefits and Success Factors. *Procedia Computer Science, 100*, 921-927. doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.09.249>
- Banco Mundial. (2019). *World Bank Group*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>
- Gorman, G., & McCarthy, S. (2006). Business Development Support and Knowledge-Based Businesses. *The Journal of Technology Transfer, 31*(1), 131 - 143.
- Kim, L., & Nelson, R. (2013). *Technology, Learning, and Innovation: Experiences of Newly Industrializing Economies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Méndez, C., Herrera, M., Toriz, A., & González, M. (Octubre de 2016). Estudio De La Brecha Empresario-Investigador. La Percepción Del Investigador. *European Scientific Journal, 12*(28), 109-125. doi:URL:<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2016.v12n28p109>
- Ocampo, J. (2017). Prólogo. En C. Pardo, & A. Cotte, *Indicadores de Ciencia y Tecnología, Colombia 2017* (pág. 312). Bogotá: Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología.
- RICyT. (2019). *Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericana e Interamericana*. Obtenido de <http://www.ricyt.org/indicadores>

Comportamiento de las exportaciones en departamentos colombianos de mayor desarrollo industrial 2018

Morales Trujillo Karolina Andrea – Martínez Solano Jose Miguel
Universidad Simón Bolívar – línea de investigación: gestión organizacional - facultad de
administración y negocios – kamt05@hotmail.com
Universidad Simón Bolívar – línea de investigación: gestión organizacional - facultad de
administración y negocios – jose.2000.martinez@gmail.com

Este documento debe ser mínimo 8 páginas y máximo 15 páginas sin contar la Bibliografía.

Resumen—En este mundo actual enteramente globalizado podemos ver como el comercio se ha convertido en uno de los más amplios campos de estudio de las ciencias económicas, observamos que el comercio internacional pasa a jugar un papel de suma importancia a la hora de suministrar y propiciar una base económica estable, en ese orden el presente estudio tiene por objetivo central analizar el comportamiento de las exportaciones en los distintos departamentos con mayor desarrollo industrial en Colombia, cumpliendo además con unos objetivos específicos que son: describir el comportamiento del volumen y participación en el PIB de las exportaciones en los departamentos colombianos con mayor desarrollo industrial e identificar los principales productos y destinos de las exportaciones colombianas por departamentos, todo esto con un diseño descriptivo, transversal y con enfoque cuantitativo.

Considerando que en los últimos años se ha podido observar como el país ha centrado y enfocado sus esfuerzos en el aumento y mejoramiento de las exportaciones en el área de los productos minero-energéticos, dejando así de lado al sector de la producción industrial, el cual debido a la ejecución de estas medidas ha venido presentando una creciente pérdida de protagonismo e influencia en el PIB nacional; dada la importancia que tiene el sector exportador sobre las fluctuaciones del crecimiento económico del país este estudio pretende indagar sobre:

¿Cómo se comportan las exportaciones en los departamentos con mayor desarrollo industrial?

¿Cuál es la contribución de los departamentos con mayor desarrollo industrial en las exportaciones del país?

¿Cuáles son los principales destinos y productos de las exportaciones de los departamentos del país con mayor desarrollo industrial?

Para el desarrollo de este estudio se emplearán procedimientos como: la identificación de las fuentes de información seleccionadas, estadísticas y datos macroeconómicos relevantes, clasificación de datos por departamento, minería de datos, elaboración de tablas comparativas, perfiles de países y gráficos, así como también la comparación de indicadores de exportación y PIB en los departamentos de Colombia objeto de estudio y análisis vertical y horizontal del comportamiento de las exportaciones en los departamentos de Colombia objeto de estudio.

Abstract—In this completely globalized world we can see how trade has become one of the broadest fields of study in the economic sciences, we observe that international trade plays a very important role in supplying and propitiating a base stable economic, in that order the present study has as a

central objective to analyze the behavior of exports in the different departments with greater industrial development in Colombia, also fulfilling specific objectives that are: describe the behavior of the volume and participation in the GDP of exports in Colombian departments with greater industrial development and identify the main products and destinations of Colombian exports by department, all with a descriptive, cross-sectional design and with a quantitative approach.

Considering that in recent years it has been observed how the country has focused and focused its efforts on the increase and improvement of exports in the area of mining-energy products, thus leaving aside the sector of industrial production, which Due to the execution of these measures, it has been presenting a growing loss of protagonism and influence on the national GDP; Given the importance of the export sector on the fluctuations of the country's economic growth, this study aims to investigate:

How do exports behave in departments with greater industrial development?

What is the contribution of the departments with greater industrial development in the country's exports?

What are the main destinations and products of exports from the departments of the country with the greatest industrial development?

For the development of this study, procedures will be used such as: identification of the selected information sources, statistics and relevant macroeconomic data, classification of data by department, data mining, preparation of comparative tables, country profiles and graphs, as well as the comparison of export and GDP indicators in the departments of Colombia under study and vertical and horizontal analysis of the behavior of exports in the departments of Colombia under study.

Keywords/Palabras clave— *Exportaciones, desarrollo industrial, FOB, PIB (Producto Interno Bruto), exports, industrial development, FOB, GDP.*

54. Introducción

En la actualidad las actividades mercantiles y relacionadas con el ámbito comercial son un factor inherente en las economías de las distintas naciones y un submúltiplo inexorable del progreso y desarrollo de estas. El área comercial y de relaciones internacionales se ha convertido poco a poco en uno de los más amplios campos de estudio de las ciencias económicas. Si un país desea entrar en la carrera del desarrollo deberá tener en consideración y bajo estudio un tupido y frondoso árbol de variables que alterarán el ritmo de crecimiento y del avance y progreso que tanto anhela, un extenso conjunto de factores que de manera directa condicionan el progreso de este, así como también el desempeño y enfoque individual de los

sectores económicos en la nación. Todo esto debido a que el constante avance de las economías nacionales se ve limitado y obstaculizado por el individualismo y el proteccionismo, haciendo que la aparición del comercio no solo a nivel local y nacional sino también a nivel global cobre aún más importancia en la creación y establecimiento de economías de escala. Es por esto que mediante el desarrollo de este trabajo se indaga respecto al comportamiento de las exportaciones colombianas en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cundinamarca (Incluida Bogotá) y Valle del Cauca, para determinar de qué manera han podido influir en el crecimiento económico de la nación.

55. Objetivos

2.1. Objetivo general

Objetivo general. Analizar el comportamiento de las exportaciones en los distintos departamentos con mayor desarrollo industrial en Colombia.

2.2. Objetivos específicos

- Describir el comportamiento del volumen y participación en el PIB de las exportaciones en los departamentos colombianos con mayor desarrollo industrial.
- Identificar los principales productos y destinos de las exportaciones colombianas por regiones.

56. Estado del Arte

El comercio internacional tiene su origen en la distribución irregular de recursos y factores productivos, esta desigualdad genera desequilibrio en los precios globales de los bienes y servicios, por tal motivo los países se ven en la necesidad de intercambiar sus productos. No existe una sola nación en el mundo, por muy rica que sea que pueda considerarse autosuficiente, por tanto requieren adherirse a regulaciones, negociaciones y acuerdos globales para suplir sus necesidades a través del comercio internacional, entendido como el intercambio de bienes y servicios entre personas u organizaciones domiciliadas en países diferentes.

Teorías del comercio internacional

Existen varias teorías que intentan explicar el fenómeno del comercio internacional, desde la perspectiva del enfoque clásico el intercambio comercial entre países es resultado de la especialización y la división del trabajo, las ganancias del comercio y los términos de intercambio, por tanto de acuerdo con Ricardo (s/f) quien desarrollo el principio de la ventaja comparativa, los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor; de esta manera se establece el vínculo comercial entre los diferentes países. En resumen, la teoría rícardiana establece que los costos comparativos de trabajo son determinantes del comercio internacional. Sin embargo esta ventaja también proviene de otras variables y factores, elementos como el coste de oportunidad que regule la producción de los bienes del catálogo de una empresa. Es decir, el país produce un determinado bien o producto y lo exporta debido a que este posee un costo relativamente menor al de otros países y su competencia.

Complementando el modelo anterior, aparece la teoría Neoclásica, conocida también como teoría de la dotación de los factores de producción, (Heckscher & Ohlin, 1977) Este modelo se basa fundamentalmente en el postulado de 2x2x2 que quiere decir: 2 países, 2 bienes y 2 factores (capital y trabajo) y de esta manera intenta de explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional.

Además Ohlin demuestra que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país, la relativa abundancia de los factores de producción, y la tecnología. Es la interacción entre la abundancia y la intensidad con la cual son explotados esos recursos, este modelo afirma que los países se especializan en exportar bienes que son intensivos en los factores que están dotados de gran manera, es decir en aquellos que requieran cantidades exuberantes de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes y que tienden a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos, por ende los países desarrollados son más intensivos en el factor K (Capital) y los países en vía de desarrollo en el factor L (Trabajo)

Este modelo hace énfasis en la interrelación entre la proporción en la cual los factores de producción están disponibles en los diferentes países y la proporción en la que son utilizados en la producción de diferentes bienes y cumple también con otros supuestos, como lo son:

- Economías de Escala
- Especialización
- Las preferencias son iguales en ambas naciones.
- Hay competencia perfecta en los mercados de mercancías y de factores en las dos naciones.

- Hay movilidad perfecta de factores
- No hay costos de transporte, aranceles ni otras obstrucciones al libre flujo del comercio internacional.
- Todos los recursos se emplean por completo
- El comercio internacional entre las dos naciones está equilibrado.

Finalmente Porter (1995) formula la teoría de la ventaja competitiva, donde resalta que más allá de los recursos, los países poseen diferencias en la capacidad de transformar estos insumos en bienes y servicios para obtener la máxima utilidad. Este concepto claramente incluye la noción de otros activos tangibles e intangibles en la forma de tecnología y habilidades administrativas que, en su conjunto, actúan para incrementar la eficiencia en el uso de los insumos, así como en la creación de productos y de procesos de producción más sofisticados, generando mayor valor agregado en sus exportaciones. A su vez clasifica y divide su teoría de la ventaja competitiva en 3 incisos según la segmentación del mercado que le corresponde y en el desarrollo de la ventaja que este conlleva, encontramos el liderazgo en costes, diferenciación del producto y segmentación de mercado. Una empresa tiene ventaja en costes cuando tiene costes inferiores a los de sus competidores. Analizándola desde la perspectiva de la cadena de producción esta propone diferentes estrategias centrada en la disminución de costos por producto o servicio sin el decrecimiento de la calidad del mismo, lo que finalmente lleva a la merma en elevado valor del producto para así reducir el margen de competencia.

Además se debe definir el concepto de Desarrollo Industrial ligado al nivel regional de este en el país, entonces hacemos referencia al desarrollo industrial endógeno que es aquel que enfatiza los roles de la cooperación entre firmas, de los gremios industriales, de los sindicatos de trabajadores y de gobierno para desarrollar en conjunto las habilidades, los recursos y las 'reglas del juego'. La política pública sigue siendo importante pero en forma diferente. A continuación revisaremos la literatura de especialización flexible y de distritos industriales y veremos las características de estas políticas.

Según Storper, los sistemas regionales de producción flexible constituyen una nueva oportunidad para el desarrollo industrial en los países del Tercer Mundo; presenta varios argumentos en ese sentido. Como el hecho de que existen límites a la descentralización de la producción desde los países avanzados hacia los países pobres con base en el 'modo fordista'. Además la especialización flexible presenta oportunidades para que nuevas firmas puedan competir en mercados existentes. Esto requiere de políticas industriales regionales diferentes. El énfasis en polos de crecimiento y en las pymes son ambos inadecuados, ya que según Storper: "El énfasis aquí no está en reforzar la pequeña empresa en sí misma..., sino en firmas de diferentes tamaños y con funciones diferentes en relación con un sistema de firmas que conjuntamente conforman un proceso productivo" (ibid.: 435).

Mientras que la especialización flexible y los distritos industriales han sido un fundamento importante de las políticas de segunda generación, es necesario señalar que otras opciones de política surgieron como respuesta a los problemas inmediatos de reestructuración local y conversión industrial. Es decir, no se crearon a partir de teorías del desarrollo industrial sino que se formaron en prácticas locales de reestructuración. Muchas veces son denominados enfoques de 'gestión local' (véase Cofey y Polese, 1985)

57. Metodología

Estudio correlacional entre el volumen de exportaciones por departamento y su impacto en el PIB, de corte trasversal, descriptivo, con un enfoque metodológico, cuantitativo.

- **Enfoque:**

Descriptivo, analítico y enfoque cuantitativo.

- **Muestra:**

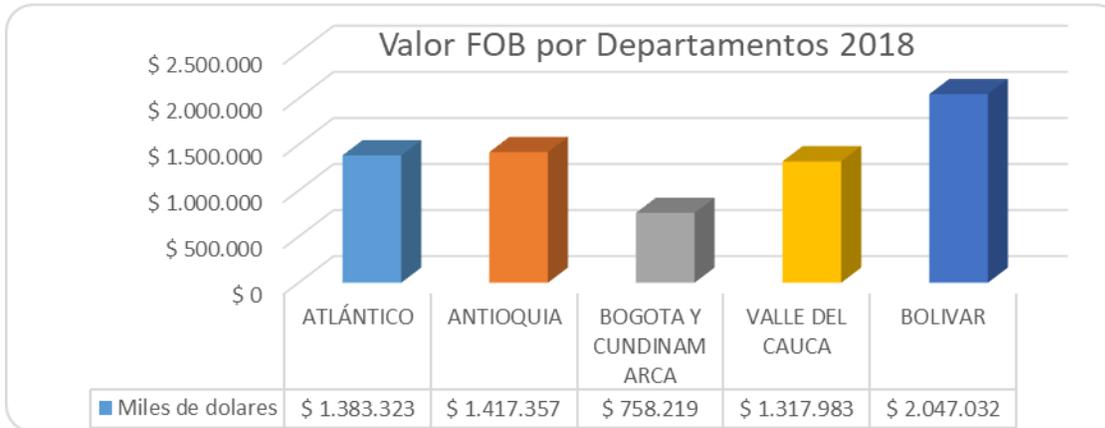
Departamentos de Colombia con mayor desarrollo industrial.

Procedimiento:

- Identificación de las fuentes de información seleccionadas, estadísticas y datos macroeconómicos relevantes.
- Clasificación de datos por departamento.
- Minería de datos
- Elaboración de tablas comparativas, perfiles de países y gráficos.
- Comparación de indicadores de exportación y PIB en los departamentos de Colombia objeto de estudio.
- Análisis vertical y horizontal del comportamiento de las exportaciones en los departamentos de Colombia objeto de estudio.

58. Resultados

En el presente estudio analizará el comportamiento de las exportaciones en los departamentos con mayor desarrollo industrial en Colombia. de igual manera, se presenta una descripción del comportamiento del volumen y participación en el PIB de las exportaciones en los departamentos colombianos con mayor desarrollo industrial, finalmente caracteriza los principales productos y destinos de las exportaciones colombianas por departamentos. Con lo anterior se espera identificar oportunidades comerciales en mercados internacionales y a la vez verificar si los departamentos que realizan un mayor aporte al PIB nacional, contribuyen mayoritariamente en las exportaciones colombianas.



En la anterior tabla de datos podemos observar la cantidad del valor FOB total en los departamentos de mayor desarrollo industrial en Colombia, dándonos a notar también su nivel de participación e influencia en el PIB a nivel nacional. A su vez también se puede destacar la elevada contribución y presencia del departamento de Bolívar respecto a los demás, teniendo un FOB total en miles de dólares de \$2.047.032, superando por \$629.675 al segundo departamento (Antioquia) con mas influencia en el PIB.

Valor FOB Exportaciones por Departamento y continente de destino en miles de Dolares

| | AMÉRICA | ASIA | EUROPA | OCEANIA | AFRICA |
|-----------------------|---------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| ATLÁNTICO | \$ 1.001.625 | \$ 230.781 | \$ 143.113 | \$ 3.716 | \$ 4.087 |
| ANTIOQUIA | \$ 986.381 | \$ 67.028 | \$ 357.258 | \$ 4.047 | \$ 2.643 |
| BOGOTA Y CUNDINAMARCA | \$ 612.386 | \$ 67.180 | \$ 74.374 | \$ 2.112 | \$ 2.166 |
| VALLE DEL CAUCA | \$ 1.131.857 | \$ 80.502 | \$ 87.655 | \$ 3.228 | \$ 14.741 |
| BOLIVAR | \$ 1.835.323 | \$ 139.511 | \$ 59.192 | \$ 1.286 | \$ 11.720 |
| TOTAL | \$ 5.567.573 | \$ 585.003 | \$ 721.592 | \$ 14.389 | \$ 35.356 |

De la anterior tabla de datos podemos observar la cantidad del valor FOB de la mercancía destinada a la exportación de cada uno de los departamentos de Colombia sometidos a estudio según el continente de destino. Se puede identificar que el continente americano es el principal y mayor destinatario de la mercancía procedente de estos departamentos; en contraposición al continente de Oceanía que si bien es el que menor influencia presenta sigue aportando al incremento del PIB nacional.



59. Conclusiones

De acuerdo a las observaciones y estudios preliminares realizados es posible concluir que el estado ha enfocado y centrado sus esfuerzos en el incremento gradual de las exportaciones de productos contenidos o relacionados de algún modo con el sector minero-energético, dándole menor importancia al sector de la producción industrial, sin embargo este aún sigue teniendo buena influencia en el crecimiento del PIB.

* Sobre lo expuesto se concluye que durante el periodo que comprende el año 2018 los departamentos que poseen una mayor presencia y participación en la balanza comercial colombiana son Bolívar y Antioquia, con una eminente participación promedio de \$1,732,194 miles de dólares.

* Mediante los estudios preliminares se identifica que los principales destinos a los que son dirigidas las distintas mercancías y productos que son exportados por los departamentos analizados son el continente americano y europeo; donde a su vez encontramos que los productos con más presencia en la salida del territorio aduanero nacional a estos continentes son: aluminio y sus manufacturas, maquinaria, aparatos y material eléctrico y sus partes, plantas vivas, productos de la floricultura, prendas y componentes de vestir, aceites esenciales, plástico y sus manufacturas, cucho, pasta de madera o de la misma fibra.

60. Referencias Bibliográficas

- Aladi (2018) “Sistema de información de comercio exterior” Disponible en: <http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>
- Barbosa Sandoval, D. (2018). El Nuevo Estatuto Aduanero y los cambios originados al Comercio Exterior Colombiano.
- Daniels, J. D., & Redebaugh, L. H. (2012). Negocios internacionales. Mc Graw Hill.
- Departamento Nacional de Estadísticas, DANE. (2018) Estadísticas de Exportación e Importación. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema>
- Ellsworth, P. T., & Leith, J. C. (1962). Comercio internacional.
- García, J. D. C. (2016). La nueva regulación aduanera: ¿ solución
- Helmsing, A. H. J.. (1999). Teorías de desarrollo industrial regional y políticas de segunda y tercera generación. EURE (Santiago), 25(75), 5-39. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71611999007500001>

PLAN DE ACCIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD Y FORTALECIMIENTO DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS ADSCRITAS A LA AGENCIA PARA LA REINCORPORACIÓN Y NORMALIZACIÓN – ARN.

Gómez Gómez, Angélica María¹, Guzmán Lozano, Orlando
Filiación institucional (grupo de Investigación Genio, facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, UNAB), agomez793@unab.edu.co
Filiación institucional (grupo de Investigación Genio, facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, UNAB), oguzman2@unab.edu.co

Resumen

Actualmente en el marco de la paz y para el desarme de los grupos al margen de la ley, se cuenta con la Agencia Colombiana para la Reintegración, que en sus inicios fue una unidad administrativa, posteriormente pasó a ser una entidad robusta para garantizar las políticas de reintegración creándose como una agencia del estado con autonomía, y se caracteriza por hacer el acompañamiento de aquellos desmovilizados que se acogen a la política de dejar las armas por dar paso a su reincorporación a la vida civil, dentro de éste se cumplen con ocho (8) Dimensiones de la Ruta de la Reintegración, las cuales son: la personal, productiva, familiar, habitabilidad, salud, educación, ciudadana y de seguridad⁴⁸.

La presente investigación apunta a tres dimensiones iniciando de la principal que es la dimensión productiva puesto que su finalidad es brindar las herramientas necesarias que le permitan “aprovechar su potencial, para optar por una actividad productiva en el marco de la legalidad”⁴⁹, la cual de alguna manera impacta a la dimensión personal toda vez que se busca el engrandecimiento del ser a través del desarrollo de sus competencias que le permitan generar ingresos para el sostenimiento de su familia, obedeciendo a la dimensión familiar puesto que la finalidad es el mejoramiento de su calidad de vida.

En desarrollo del marco de la dimensión productiva, la Agencia Colombiana para la Reintegración, cuenta con un programa de colaboración para las personas que han sido parte de los grupos armados al margen de la ley, denominado proceso de “Encadenamiento de unidades de negocio de personas del Proceso de Reintegración a la cadena de valor de las empresas”;⁵⁰ su finalidad es que de acuerdo a las competencias y la formación en educación no formal alcanzada durante su proceso, la persona reincorporada pueda tener acceso a una unidad productiva, haciéndose entrega de los insumos y la dotación necesaria para su funcionamiento, con el fin de dar paso a su estabilidad en términos económicos; aunque su continuidad en algunos casos depende de los factores de motivación del emprendedor, su constancia y persistencia para sobrevivir en el mercado, además del empirismo o lógica racional que le permite mantenerse vigente mediante la apropiación de esquemas genéricos

⁴⁸ (MarcadorDePosición1) (MarcadorDePosición1) (SEMILLERO PROGEST, 2016) (AGENCIA COLOMBIANA PARA LA REINTEGRACIÓN;); (MarcadorDePosición1) (GÓMEZ GÓMEZ & DÍAZ MENÉNDEZ, 2015-2016) (ACOPI REGIONAL CENTRO ORIENTE, 2014) Información obtenida en la página oficial de la Agencia Colombiana para la Reintegración, visitada el 30 de enero de 2017: <http://www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/Paginas/dimensiones.aspx>

⁴⁹ <http://www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/Paginas/productiva.aspx>

⁵⁰ Información obtenida en la página oficial de la Agencia Colombiana para la Reintegración, visitada el 30 de enero de 2017: <http://www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/Paginas/vinculacion.aspx>

sobre la forma de llevar un negocio.

Los integrantes del Semillero de Investigación PROGEST⁵¹, adelantaron una caracterización de veinte unidades productivas adscritas a la ACR, en la que se encontró que la forma en que los pequeños empresarios fijan el precio en el producto es empíricamente situación que hace que muchas veces su producción sea más costosa que el precio de venta, así mismo, que la forma de darse a conocer al público, llevar sus cuentas, y las jornadas de trabajo excesiva no les permite obtener los beneficios esperados y en ocasiones es necesario hacer uso de los recursos del hogar para mantener la vigencia de dichas unidades. Por lo que consideramos importante hacer un proceso de fortalecimiento, a través del acompañamiento directo para que desde la academia se pongan en marcha los conceptos básicos en mercadeo, producción, costos y gestión humana de forma práctica que contribuya a su consolidación.

En vista que la reintegración de miembros de grupos al margen de la ley, es una realidad que debe ser tratada no como un problema social, sino como una oportunidad de mejora de la calidad de vida de personas que han sido marginadas y que sus competencias se han fortalecido más en temas de tácticas de guerra y todo lo que en su entorno se desarrolla, como producto del proceso de paz que ha adelantado el gobierno nacional, puesto que han soltado sus armas y se encuentran fortaleciendo nuevas competencias en el ámbito social, cultural y económico, mediante la educación no formal y la consecución de actividades productivas para su desarrollo y el de su entorno.

El fortalecimiento se haría como parte del proceso de validación de los conceptos formulados en el proyecto de la “Propuesta de mejora de las funciones básicas de las unidades productivas familiares en condición de vulnerabilidad del Área Metropolitana de Bucaramanga⁵²”, planteados en la cartilla producto de dicha investigación preliminar, a través de la capacitación y seguimiento a la apropiación y puesta en marcha de un número limitado de unidades productivas que hacen parte de la Agencia Colombiana para la Reintegración, seleccionadas teniendo en cuenta factores de motivación que les permita sentir la necesidad de adquirir y apropiar nuevo conocimiento para su desarrollo como pequeños empresarios. Así mismo, las unidades productivas han recibido su fortalecimiento en términos de inversión para mejorar sus maquinarias, pero el mejoramiento de sus procesos para ser competitivos en el mercado y para llegar a prestar servicios a empresas de mayores dimensiones ha tenido gran desventaja debido al empirismo con el que manejan sus negocios, llegándose a desaprovechar conocimientos adquiridos y su mano de obra calificada para llevar a cabo las actividades de acuerdo a sus saberes.

Nuestra contribución se dirige a diseñar y aplicar aspectos metodológicos del rigor académico prácticos a un nivel básico, con el fin de brindar estabilidad y herramientas para el fortalecimiento las unidades productivas acompañadas, pensándose en lograr un posicionamiento en el mercado para que el trabajo que realicen sea un factor de crecimiento personal, laboral, empresarial y familiar, que les permitan sobrevivir en un mundo competitivo y ser un caso de éxito.

⁵¹ SEMILLERO PROGEST, Caracterización de las Unidades Productivas familiares en condición de vulnerabilidad del Área Metropolitana de Bucaramanga. Ponencia presentada en el V encuentro de investigadores y II encuentro de semilleros de investigación de la Red de Investigadores de ASCOLFA capítulo oriente – RIACO, 27 y 28 de octubre de 2016.

⁵² GÓMEZ GÓMEZ, Angélica María y DÍAZ MENÉNDEZ, Carlos Fernando. Proyecto de convocatoria bial interna 2015-2016, con código I56065. Universidad Autónoma de Bucaramanga.

3^{er} CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

RETOS Y OPORTUNIDADES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

SEPTIEMBRE
25 al 27 de 2019

TEMAS:
DESARROLLO SOSTENIBLE, DESARROLLO EMPRESARIAL,
REDES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES, OPORTUNIDADES DE NEGOCIO
Y GOBIERNO CORPORATIVO

ORGANIZA

Facultad de Administración de Negocios Internacionales
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE COLOMBIA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO

INDIA - SUIZA - BRASIL - ALEMANIA - PUERTO RICO - COLOMBIA

***Abstract**— Currently the framework of peace and the disarmament of groups outside the law, is counted with the AGENCY FOR REINCORPORATION AND NORMALIZATION - ARN., Which in its beginnings was an administrative unit, later it became a robust entity to guarantee reintegration policies created as a state agency with autonomy, and is characterized by accompanying those demobilized who embrace the policy of laying down their weapons and doing reincorporation into civil life, within eight (8) Dimensions of the Reintegration Route, which are: personal, productive, family, habitability, health, education, citizen and security.*

The research points to three dimensions starting from the main one that is the productive dimension since its purpose is to provide the necessary tools that allow it to "take advantage of its potential, to take a productive activity within the framework of legality", which in some way it impacts the personal dimension every time that the aggrandizement of the being is sought through the development of its competences that allow it to generate income for the support of its family, obeying the family dimension since the purpose is the improvement of its quality of life, and the empowerment of the target community as social actors in their reintegration process, so that it seeks to design and apply practical methodological aspects, in order to provide stability and tools for strengthening the accompanied productive units.

Keywords/ Productive units, economic strengthening

61. Introducción

En el marco de las actividades que se han adelantado con la Agencia Colombiana para la Reintegración - ACR, como consecuencia del desarrollo del proyecto de investigación, se ha evidenciado la necesidad de contribuir con el fortalecimiento de las unidades productivas las cuales fueron seleccionadas a partir de la motivación que tenían el pequeño empresario para desarrollar estrategias que le permitieran su crecimiento y estabilidad en el mercado, así mismo, se tuvo en cuenta la actividad económica que se desarrolla y su grado de formalización.

Desde que se ha hablado de la desmovilización y reintegración de miembros de grupos armados al margen de la ley, se ha presentado una constante en términos de desconfianza y temor de los empresarios para generar oportunidades de empleo, presentándose una barrera en la dinámica laboral por “estigmatización y marginalidad de la población en el mercado laboral (empresarios temerosos por su seguridad y bajas expectativas de productividad respecto a la población)”⁵³, siendo una realidad social que genera desagrado, insatisfacción y brechas en términos de equidad social, puesto que por haber pertenecido por diversas circunstancias a grupos al margen de la ley, es un muro fuerte y difícil de traspasar, puesto que los empresarios ni siquiera reciben a ésta nueva fuerza laboral, por más incentivos que el gobierno nacional ofrezca. Es así como “Para la población en proceso de reintegración, el esquema de mayor oportunidad para lograr la estabilidad laboral de las personas atendidas fue la micro, pequeña y mediana empresa de los sectores de agroindustria y servicios, en el cargo de operario”⁵⁴. Razón principal por la que con base en la experiencia que ha obtenido a lo largo de éste proceso, se apoya a la creación de unidades productivas con el fin de proveer su propio auto sostenimiento.

⁵³ ACOPI REGIONAL CENTRO ORIENTE. Recopilación de la experiencia: generación de empleo, generaciones de paz. ISBN: 978-958-8469-83-6. Pereira. Primera Edición. 2014.

⁵⁴ *Ibíd.* Pág. 38.

62. Objetivos

2.1. Objetivo general

Aplicar las funciones básicas de la gestión empresarial en las unidades productivas de la ARN, a través de la capacitación y seguimiento a las diferentes partes involucradas permitiéndoles las competencias para la sostenibilidad en la dinámica económica actual

62.2. Objetivos específicos

- *Seleccionar las unidades productivas que requieran de fortalecimiento hacia la sostenibilidad mediante un proceso de identificación.*
- *Realizar un diagnóstico situacional sobre las diferentes funciones que las Unidades Productivas realizan identificando aspectos por mejorar en su gestión.*
- *Establecer las alternativas de fortalecimiento de las unidades productivas de la ACR, como guía para su posicionamiento en el mercado.*
- *Diseñar instrumentos de seguimiento para la sostenibilidad y fortalecimiento organizacional de las unidades productivas seleccionadas.*

63. Estado del Arte

Como parte del desarrollo del primer objetivo del milenio que consiste en erradicar la pobreza extrema y el hambre, en cuanto a la meta 1^a “Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas con ingresos inferiores a 1 dólar por día”⁵⁵, así mismo, como parte de las políticas de reintegración como manera de contrarrestar el problema de vulnerabilidad que presentan los excombatientes al dejar las armas y reintegrarse a la vida civil, para encontrar un empleo que le permita obtener sus ingresos para mantenerse y la falta de confianza de los empresarios se ha necesario acudir a algunos referentes que permiten dar una mirada sistémica al tema de las unidades productivas, de las cuales se hace referencia a continuación:

En el ámbito nacional se ha hecho el análisis sobre la situación que viven los excombatientes frente a las garantías que ofrece el gobierno nacional para lograr un proceso exitoso de reintegración a la vida civil, siendo evidente el componente motivacional y de crecimiento en el ámbito laboral, de acuerdo al trabajo de grado de MEJÍA GÓMEZ (2014) titulado “LA REINTEGRACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA DE LOS GRUPOS ARMADOS ILEGALES EN COLOMBIA: REFLEXIONES A PARTIR DE LA TRAYECTORIA DE NUEVE EXCOMBATIENTES”, en su investigación se relata el punto de vista de la ACR y de los excombatientes de las FARC y las AUC, en su discurso converge al siguiente análisis “Llama la atención identificar la coherencia existente entre las expectativas y necesidades de los excombatientes antes y después del grupo armado, pues como pudo evidenciarse sus intereses se enmarcaron en dos elementos principales; estabilidad laboral y vivienda, siendo este un elemento que a la vez revela una realidad característica del contexto nacional colombiano, en

⁵⁵ Información tomada de la página de las Naciones Unidas, visitada el 6 de febrero <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>.

donde las expectativas de un alto porcentaje de los ciudadanos es la misma”.⁵⁶ Encontrándose como punto esencial y de partida la necesidad de una estabilidad laboral pero sobre todo a partir de la autogeneración de ingresos, puesto que dentro de la investigación se encontró que la mayor expectativa es no seguir recibiendo ordenes, puesto que es un condicionante esencial para estar dentro de la milicia.

La autora expone que se percibe que la falta de generación de ingresos que les permita su auto sostenimiento puede llevarlos a volver a las líneas de combate, puesto que perciben que no es una opción vivir con la ayuda económica que les da el programa de la ACR, además que éste es por un tiempo limitado mientras desarrollan competencias en el ámbito laboral, la apertura de negocios se percibe como una gran oportunidad pero al ver que éstos no producen los ingresos esperados, sus expectativas cambian y aparecen los factores de desmotivación, precisamente en el trabajo de campo realizado con el Semillero de Investigación PROGEST, nos encontramos con una familiar de la señora a la que se estaba entrevistando quien nos comentó que ella había recibido apoyo económico de la ACR y que tenía un pequeño negocio pero que no supo manejarlo y que prefirió cerrarlo.

Dicho referente permite sostener un diálogo que no es desconocido dada la experiencia y que el punto de partida viene con conocimiento sobre el tema, se hace necesario generar un componente más allá de la enseñanza de conceptos básicos en el área de mercadeo, de producción o logística, de contabilidad y de gestión humana para llevar a cabo la gestión empresarial, se requiere de un acompañamiento para esa puesta en escena y que haya una apropiación real del conocimiento a través del fortalecimiento de las unidades productivas, con el fin de lograr la sostenibilidad en el mercado actual.

Por otra parte se acude como referente nacional también a la investigación de LEYVA ÁNGULO denominado “LA VIDA ECONÓMICA DE PERSONAS DESMOVILIZADAS EN CIUDAD BOLIVAR, BOGOTÁ”, en la que hace un análisis de las experiencias que se ha tenido en la reinserción a la vida económica los miembros desmovilizados de grupal al margen de la ley, a través de entrevistas desestructuradas realizadas a reintegrados y a profesionales de la ACR, al hacer la discusión de datos encontró el autor que los propietarios de proyectos productivos recurrían a “La venta de los negocios se hace, además de facilitar la compra de vivienda, porque no son sostenibles o lo suficientemente rentables como para generar excedentes suficientes para cubrir necesidades básicas”⁵⁷, es evidente que convergen dos situaciones que hacen parte de la realidad del proceso de reintegración y que es el sueño de la gran mayoría de colombianos de tener su casa propia y su negocio rentable, pero cuando su proyecto productivo pone en riesgo su estabilidad económica y no le permite generar los ingresos necesarios para lograr su objetivo principal que es proveer a su familia de vivienda prefieren dejar su actividad comercial.

El problema fundamental de las tesis expuestas es la generación de ingresos de las unidades

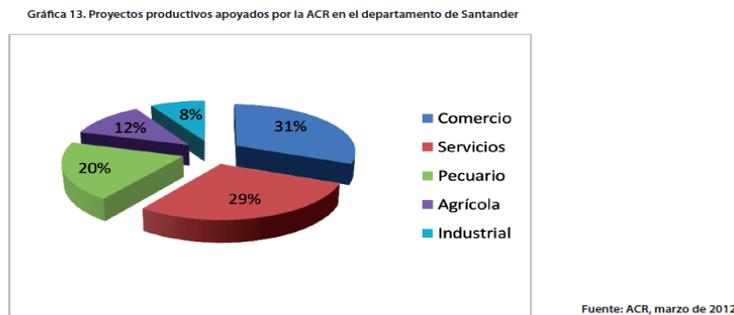
⁵⁶ MEJÍA GÓMEZ, Luisa Fernanda. LA REINTEGRACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA DE LOS GRUPOS ARMADOS ILEGALES EN COLOMBIA: REFLEXIONES A PARTIR DE LA TRAYECTORIA DE NUEVE EXCOMBATIENTES. Proyecto de Grado de Maestría e Estudios Políticos e Internacionales de Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario. 2014

⁵⁷ LEYVA ÁNGULO, Héctor. LA VIDA ECONÓMICA DE PERSONAS DESMOVILIZADAS EN CIUDAD BOLIVAR, BOGOTÁ. Investigación externa destacada por la ACR, encontrada en su página web: <http://www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/centro-de-documentacion/Documentacion/La%20vida%20econ%C3%B3mica%20de%20personas%20desmovilizadas%20en%20Ciudad%20Bolívar%2C%20Bogotá%3%A1.pdf> . Encontrada el 6 de febrero de 2017.

productivas que logren alcanzar la sostenibilidad y rentabilidad esperada por sus propietarios, muchas veces por el desconocimiento o la falta de organización en sus actividades del quehacer empresarial como es el registro de las cuentas, hacer una valoración en materia de costos de sus productos, proveerse de insumos y muchas veces por su afán de hacer “lo del día” prefieren dedicar jornadas extenuantes para lograr las ventas que requieren para la subsistencia diaria, dejando a un lado su calidad de vida, situación que los lleva a cansarse y desfallecer en su proceso de inserción en el ámbito empresarial.

En cuanto los referentes regionales nos encontramos la investigación de la CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL ORIENTE COMPROMISO, Programa de Paz y Derechos Humanos (2012) denominada “El Hilo del Laberinto – Conflicto armado y desarme, desmovilización y reintegración – DDR- de grupos armados ilegales en Santander”, en la que se realiza un análisis de información sobre las actividades productivas que están adelantando las personas adscritas al programa de reintegración, dentro de las cuales se encontró que el 38.4% está en actividades de baja calidad que colindan con el rebusque y sus ingresos son inferiores al salario mínimo legal vigente, es así como “no es de extrañar que muchos de ellos estén rayando la línea de indigencia o afectados con las duras condiciones de la pobreza. Dentro de sus actividades se identifican jornaleros en fincas, mototaxismo, oficios varios, mensajería y servicio doméstico, servicios eléctricos, ventas informales de comida rápida, ventas por catálogo, coterros, monta llantas, montadores y cortadores de calzado, ayudantes de mecánica, ayudantes de construcción”⁵⁸, situación que los lleva a vivir en condiciones de pobreza extrema y que la desesperación por salir de ésta hace que vuelvan a retomar las armas y continuar en su vida al margen de la ley.

Para contrarrestar dicha situación la ACR ha decidido apoyar “emprendimiento y estímulo para la creación o fortalecimiento de proyectos productivos en el departamento de Santander, la ACR señala que se han desembolsado, entre 2004 y 2010, 202 proyectos, por valor de \$1.413.428.705”⁵⁹, los cuales se encuentran ubicados en los siguientes sectores productivos:



Gráfica tomada de la investigación *El Hilo del Laberinto*.

No se posee información sobre cuántas de estas unidades productivas aún se mantienen vigentes, dado que los aportes a la reinserción a la vida civil toman relevancia y más en el marco del proceso de paz,

⁵⁸ CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL ORIENTE COMPROMISO, Programa de Paz y Derechos Humanos. *El Hilo del Laberinto – Conflicto armado y desarme, desmovilización y reintegración –DDR- de grupos armados ilegales en Santander*. ISBN: 978-958-97867-5-8, primera edición. 2012.

⁵⁹ *Ibíd.* Pág. 152.

es necesario hacer un acercamiento a este tipo de negocios para contribuir en su sostenibilidad, la investigación se encaminaría al fortalecimiento de los sectores comercio y servicios que son los que han tenido más auge dentro de la población de estudio.

Por último se apoyará la investigación en el referente local CORREDOR MARCIALES Y RAMÍREZ RUÍZ (2008), denominada “CARACTERIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DEL PROCYECTO DE ESTABILIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA Y FORTALECIMIENTO DE 750 FAMILIAS DESPLAZADAS DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA, EN EL COMPONENTE DE GENERACIÓN DE INGRESOS COMO APORTE HACIA UN DESARROLLO SOCIAL ALTERNATIVO”, en la que se parte de que Colombia es un Estado Social de Derecho, por lo que tiene la responsabilidad con sus asociados de favorecer su situación de pobreza extrema, con el fin de beneficiar la estabilización socioeconómica, la importancia e incidencia de ésta investigación es resaltar la importancia de las unidades productivas en la economía local más allá de la población de estudio; el proceso de selección para las unidades productivas y metodología aplicada a la investigación se asemeja al planteado dentro del proyecto, el fortalecimiento se encamina hacia “la identificación de los elementos y materiales fundamentales para el buen desarrollo de la actividad económica (maquinaria, herramienta, insumos, materias primas) y los aspectos a fortalecer en mercadeo, administración, capacitación laboral, procesos técnicos, fuentes de financiación y manejo contable entre otros”⁶⁰, se evidencia la necesidad de fortalecimiento en las funciones básicas de la gestión empresarial, que es un tema álgido para la sostenibilidad de las unidades productivas.

Dentro del informe referente para la investigación se encuentra como imperativo el desarrollo de proyectos de “Estabilización socioeconómica y a su vez del componente Generación de Ingresos... El éxito de los proyectos radica en la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo de las Unidades Productivas, reflejándose en la reproducción ampliada de la calidad de vida, por ello es importante en la creencia de las habilidades y capacidades de las personas, para ser agentes activos de cambio como promotores dinámicos de transformación social que pueden alterar tanto la vida de sus familias como la de su comunidad”⁶¹, como se ha dicho a lo largo del documento un generador de paz y transformación social es contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de todas las personas que han sido afectados por la guerra, ya sea en calidad de actor o víctima. Para los primeros es necesario generar y más desde la academia espacios para beneficiar el retorno de la población desmovilizada a la vida civil y comunitaria, no como una carga para el estado, sino como generador de sus propios ingresos.

64. Metodología

El enfoque metodológico de la presente investigación es mixto debido a que se abarcan componentes técnicos y prácticos, la información que se espera recolectar hará parte de instrumentos que para su interpretación se requerirá del análisis de variables medibles haciendo énfasis en el

⁶⁰ CORREDOR MARCIALES, Dante Alejandro y RAMÍREZ RUÍZ, Andrea Liseth. CARACTERIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DEL PROCYECTO DE ESTABILIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA Y FORTALECIMIENTO DE 750 FAMILIAS DESPLAZADAS DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA, EN EL COMPONENTE DE GENERACIÓN DE INGRESOS COMO APORTE HACIA UN DESARROLLO SOCIAL ALTERNATIVO. Informe de práctica social, Escuela de Economía y Administración. Universidad Industrial de Santander. 2008

⁶¹ *Ibidem*. Pág. 83.

enfoque cuantitativo y a su vez se harán contrastes conceptuales por lo que se hace necesario revisar el enfoque cualitativo.

La hipótesis del proyecto es el fortalecimiento de las unidades productivas apoyadas por la ARN, a través de la aplicación de una ruta de mejoramiento de las funciones básicas de gestión empresarial, permitirá lograr la sostenibilidad y mejorar su posicionamiento en el mercado.

La muestra planteada para este proyecto por ser un proceso de acompañamiento de la mano de los emprendedores se limita a diez (10) unidades productivas de la AGENCIA PARA LA REINCORPORACIÓN Y NORMALIZACIÓN – ARN., seleccionadas de acuerdo los fundamentos de motivación de querer, hacer y mejorar las estrategias empíricas con las que hasta el momento se ha llevado a cabo el funcionamiento de la unidad productiva.

Las técnicas propuestas son la observación, entrevistas desestructuradas y encuestas para la recolección de información.

65. Resultados

Se aplicó un instrumento que nos permitiera evidenciar los siguientes aspectos de acuerdo al tamaño y población a la que va dirigida la investigación:

1. Aspectos Administrativos

Estos comprenden las funciones administrativas que se necesitan desarrollar en todos los sistemas de registro, los que utilizan lista periódica, registro permanente. Destaca la importancia de la planeación previa para enfrentar los retos que surgen en el desarrollo de un sistema de registro y advierte algunas dificultades inherentes para responder a estos retos. Entre los temas abordados en esta sección están los siguientes. Planeación, marco legal y administrativo, entre otros.

2. Aspectos de Operación

Los aspectos de operación resumen todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o a la prestación de los servicios. Contiene cuatro partes productos o servicios, procesos, programa de producción y aprovisionamiento y gestión de existencias.

3. Aspectos de Mercadeo

Los aspectos de mercadeo debe ser el primer pensamiento a la hora de crear una empresa y organizar sus funciones; pues el mercadeo es un conjunto de técnicas que permiten a las empresas o instituciones la adquisición, creación, producción, distribución, promoción y ventas de ideas comerciales, productos sean bienes o servicios de manera que logren satisfacer los objetivos de ganancias. Entre los temas abordados en esta sección están los siguientes. Elementos de publicidad y promoción, los clientes, el producto o servicios, entre otros.

4. Impacto

La integración de la sostenibilidad en las distintas áreas de la empresa permite controlar la exposición a riesgos financieros y no financieros, como problemas de seguridad, disputas laborales y problemas con clientes entre otros. En un momento en que la legislación ambiental evoluciona rápidamente y es dirigida desde el gobierno, las políticas activas permiten establecer medidas de control más eficientes y estrategias de crecimiento basadas en los marcos legislativos futuros. La evolución de los mercados así y como los costes directos derivados de nuevas políticas ambientales pueden ser gestionados y prevenidos a través de un conocimiento y anticipación de éstas.

La mejora de las relaciones con los distintos grupos de interés supone otra ventaja importante de la gestión de la sostenibilidad. La atracción y retención de talento es una preocupación creciente en las empresas, y el compromiso con la sostenibilidad y los valores empresariales son aspectos clave a tener en cuenta, muy valorados por las nuevas generaciones de trabajadores.

5. Innovación

En el contexto en que se desempeñan las pequeñas empresas se caracteriza por cambios inciertos y continuos, intensidad en la competencia, desarrollo o decadencia de sectores y el nacimiento de nuevos, así como por el constante avance de la tecnología; lo cual impacta en la competitividad y desarrollo de las empresas, en especial de las MIPYMES, debido a las limitaciones de recursos humanos, económicos y financieros (Camisón, 1997; Miles y Snow, 1978). Por lo anterior las empresas deben buscar alternativas de solución que den respuesta a los cambios en el ambiente.

Las pymes tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas gracias a que su tamaño les aporta dinamismo, mayor flexibilidad interna y capacidad de respuesta frente a las circunstancias cambiantes.

Sin embargo, algunas barreras con las que se encuentran son la dificultad de financiación, la falta de especialistas o la carencia de recursos. Los procesos de innovación deben ser flexibles y ágiles para responder a las necesidades de la empresa en cada momento. Las organizaciones no tienen tiempo que perder en arduos planes.

6. Asociatividad

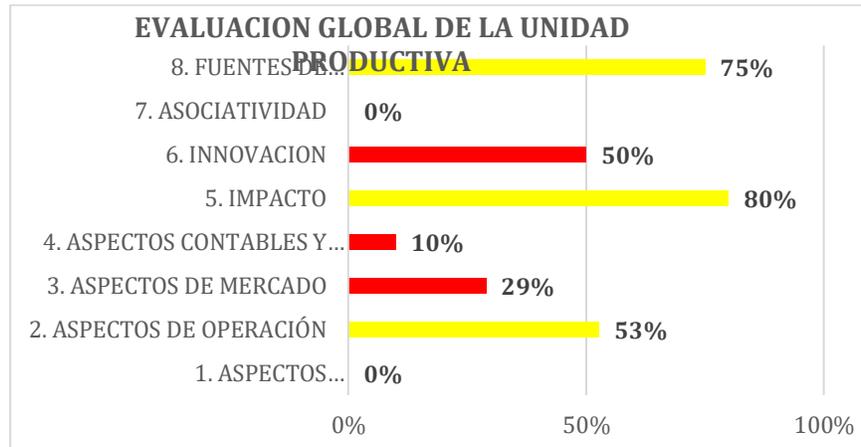
Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otros para la búsqueda de un objetivo común. De las cuatro fuentes que, según el modelo conceptual de Porter, determinan la ventaja competitiva de las industrias en ubicaciones geográficas específicas.

7. Fuentes de Financiación

Un gran objetivo de toda empresa es la supervivencia, y para garantizar su continuidad deberá proveerse de recursos financieros. Estas serán las vías que utilice la empresa para conseguir fondos, para mantener una estructura económica, es decir, sus bienes y derechos, serán necesario unos recursos financieros. Este tipo de recursos se encontrarán en el patrimonio neto y el pasivo. Otra de

las finalidades será conseguir los fondos necesarios para lograr las inversiones más rentables para la empresa.

El panorama de las unidades productivas en estudio, se puede observar así:



66. Conclusiones

Fuentes de financiación del 100% de las unidades productivas devienen de la ARN, puesto que es la que entrega los implementos, maquinarias y equipos para que se desarrolle la actividad económica, de acuerdo a lo que sabe hacer la persona en proceso y la forma en que se retiró del grupo armado.

Falta confianza por parte de los empresarios de las unidades productivas para asociarse entre sí, con el fin de buscar un mayor crecimiento en grupo, lo que algunas veces dificulta el crecimiento y la sostenibilidad.

Aspectos contables y administrativos presentan dificultades para el desarrollo de sus actividades económicas, no hay estructura para llevar cuentas, el dinero hace parte de gastos del hogar y la familia, sin tener una base para la continuidad de la operación.

Estigma social como dificultad que ralentiza el proceso de reincorporación, siendo una barrera que dificulta el crecimiento de las unidades productivas, lo que conlleva a que tengan que ocultar su identidad con sus vecinos para que el proceso de fidelización del cliente sea más llevadero.

67. Referencias Bibliográficas

(s.f.).

ACOPI REGIONAL CENTRO ORIENTE. (2014). *Recopilación de la experiencia: generación de empleo, generación de paz.* . Pereira: Acopi Regional Centro Occidente.

AGENCIA COLOMBIANA PARA LA REINTEGRACIÓN;. (s.f.). *Portal de la Agencia Colombiana para la Reintegración* . Recuperado el 30 de 01 de 2017, de www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/Paginas/dimensiones.aspx

CARTILA DE ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES. (s.f.). Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/cartillas/Cartilla_Administracion_de_operaciones.pdf

CHIAVENATO, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Mc Graw Hill.

COMFANDI. (s.f.). *COMFANDI tu mano amiga*. Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de https://www.comfandi.com.co/sites/default/files/documentos/documento-de-interes/2014/Noviembre/buenas_practicas.pdf

CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL ORIENTE COMPROMISO. (2012). *El Hilo del Laberinto - Conflicto armado y desarme, desmovilización y reintegración DDR de grupos armados ilegales en Santander*. Programa de paz y derechos humanos.

CORREDOR MARCIALES, D. A., & RAMÍREZ RUÍZ, A. L. (2008). *Caracterización y análisis de las unidades productivas del proyecto de estabilización socio económica y fortalecimiento de 750 familias desplazadas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, en el componente de generación de ingresos* . Bucaramanga: Escuela de Economía y Administración. Universidad Industrial de Santander.

DEL ROSARIO CARDOZO, E. (2006). *La conceptualización de microempresa y microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala*. Unviersidad del Oriente.

EMBAJADA DE LA REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA. (2011). *Embajada de Alemania Bogotá*. Recuperado el 7 de Febrero de 2017, de <http://www.bogota.diplo.de/contentblob/3852952/Daten/3130139/FollettoLaCooperacionAlemanaParaElDesarrolloEnColombia.pdf>

GÓMEZ GÓMEZ, A. M., & DÍAZ MENÉNDEZ, C. F. (2015-2016). *Propuesta de Mejora de las Funciones Básicas de las Unidades Productivas en condición de vulnerabilidad del Área Metropolitana de Bucaramanga*. Bucaramanga: Convocatoria Bienal Interna. Universidad Autónoma de Bucaramanga.

KOTLER, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia, análisis, implmentación y control*. Pearson Educación.

LEYVA ÁNGULO, H. (s.f.). *Agencia Colombiana para la Reintegración* . Recuperado el 6 de Febrero de 2017, de <http://www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/centro-de-documentacion/Documentos/La%20vida%20econ%C3%B3mica%20de%20personas%20desmovilizadas%20en%20Ciudad%20Bolívar%2C%20Bogotá%20C3%A1.pdf> .

MEJÍA GÓMEZ, L. F. (2014). *La reintegración social y económica de los grupos armados ilegales en Colombia: reflexiones a partir de la trayectoria de nueve excombatiente*. Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario.

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

Financial Forecast, Company Example Of Bio-comercio in Caquetá

Jorge Eduardo Gómez Rodríguez⁶²

Leonardo Alfredo Forero Mendoza⁶³

Gamaliel Álvarez Chávez⁶⁴

RESUMEN

En procura de mejorar la utilización del diagnóstico y pronóstico como herramientas de la administración financiera que favorecen la toma de decisiones empresariales, se expone su aplicación práctica en el contexto regional, tomando como base de referencia la dinámica empresarial de la empresa MUKATRI del departamento del Caquetá, Colombia, durante los años 2013, 2014 y 2015

La exposición de resultados se realizó desde la contextualización del problema teniendo en cuenta que en MUKATRI, la aplicación de herramientas administrativas y financieras han permitido evaluar adecuadamente las condiciones internas de la empresa y externas del mercado, frente a las cuales proyectar su ejercicio industrial y comercial, superando hechos y circunstancias del mercado, de la normatividad sobre prácticas económicas sustentables y de diferentes factores financieros endógenos y exógenos, indispensables para alcanzar los objetivos propuestos en términos de rentabilidad, productividad e impacto socioeconómico regional.

Las conclusiones se formulan enfatizando en necesidades potenciales para el desarrollo económico y comercial del mercado del departamento del Caquetá, frente a la necesidad de vías de transporte terrestre intermunicipal, de capacitación y planificación financiera empresarial y la necesidad de establecer alianzas estratégicas para mejorar la producción e industrialización local con prácticas apropiadas con los estándares ambientales internacionales.

⁶² Estudiante Administración Financiera Universidad de la Amazonia, E-mail:

⁶³ Ingeniero Electrónico, Doctor en Robótica, mendonza@ele.puc-rio.br.

⁶⁴ Administrador de Empresas, Esp. en Gestión Ambiental de la Universidad Área Andina. Gerente Mukatri.

Palabras clave: *biocomercio, herramientas financieras, pronóstico y diagnóstico empresarial*

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 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 intención establecer a grandes rasgos la diferencia en la proyección de las empresas a nivel crítico.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

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 frutas amazónicas 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 realización de 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 intención 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 \$100.00 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 frío 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).

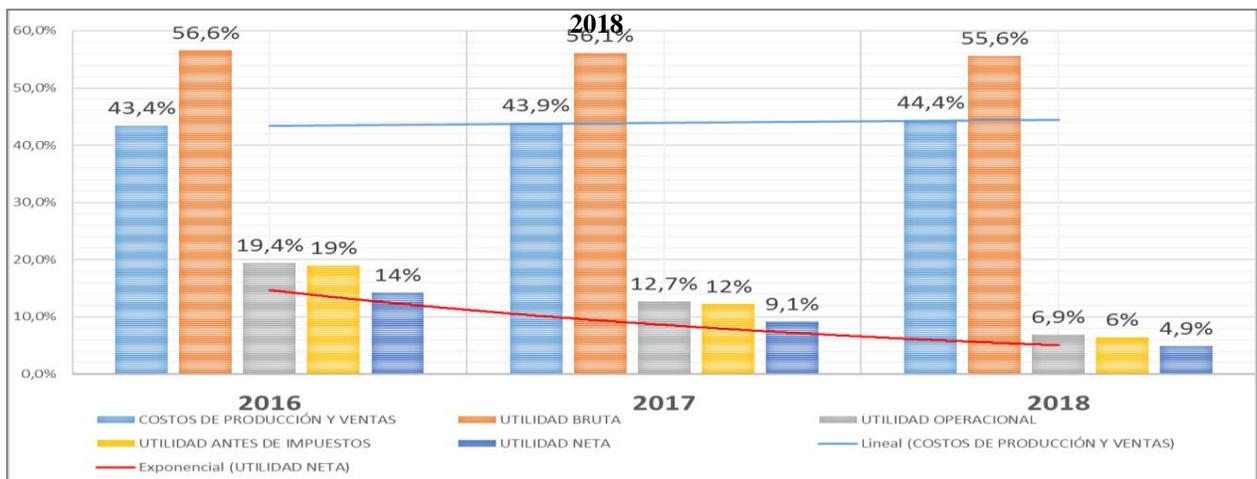
Bajo dichos parámetros y haciendo uso del escenario posible pesimista (que fuera concertado por el grupo escritor) se realiza el pronóstico financiero para los años 2016, 2017 y 2018 en la empresa MUKATRI, según el desarrollo a continuación.

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.

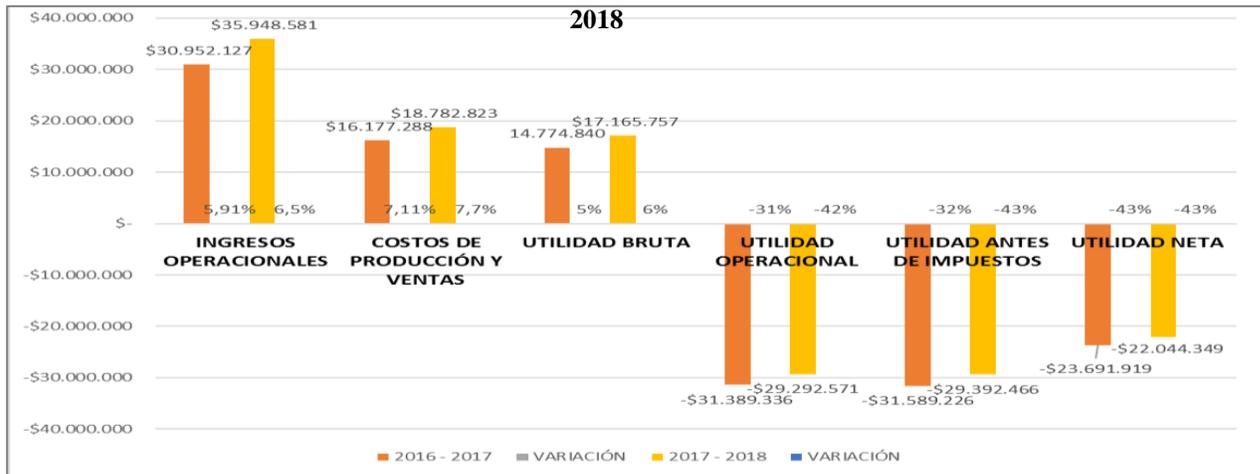
Gráfica 1. Análisis vertical y horizontal Estados de pérdidas y ganancias proyectados 2016, 2017 y 2018



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.

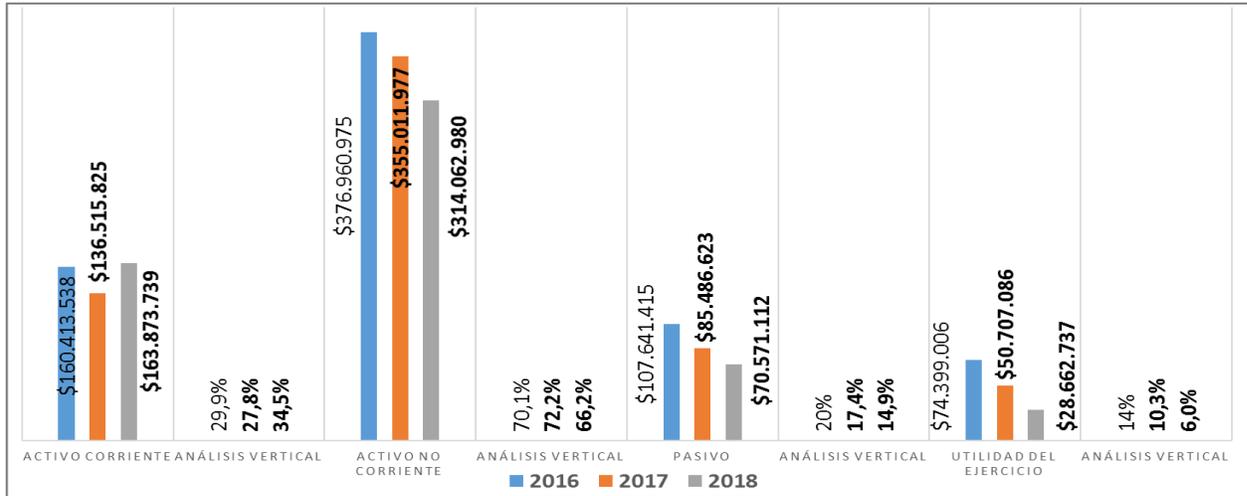
Gráfica 2. Análisis horizontal Estados de pérdidas y ganancias proyectados 2016 - 2017 y 2017 -



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 investidura 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

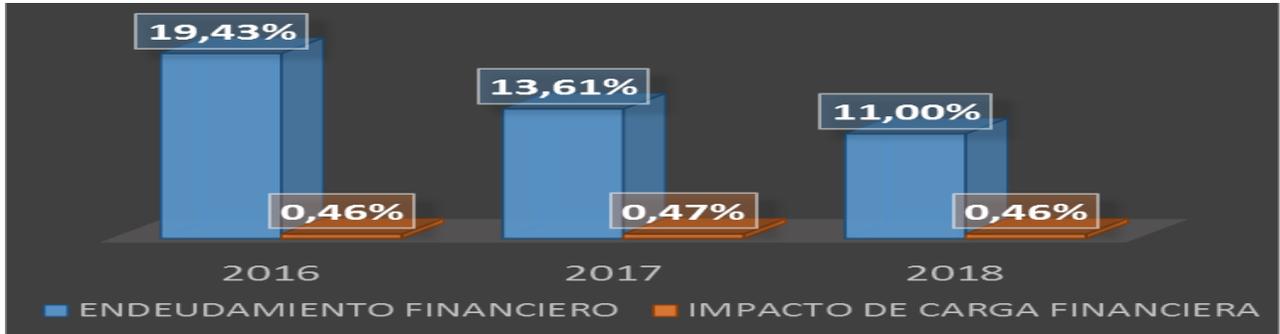


Fuente: Cálculos de los autores

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 BIOCERCOMERCIO, 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 influyen 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 sería 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, sería 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 intención 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 caquetena, 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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 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 programa 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 Learning.
- 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 empresarial. Contexto y casos colombianos*. Bogotá, Colombia: Colección Biblioteca del Profesional.

Pérez, F. (2014). Capacidades logísticas adquiridas 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.

Relaciones internacionales de Colombia con Estados Unidos de America.

Influencia de acuerdos económicos, políticos y sociales en la implementación del Acuerdo de Paz.

Laura Gómez Ramírez¹, Pablo García Mejía², Juan David Rocha Fonseca³, María José Uribe Bouhout⁴

Resumen— Desde los orígenes independentistas de la Republica, Colombia ha estado rodeado de desacuerdos entre aquellos que tienen el poder y los que no están de acuerdo con la ejecución del mismo, constantes referentes históricos desde las peleas entre conservadores y liberales, hasta las oposiciones más recientes entre los partidarios del acuerdo de paz y los opositores; demuestran la inestabilidad institucional que marca a la historia colombiana. Por ello, Colombia siempre ha recurrido al multilateralismo como mecanismo para reducir las afectaciones y problemáticas que ocurren internamente. Por su parte, Estados Unidos ha sido un fuerte aliado de Colombia desde el siglo XX, los esfuerzos bilaterales entre ambos gobiernos han sido inicialmente contra la erradicación del narcotráfico y posteriormente el contraterroismo. Para el año 2017, el gobierno americano ha brindado más de \$10 billones de dólares a programas como lo son el Plan Colombia y la lucha contra el narcotráfico. Así mismo, para el año 2018, el Congreso Americano ha prometido \$391.3 millones de dólares como ayuda para el gobierno, principalmente para la asistencia en la promoción de la paz, la erradicación del narcotráfico y la finalización del conflicto. De la misma manera, a través de todos los acuerdos pactados entre ambos estados (Tratado de Extradición); ambas partes han buscado indirectamente neutralizar y reducir el fuerte impacto que el Narcotráfico estaba generando globalmente, el cual produjo un aumento generacional a finales de siglo XVIII. Así las cosas, el trabajo ejecutado entre ambas naciones es una respuesta al incrementado número de problemáticas que conlleva el tráfico de narcóticos. Las últimas declaraciones de Estados Unidos evidencian su fuerte interés en la finalización del conflicto armado, y la influencia que Estados Unidos, a través de diferentes acuerdos y declaraciones, ha ejercido en la Republica; no solo con miras a frenar la crisis del narcotráfico, sino en busca de fortalecer las relaciones internacionales y el impacto de su política exterior en Colombia.

Abstract— From the independence origins of the republic, Colombia has been surrounded by disagreements between those who have power and those who do not agree with its execution, constant historical references from the fights between conservatives and liberals, at the more recent oppositions between supporters of the peace accords and their opponents, mark Colombian history in a political instability from its roots. For its part, the United States has been a strong ally since the twentieth century and for the last 17 years it has been stronger. The bilateral efforts between both governments have been initially against drug trafficking and later counterterrorism. For the year 2017, the American government has provided more than \$ 10 billion for Plan Colombia and its subsequent programs. And by 2018, the American Congress has pledged \$ 391.3 million dollars as aid to the government, mainly for assistance in promoting peace and ending the conflict. In the same way, through all the agreements agreed between both states has indirectly sought to neutralize and reduce the strong impact that Drug Trafficking has generated globally, drug consumption produced a generational increase at the end of the 18th century, which evidenced that even the hegemonic powers were affected by this issue. Likewise, the work concluded between the two nations is a response to the increased number of problems associated with narcotics trafficking. The

latest statements made by United States, points to both states are strongly allied for the end of the armed conflict, and it is clear that the United States has enough interests to stop the narcotics crisis globally, not only for its rhetoric migration, but stop the increased number of narcotics smuggling.

Palabras clave— *Política Exterior, acuerdo de paz, relaciones internacionales, influencia, Estados Unidos.*

Key Words – *Foreign Policy, peace agreement, international relations, influence, United States.*

La presente investigación busca la indagación y el análisis de cómo se han transformado las relaciones bilaterales entre los países de Colombia y Estados Unidos, y a su vez entender el impacto del Acuerdo de Paz firmado en el año 2016 bajo el gobierno de Juan Manuel Santos (presidente de Colombia en este período) y qué efectos ha tenido en dichas relaciones en el ámbito político, económico y social.

Se realiza entonces una indagación profunda sobre los momentos históricos más relevantes respecto a los acuerdos de paz realizados en Colombia a lo largo del tiempo, y cómo el acuerdo vigente afecta las relaciones internacionales del mencionado país.

La investigación exploratoria se dividió en tres etapas fundamentales: el componente histórico, el interés de Estados Unidos en el Acuerdo de Paz, la extradición y cultivos ilícitos, siendo éstos los temas de mayor interés para el país norteamericano.

De esta forma, y con base en los diferentes dictámenes y decisiones tomadas por cada uno de los gobiernos, se desarrolla entonces una argumentación crítica sobre los efectos que este acontecimiento ha tenido en las relaciones internacionales de ambos países.

1. NACIMIENTO DEL CONFLICTO, IMPLICACIONES HISTÓRICAS Y EXPLICACIÓN DEL ORIGEN DEL CONFLICTO ARMADO.

Desde los orígenes independentistas de la república, Colombia ha estado rodeado de desacuerdos entre aquellos que tienen el poder y los que no están de acuerdo con su ejecución, constantes referentes históricos desde las peleas entre federalistas, centralistas y a su vez contra los realistas, a las oposiciones más recientes entre partidarios de los acuerdos de paz y sus opositores, marcan a la historia colombiana en una inestabilidad política desde su raíz (Salas).

Para las elecciones presidenciales del año 1946, los dos partidos políticos más importantes del país el partido Conservador y el partido Liberal estaban en constante enfrentamiento del poder. Las elecciones de este año marcan especial importancia para esta investigación, donde las divisiones dentro del partido liberal dan como triunfador al entonces candidato conservador Mariano Ospina.

Para 1948 luego de la constante disputa armada entre las fuerzas conservadoras y liberales, estalló uno de los capítulos más importantes de la historia, en razón del asesinato del entonces candidato presidencial Jorge Eliecer Gaitán. El enfrentamiento entre las guerrillas liberales y las fuerzas militares conservadoras llevaron al país a sufrir un gran número de desplazados y muertes ³.

Los enfrentamientos completaban más de 300.000 civiles dados de baja y luego 5 años de conflicto finalizó con la llegada del Gral. Rojas Pinilla en el año 53, al realizar un golpe de estado contra el presidente conservador Laureano Gómez.⁴ En este entonces el presidente Laureano Gómez fue depuesto de su cargo por sus políticas represivas y el entonces alzamiento de armas contra la presidencia por parte de las guerrillas liberales.

Para entonces el país vivía una tempestad política a causa de estructuras políticas debilitadas, el Gral. Rojas decide crear un nuevo partido político el cual recibió la oposición de ambas fuerzas conservadoras y liberales, y entre los dos se propusieron a hacerle una alianza contradictoria en el Pacto de Sitges y el Acuerdo de Benidorm. Allí es donde inicia la época conocida como el **Frente Nacional**, un acuerdo entre los dos partidos para repartirse 4 mandatos presidenciales. Dando así el llamado “**primer proceso de Paz**”⁵ y aunque la violencia bipartidista cedió, los choques entre ambos partidos no finalizaron.

A causa de todas estas situaciones de oscilación, nacieron grupos revolucionarios como las FARC-EP, el ELN y el M-19, motivados por las ideas de socialismo, la injusticia política y la oposición con la forma de gobernar del entonces, se enfrentaron con el estado ⁵. En la década de los 80s la guerrilla de las FARC-EP encontraron una nueva forma de financiar su causa, el cultivo y fabricación de narcóticos permitieron fortalecer su movimiento a costa de armas y violencia ⁵.

Es así como en 1982, el presidente de la república Belisario Betancur firmó acuerdos bilaterales, conocido como el “**segundo proceso de paz**” con los grupos subversivos del M-19 y las FARC ⁵. Dando paso a las FARC de la participación política a través de la Unión Patriótica, un grupo político conformado por los líderes más reconocidos de la guerrilla subversiva. Que, apenas iniciando a ejercer política, partidos políticos de derecha, fuerzas paramilitares y capos de la droga institucionalizan el

genocidio de más de 3.500 militantes de esta fuerza política. La intolerancia, la falta de voluntad y la persecución violenta realizada a cualquiera que tuviese ideales izquierdistas hizo fracasar este proceso.

El tercer proceso de paz ocurre en 1990 y culminó con el desarme de 6 grupos guerrilleros y cerca de cinco mil guerrilleros, pero al igual que en el primer proceso de la década de 1950, varios de sus dirigentes son asesinados y otros son asimilados por el gobierno a cambio de puestos políticos o favores de carácter físico monetario, tristemente éste proceso tampoco resulta efectivo porque los cambios necesarios para el país se olvidaron nuevamente y las comunidades implicadas vieron frustrados sus sueños de paz, quedando en una situación de grave amenaza ante los actores de la guerra sucia ².

En 1991 se inicia el “**Cuarto intento de paz**”, esta vez ocurre desde la Coordinadora Guerrillera Simón Bolívar, las FARC-EP, el ELN y el EPL buscan alternativas para negociar la paz con el gobierno de César Gaviria. El presidente Gaviria le tuvo miedo a la paz y cuando se dio cuenta que estas guerrillas no cederían fácilmente declaró la guerra integral, bajo la idea de que en menos de un año derrotaría a la insurgencia colombiana.

En 1998 comienza lo que se conocería como el “**Quinto intento de paz.**” Las FARC- EP contactan con el gobierno de Andrés Pastrana y comienzan diálogos el 7 de enero de 1.999 y culminan oficialmente el 21 de febrero de 2002 con resultados negativos en cuanto el propósito fuese la paz, porque se siguió en guerra, el 7 de agosto del mismo año es elegido presidente Álvaro Uribe Vélez quien con su política de seguridad democrática propone enfrentar de forma frontal a las FARC, gobierno en el cual suceden numerosas masacres entre las cuales se encuentra la masacre de Bojayá en el chocó ⁵.

Para el año 1999, Estados Unidos en cabeza del presidente Bill Clinton acuerdan un pacto bilateral con los objetivos específicos de reestablecer la seguridad en el país. Este acuerdo es conocido como el Plan Colombia, una política de estado, que busca el fortalecimiento de las fuerzas armadas del estado y la finalización del conflicto armado, ayudando al entrenamiento de los militares y crear una estrategia antinarcótica. Los objetivos de este pacto difieren entre el gobierno colombiano y el estadounidense, la meta principal del gobierno americano es prevenir el flujo de narcóticos por sus fronteras y así como promover y ayudar la paz en uno de sus principales filiales en el área andina. Para el gobierno colombiano, el objetivo es la promoción de la paz, el desarrollo económico y así como el incremento de la seguridad nacional ¹⁰.

Durante los dos periodos presidenciales de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006 y 2006-2010), tuvo lugar un acuerdo de paz con grupos paramilitares, específicamente uno conocido como las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) en cabeza de Carlos Castaño, quien durante el acuerdo de paz fue asesinado presuntamente por miembros de la misma AUC y, para continuar con el proceso, Salvatore Mancuso alias “Don Berna” tomó el liderazgo de las AUC, en junio de 2003 se instaló la mesa de negociación para someter a los paramilitares a la justicia y, en 2005 fue aprobada una norma que el gobierno había impulsado, conocida como la Ley de Justicia y Paz, la cual fue bastante criticada por la oposición y la comunidad internacional argumentando que abría la puerta a la impunidad. El acuerdo permitió la desmovilización de alrededor de 32.000 paramilitares y permitió que existieran penas de prisión alternativas a cambio de colaboración e información respecto a crímenes que ocurrieron en el conflicto y en materia de verdad y reparación a las víctimas. (María Paz Salas. 7 de octubre de 2016)

El gobierno de Álvaro Uribe Vélez estuvo fuertemente protagonizado por su política de seguridad democrática que llevaba la guerra con las guerrillas a un combate frontal, constante y de hostigamiento, respaldado por Estados Unidos y el plan Colombia ¹. El entonces comisionado para la paz Frank Pearl, buscó negociar reservadamente con las FARC, sin cese al fuego, pero poniendo zonas de distensión, sin embargo, no dio resultados y en el año 2010, a pocos meses de ser electo, Juan Manuel Santos recibe una carta de Frank Pearl mostrando cómo habían fracasado los acercamientos ¹.

Un año después en 2011, durante el gobierno de Juan Manuel Santos, se empieza a promulgar la ley de víctimas y restitución de tierras la cual brinda la oportunidad de recomenzar los diálogos con las FARC y el presidente Santos la aprovecha, llevando a cabo conversaciones secretas entre el gobierno y la subversión logran organizar agenda y representantes delegados. Los delegados de Colombia fueron el consejero presidencial para la reintegración Alejandro Éder y Jaime Avendaño, funcionario de la presidencia desde el gobierno de Belisario Betancur, además de la designación de un equipo de alto nivel compuesto del ministro Frank Pearl, el alto asesor presidencial Sergio Jaramillo y para completar la mesa de gobierno, Santos incluye un delegado personal, su hermano mayor Enrique Santos Calderón, exdirector de El Tiempo y un veterano de las negociaciones de paz en los años ochenta y a fines de los noventa, era alguien que inspiraba una muestra palpable del compromiso que el gobierno Santos tenía con la paz. (Secretos de la negociación. 2012)

La cabeza de la delegación guerrillera fue Mauricio Jaramillo, Alias el “médico” quien era el sucesor del Mono Jojoy, quien era jefe de las acciones armadas, también estaban Andrés París que era político al igual que Rodrigo Granda y junto a ellos se sentó Marcos Calarcá quien tenía experiencia en las gestiones diplomáticas de la subversión. (Secretos de la negociación. 2012)

Los países Garantes definidos por las Farc y el gobierno fueron representantes del gobierno cubano y, debido a su tradición de acoger diálogos de paz, se eligió segundo garante al gobierno noruego, más adelante las FARC propusieron a Venezuela como otro país adicional que sirviera de facilitadora en la segunda etapa, por su parte, el gobierno colombiano eligió a Chile. Con los dos equipos negociadores y con la representación de los países garantes se empiezan los diálogos en febrero del 2012. Las rondas en La Habana, que habían permanecido en secreto hasta agosto de 2012, fueron divulgadas cuando el expresidente Álvaro Uribe Vélez expresa ante un medio de comunicación que el gobierno Santos estaba negociando en secreto con las FARC en cuba. La noticia no fue confirmada por el gobierno de forma inmediata, sin embargo, el 4 de septiembre de 2012, Juan Manuel Santos a través de alocución, expresa públicamente que después de 6 meses de conversaciones discretas con las FARC-EP estaban listos para empezar los diálogos que darían comienzo a un proceso de paz que pondría fin de una vez por todas a la guerra con las FARC. (Juan Manuel Santos, 4 de septiembre 2012). Una hora después de las declaraciones del presidente, el comandante en jefe de las FARC-EP, Timoleón Jiménez confirmó a través de un vídeo entre los que dice: “Se desata de nuevo un proceso de diálogos encaminado a la consecución de la paz en nuestra tierra. Una noble y legítima aspiración que la insurgencia colombiana defiende desde hace ya medio siglo” y aseguró además que las FARC irían a la mesa de negociación “sin rencores ni arrogancia” (Timoleón Jiménez, 4 de septiembre 2012)

A partir de éstas fechas, las partes agendaron una discusión que se dividiría en 5 temas principales: Desarrollo rural, participación política, solución al problema del narcotráfico, derechos de las víctimas y la terminación del conflicto, como punto adicional vale la pena mencionar que debía haber un método de refrendación de los acuerdos y que las FARC proponían una Asamblea Nacional Constituyente y el gobierno proponía un plebiscito, el cual fue aprobado a finales del 2015 mediante proyecto de ley que fue aprobado por la corte constitucional el 18 de julio de 2016 y que tuvo lugar el 2 de octubre de 2016, el objetivo de la consulta era preguntarle a los Colombianos si estaban de acuerdo o no con los acuerdos firmados entre el gobierno y las FARC en la habana, a lo cual el pueblo de Colombia dijo no, ganando con un 50,21% del total de los votos válidos frente a un 49.79% del sí.

La victoria electoral del NO en el plebiscito trajo consigo consecuencias, algunos puntos del acuerdo tuvieron que ser modificados y renegociados con quienes promovieron el NO, llegando a un acuerdo definitivo el 12 de noviembre de 2016, y fue firmado el 24 de ese mismo mes en el Teatro Colón de Bogotá.

INTERESES DEL GOBIERNO AMERICANO SOBRE LOS TRATADOS DE PAZ

Para Colombia, Estados Unidos ha representado el aliado comercial, político y social más importante para el desarrollo constante del país. Durante los últimos 17 años, los esfuerzos bilaterales entre ambos gobiernos han sido inicialmente contra el narcotráfico y posteriormente el contraterrorismo. Para el año 2017, el gobierno americano ha brindado más de \$10 billones de dólares como apoyo al Plan Colombia y sus subsecuentes programas. Así las cosas, para el año 2018, el Congreso Americano ha prometido \$391.3 millones de dólares como ayuda para el gobierno, principalmente para la asistencia en la promoción de la paz y la finalización del conflicto.

Es claro que Congreso Americano y, por ende, Estados Unidos, se encuentra interesado en el futuro de Colombia, siendo el aliado más cercano al gobierno americano. Con 17 años de inversión en la seguridad y estabilidad del país, una parte del país sigue escéptico con el proceso de paz y el rol de las FARC en la democracia colombiana. Otros colombianos mantienen su soporte a los programas de paz y no solo es importante beneficiar a la ex guerrilla, sino también llenar las promesas que el gobierno dio en los acuerdos de paz para los más de 8.6 millones de víctimas de las 5 décadas de conflicto. Así como el presidente Duque ha concluido en sus primeros 100 días de gobierno, su gobierno ha sufrido de varios desafíos (1) un aumento en las hectáreas de cultivos ilícitos. (2) la implementación de las disposiciones del acuerdo de paz negociado por el ex presidente Santos, pero se vio empañada por la lenta implementación, los ataques a la tierra y los activistas de derechos humanos y el déficit presupuestario proyectado; (3) competencia violenta renovada entre grupos criminales en áreas rurales, algunos de los cuales, según informes, se están refugiando en Venezuela; y (4) la crisis humanitaria de Venezuela, que provocó una oleada de migrantes que huían hacia Colombia o a través de ella.

El nivel anual de asistencia extranjera provista por el Congreso de los Estados Unidos para Colombia comenzó a disminuir en el año fiscal 2008 y luego aumentó gradualmente en el año fiscal 2017 y 2016 para apoyar la paz y la implementación del Acuerdo de Paz entre las FARC- EP y el gobierno. Por lo anterior, es claro el interés de Estados Unidos en querer basarse en la cooperación y multilateralismo con Colombia para continuar capacitando a los centroamericanos y otros nacionales de terceros países en materia de lucha contra el narcotráfico y seguridad, incluidos programas de seguridad ciudadana, prevención y vigilancia del delito, fortalecimiento de la capacidad militar y policial, negociación de rehenes y la ciberseguridad.

Estados Unidos puede seguir vigilando de cerca la situación de seguridad doméstica de Colombia, así como continuar supervisando en temas como el tráfico de drogas; el esfuerzo de Colombia para combatir a otros grupos armados ilegales como Bacrim; el estado de la protección de los derechos humanos; y la expansión de la cooperación sanitaria, económica, ambiental, energética y educativa. La política exterior de Estados Unidos se ha fundamentado en fomentar el liderazgo colombiano en la

región para contrarrestar la creciente inestabilidad política en Venezuela. El Congreso de los Estados Unidos ha estado interesado en ampliar las oportunidades de inversión y comercio tanto bilateralmente con Colombia como dentro de agrupaciones regionales, como la Alianza del Pacífico. Algunos analistas sostienen que las mejoras comerciales entre los Estados Unidos y Colombia se basan en la fuerza de la relación general entre Colombia y los Estados Unidos.

Desde la implementación del acuerdo firmado en 1999 llamado Plan Colombia, se ha visto como este ha tenido influencia en la reducción de los números de secuestros en un 90% y la reducción de los cultivos de coca en un 60%, según cifras del Departamento de Estado de los Estados Unidos. Lo anterior, evidencia la relación directa que hay entre el apoyo político, económico y social que Estados Unidos ha prestado a Colombia, con miras a erradicar fuertemente los cultivos ilícitos.

Así las cosas, es claro que el interés más representativo de Estados Unidos en su relación multilateral con Colombia no solo se encuentra vinculada a un tema de cooperación entre los Estados, sino la necesidad de esta Potencia de reflejar su política exterior estadounidense, relacionada con la eliminación del narcotráfico y del terrorismo, en Estados que no cuentan con las capacidades económicas suficientes para dar respuesta a estas crisis y por ello, Colombia se ve en la necesidad de buscar aliados fuertes que representen un impacto positivo y beneficioso para ambos, a pesar de evidenciarse que la diferencia de fines que cada uno busca alcanzar.

EI TRATADO DE EXTRADICIÓN ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS EN EL ACUERDO PARA LA TERMINACIÓN DEL CONFLICTO ARMADO

Ahora bien, en ese sentido la Extradición de los altos dirigentes de las FARC-EP, representa uno de los temas en los que Estados Unidos ha demostrado un mayor interés. De este modo, el análisis de las relaciones internacionales entre Colombia y Estados Unidos desde la perspectiva de la extradición permite comprender si dicho acuerdo ha sido implementado como un mecanismo multilateral de cooperación o si, por el contrario, este ha sido proyectado como un medio de la política Exterior de Estados Unidos para generar influencia y un control imperialista sobre Colombia.

Las relaciones internacionales entre Colombia y Estados Unidos se han visto fortalecidas desde el siglo XX, por la contribución y apoyo que Estados Unidos ha proporcionado a la lucha contra el narcotráfico y el Conflicto Armado colombiano. Es por ello que el 14 de septiembre de 1979 en el Distrito Capital de Washington; Estados Unidos y Colombia suscribieron un tratado de Extradición, dicho acuerdo buscaba indirectamente neutralizar y reducir el fuerte impacto que el Narcotráfico estaba generando

globalmente, el consumo de droga produjo un aumento generacional a finales de siglo XVIII, lo que evidenció que incluso las potencias hegemónicas se estaban viendo afectadas por esta problemática. Así mismo, este tratado se constituyó como respuesta a evitar la impunidad de las “personas que delinquirían, los cuales, se asilaban en un Estado que no poseía jurisdicción sobre ellos, generando dificultad en la aplicación del ordenamiento jurídico interno, toda vez que las pruebas para validar la imputación se encontraban en otro Estado” (Velásquez, 2014).

EXTRADICIÓN EN EL ACUERDO FINAL PARA LA TERMINACIÓN DEL CONFLICTO

Es claro que uno de los aspectos fundamentales de la implementación del Acuerdo Final para la terminación del conflicto armado es el hecho de no conceder la extradición o medidas de aseguramiento con fines de extradición respecto de aquellas conductas realizadas durante el conflicto armado interno. Esta garantía de no extradición solamente alcanza a los integrantes de las FARC- EP, siempre y cuando las acciones hayan sido ocasionadas o incurridas con anterioridad a la firma del acuerdo final.

De este modo, para que el gobierno colombiano pueda ejercer la extradición respecto de un integrante de las FARC- EP, la conducta acusada deberá haber ocurrido con posterioridad a la firma del acuerdo, la cual deberá ser evaluada en la sección de Revisión del Tribunal para la Paz.

Con base a lo anterior, Estados Unidos ha demostrado su interés en uno de los temas que más polémica ha generado: la extradición. Estados Unidos asegura la importancia de establecer la extradición como mecanismo de cooperación, en el que se garantice que los integrantes de las FARC-EP que reinserten en conductas delictivas, deban responder de acuerdo con lo establecido en la legislación colombiana y al acuerdo final para la terminación del conflicto armado, el cual, establece que los reinsertados deben estar sujetos a la extradición.

Así las cosas, Estados Unidos, a través de un comunicado por Robert Palladino, Representante del Departamento de Estado, enfatizó en la eficacia que tiene el establecer como medio de cooperación la extradición, con miras a garantizar el estado de derecho, buscar la justicia, proteger los intereses de las víctimas, promover la paz y la prosperidad y salvaguardar la democracia en Colombia. Si bien Estados Unidos ha reiterado la importancia de que el gobierno Colombiano asuma completa responsabilidad con el cumplimiento del Acuerdo de Paz, también ha admitido la necesidad de reabrir

el debate sobre el artículo de la extradición consagrado en dicho acuerdo, debido a que se considera que el Acuerdo de Paz debe condicionar las circunstancias en la que no corresponde la extradición y por ello, se genera una menor responsabilidad para los integrantes de las FARC-EP para responder por las diferentes conductas delictivas cometidas, especialmente las relacionadas con el narcotráfico y terrorismo.

Es claro que la relación de extradición que se ha generado entre los dos Estados ha fortalecido el apoyo político, económico y social que Estados Unidos ha proporcionado a Colombia en relación con el proceso y finalmente, el acuerdo de paz. Sin embargo, la política exterior de Estados Unidos establece una visión diferente a lo que Colombia concibe como la paz, en tanto, su finalidad se encuentra directamente relacionada con la erradicación del narcotráfico, al ser una problemática que traspasa fronteras y de tal virtud, genera efectos negativos en el país.

Así mismo dicho apoyo ha generado que los intereses del gobierno colombiano se vean distorsionados por los intereses imperialistas norteamericanos. Ello es posible evidenciarlo en las relaciones diplomáticas que actualmente tiene el Presidente de Colombia Iván Duque y el Presidente Estadounidense Donald Trump, este último apoyo la estrategia política del presidente duque de objetar la Ley Estatutaria de la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP), objetó recientemente seis de los 159 artículos de la Ley Estatutaria de la JEP, que fue aprobada por el Congreso en el año 2017 y recibió después el visto bueno de la Corte Constitucional, con lo que solo necesitaba la sanción presidencial para entrar en vigor.

Las objeciones establecidas por el presidente Iván Duque no solo demuestran el desacato sobre la posición de la Corte Constitucional, sino además la interdependencia de los intereses estadounidenses en Colombia, teniendo en cuenta el apoyo de Donald Trump en las objeciones, especialmente aquellas que se basan en la extradición, como lo es consagrar la incompetencia de la Jurisdicción Especial para la Paz para emplear la facultad de practicar pruebas en los casos de solicitud de extradición, “En ese sentido, el Gobierno de EE. UU. celebró "las acciones que aseguren" que aquellos excombatientes que sean responsables de crímenes cometidos luego de firmado el acuerdo de paz incumpliendo lo establecido en él, estén sujetos a la extradición, como está contemplado en el acuerdo mismo” (El Tiempo, 2019).

El Acuerdo de Paz de Colombia ha presenciado una incesante presión de Estados Unidos para la modificación de disposiciones establecidas en la Ley Estatutaria de la JEP, a pesar de que la Corte Constitucional colombiana ratificara su ley estatutaria, ello demuestra la existencia acciones contrarias al estado de derecho y la incertidumbre que genera la falta de claridad del gobierno colombiano sobre

Ahora, en el 2018 se reunieron ambos presidentes de Colombia y Estados Unidos, el actual presidente de Colombia Iván Duque y Donald Trump. Allí se discutieron dos temas principales: la política antidrogas y la crisis en Venezuela. En relación de la política antidrogas, Trump dejó claro que Colombia debe reducir la cantidad de cultivos ilícitos y controlar la producción y comercialización de cocaína, o corre el riesgo de volver a la lista negra de países que no han cumplido con los compromisos internacionales antinarcóticos (MSN Noticias, 2018)

En razón de las declaraciones de Estados Unidos, Colombia dio a conocer las medidas que tomará el gobierno para erradicar los cultivos ilícitos. Con un presupuesto de 80.000 millones de pesos, la meta para el 2019 es una eliminación de 100.000 hectáreas de narco cultivos, de las cuales 40.000 son responsabilidad del Ejército, 40.000 de la Policía Antinarcóticos y las otras 20.000 se espera lograrlo a través del programa de erradicación voluntaria. (El Tiempo , 2019) Entre las acciones propuestas se encuentran: los grupos móviles de erradicación forzada, la erradicación voluntaria, el uso de vehículos tácticos de aspersión tipo tractor de oruga y equipos de aspersión a baja altura tipo dron. Estos dos últimos utilizan glifosato y herbicida para la erradicación. Como se puede evidenciar en este nuevo plan de gobierno, se va en contra de los planteamientos iniciales del acuerdo de paz, en los que establecía que el glifosato se usaría como un último recurso y se enfocaría principalmente en la sustitución voluntaria, por el contrario, las nuevas medidas se enfocan principalmente en el uso de glifosato, con nuevas tecnologías que incrementan su efectividad y reducen los daños causados por su uso.

Para Estados Unidos, el uso de la fumigación con Glifosato es la medida más efectiva para la erradicación de los cultivos ilícitos, (Semana, 2018) y han mantenido esa visión incluso ante el cambio de perspectiva que tuvo Colombia con el acuerdo de paz. Ahora, considerando el cambio de mandato que ocurrió en Colombia justo después de los hechos del proceso de paz, sumado con la posición contundente de Estados Unidos, evidenciada en las relaciones internacionales, se puede dar una explicación al cambio de perspectiva del gobierno en el que se va en contra de los planteamientos del acuerdo de paz, hasta cierto punto, una consecuencia de la presión constante de la política exterior de Estados Unidos.

BIBIOGRAFÍA

1. Campos, J. M. (1975). Las formas superiores de lucha en Colombia: experiencias creadoras de las masas. *Estudios Marxistas*, 3.
2. El Tiempo . (02 de 2019). *Meta de erradicación de coca sube a 100.000 hectáreas: 43 % más*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/justicia/conflicto-y-narcotrafico/como-sera-el-plan-de-erradicacion-de-cultivos-ilicitos-en-2019-321580>
3. Garcia, G. N. (2009). Las FARC, su origen y evolución. *Revista UNISCI*, 154-184.
4. Jiménez, T. (2012). La salida no es la guerra sino el dialogo.
5. MSN Noticias. (09 de 2018). *Duque y Trump: Colombia y Estados Unidos 'renarcotizan' sus relaciones*. Obtenido de <https://www.msn.com/es-co/noticias/nacional/duque-y-trump-colombia-y-estados-unidos-renarcotizan-sus-relaciones/ar-AAABnf7>
6. Salas, M. P. (s.f.). El controvertido acuerdo de paz de Uribe con los paramilitares. *Revista Semana*, 2016.
7. Santos, J. M. (4 de septiembre de 2012). Alocución el presidente Juan Manuel Santos.
8. Secretos de la negociación. (2012). *Revista Semana*.
9. Semana. (2018). *Récord histórico en hectáreas de cultivos ilícitos en Colombia, revela EE. UU*. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/estados-unidos-presenta-su-informe-sobre-cultivos-ilicitos-en-colombia/572963>
10. Semana. (s.f.). *El Acuerdo para terminar la guerra*. Obtenido de <https://especiales.semana.com/acuerdo-para-la-paz/capitulo-cuatro.html>
11. Velásquez, E. O. (2014). *Acuerdo bilateral entre Colombia y Estados Unidos, para la entrega de nacionales por comisión de conductas delictivas dentro del marco de cooperación internacional. Análisis sobre la pérdida de la proporcionalidad y reciprocidad*.
12. Arruba, C. M. (s.f.). *Análisis crítico de la ley 27 de 1980: Tratado de extradición entre Colombia y Estados Unidos* .
13. EL TIEMPO. (2019). EE.UU. pone la lupa sobre extradición en acuerdos de paz con las Farc. *EL TIEMPO*.
14. EL TIEMPO. (2019). El Gobierno de Trump apoya la estrategia de Duque con la JEP. *EL TIEMPO*.
15. Velásquez, E. O. (2014). *Acuerdo bilateral entre Colombia y Estados Unidos, para la entrega de nacionales por comisión de conductas delictivas dentro del marco de cooperación internacional. Análisis sobre la pérdida de la proporcionalidad y reciprocidad*

“Socialización de los avances logrados en materia de transparencia en el Marco de la Red RICCAL creada en el 2do. Congreso Internacional CIANI”

Ochoa de Arco, Enrique Alfonso

¹Filiación institucional (grupo de Investigación FACEAC)

enriqueochoadearco@gmail.com

Madelcy Del Carmen Pedroza Torres

Administradora Financiera

madelcypedroza@hotmail.com

Resumen— *Los acontecimientos que se han presentado en América latina en las últimas décadas, si bien es cierto que hacen parte de toda una continuidad de circunstancias adversas en las cuales se observa altamente comprometida las administraciones del estado, obedece a unos procesos particulares que se perciben en el escenario de la vida política, por la misma forma en que se da la praxis en donde el mercantilismo de conciencias pareciera ser argumento de cabecera que corroe la estructura de los principios axiológicos éticos y morales, poniendo en riesgo la esencia de una administración justa y objetiva, en donde los más débiles son las víctimas principales del proceso. Es por ello, que después de percibir lo que ha transcurrido en el constructo de nuestra amada sociedad, solo en la vigencia de los últimos años, se han generado una serie de situaciones por parte de los miembros de la clase política en donde el desánimo, la incertidumbre y el caos se han apoderado del proceso natural que reina en el esquema de la estructura organizacional de las naciones.*

Bastante melancólico, al confrontar lo anteriormente plasmado, en donde en su primer artículo de la carta magna, se deja sentado, que en el caso de Colombia, es un país que asume la responsabilidad de un estado social de derecho, en donde se garantizan las condiciones de objetividad, protección, conservación y preservación de la soberanía, en la razón absoluta del ser es una realidad en donde la decidía reina en el contexto social, pero que además el

deber ser, se vulnera cuando partiendo de la estructura básica del estado, alrededor de la función de la rama legislativa del poder público, se vulnera y pareciera ser que se han agotado los honorables en administración de nuestra sufrida y amada nación.

Palabras claves: Administración pública, corrupción, transparencia, poder público, contexto social, estructura de estado.

Abstract— *The events that have been presented in Latin America in recent decades, although it is true that they are part of a whole continuity of adverse circumstances in which management state is highly committed, follows particular processes that are perceived in the scenario of political life, in the same way in which praxis is given where the mercantilism of consciences seems to be a headline argument that corrodes the structure of axiological ethical and moral principles, putting at risk the essence of a fair and objective administration putting at risk the essence of a fair and objective administration, where the weakets are the main victims of the process. That is why, after perceiving what has happened in the construct of our beloved society, only in the lifetime of the last years, a number of situations have been generated by members of the political class where discouragement, uncertainty and chaos have taken over the natural process, that reigns in the outline of the organizational structure of nations.*

Quite melancholy, confronting the above-made, where in his first article of the magna , it is left sitting, that in the case of Colombia, it is a country that assumes the responsibility of a social state of law, where the conditions of objectivity, protection, conservation and preservation of sovereignty, in the absolute reason of being is a reality where he decided to reign in the social context, but that also must be violated when starting from the basic structure of the state, around the function of the legislative branch of public power, it is violated and it seems that the honorable ones in administration of our long-suffering and beloved nation have been exhausted.

Keywords: *Public administration, corruption, transparency, public power, social context, state structure.*

68. Introducción

El presente documento, surge de las entrañas de la academia, en donde se supone que han de gestarse los proyectos que transforman a la sociedad, pero ante las circunstancias presentadas en el desarrollo de la vida política, social y económica de nuestra sufrida América Latina, se percibe un panorama sobre el cual han de tomarse medidas urgentes, porque de acuerdo a los análisis, tendencias y proyecciones que se generaron en el siglo XX, prácticamente éstos países han perdido el año. Los resultados obtenidos en lo transcurrido del siglo XXI, vislumbran en el horizonte una hecatombe puesto que un flagelo maligno se ha incrustado en la administración pública, con clara tendencia de metástasis en todas las estructuras de la sociedad, al punto de tener a sus habitantes al borde del desespero, en un escenario donde la institucionalidad ha perdido credibilidad y las ramas del poder público están a punto de colapsar por razones de ineficiencia, ineficacia e ineffectividad.

Es por ello, que desde el grupo de investigación FACEAC de la Universidad del Sinú – Elías Bechara Zainúm Seccional Cartagena, con toda humildad, se presenta una iniciativa en calidad de propuesta, para que se generen alternativas de solución, que interrumpan el desasosiego que hay actualmente en la administración pública y que está afectando a la sociedad en su estructura, en donde los grupos vulnerables, la naturaleza y el respeto por la dignidad humana son los que reciben de mayor forma los estragos que produce el caos que reina en el ambiente.

1.1. Objetivo general

Proponer que la Red RICCAL creada en el marco del Segundo Congreso Internacional en Administración de Negocios Internacionales CIANI, celebrado en la Universidad Pontificia

Bolivariana de Bucaramanga, sea escalado al nivel de Semillero de Investigación Internacional, donde se desarrolle una primera etapa que consiste en investigar antecedentes de modelos implementados para dirimir la corrupción en países y todo lo concerniente a transparencia y corrupción, una segunda etapa en donde se formule una propuesta a implementar en los países de los miembros de la Red y una etapa final donde se gestione la implementación de la propuesta.

68.2. Objetivos específicos

- Socializar el diagnóstico de la corrupción en Colombia y en América Latina en los últimos cinco años afianzados en información estadística.
- Mostrar el escenario actual de corrupción en Colombia.
- Presentar una propuesta que incluya a diferentes actores del Sector de la Educación a través de la Red RICCAL.
- Generar en la comunidad académica conciencia del daño que hace a la sociedad la corrupción.
- Impulsar la Red RICCAL como mecanismo de interacción de los entes académicos internacionales que quieran hacer parte de la lucha contra la corrupción a través de la Educación Superior.

69. Estado del Arte

La producción de documentos, bien sean éstos conocidos como literatura de alto nivel, producción académica afianzada en proyectos exhaustivos de investigación, ponencias, ensayos e inclusive toda aquella una amplia generación de leyes, que en su calidad de ampliación de los preceptos constitucionales se producen en las altas esferas de la administración pública, son desafortunadamente iniciativas que nacen con unos genes que en el proceso de evolución y desarrollo, generan la peor de las circunstancias que pudiera tener una nación.

Se presentan entonces a continuación, una serie de documentos (estadísticas) que conforman el aproximado a un marco teórico lo suficientemente sustentado para el soporte y asidero que fundamente la siguiente propuesta.

Partiendo del concepto de marco teórico, como el proceso administrativo académico, de gestión directamente relacionado con la investigación y, por lo tanto, con la ciencia. Se entiende entonces éste como el conjunto de ideas, procedimientos y teorías que sirven a un investigador para llevar a término su actividad, bajo la concepción de los soportes que justifiquen y fundamenten dicho proceso investigativo.

La palabra Administración viene del latín “Administratione” que significa acción de administrar y el termino de administración está compuesto por dos vocablos: ad y ministrare, que significan conjuntamente “servir”, llevando en forma implícita en su sentido que es una actividad cooperativa que tiene el propósito de servir. La definición dada para la administración destaca justamente en su mismo origen etimológico cuando expresa ambos conceptos de cooperación y de servir para el logro de los objetivos.

Con el ánimo de asumir la elaboración del marco teórico, se permite el equipo investigador presentar uno de los documentos publicados en Colombia alusivos a la problemática de la transparencia en los procesos administrativos de lo público, denominado “Transparencia en la administración pública de Colombia”, informe que al ser revisado, clasifica dentro de la objetividad, respeto y realidad alrededor del tema de la competencia.

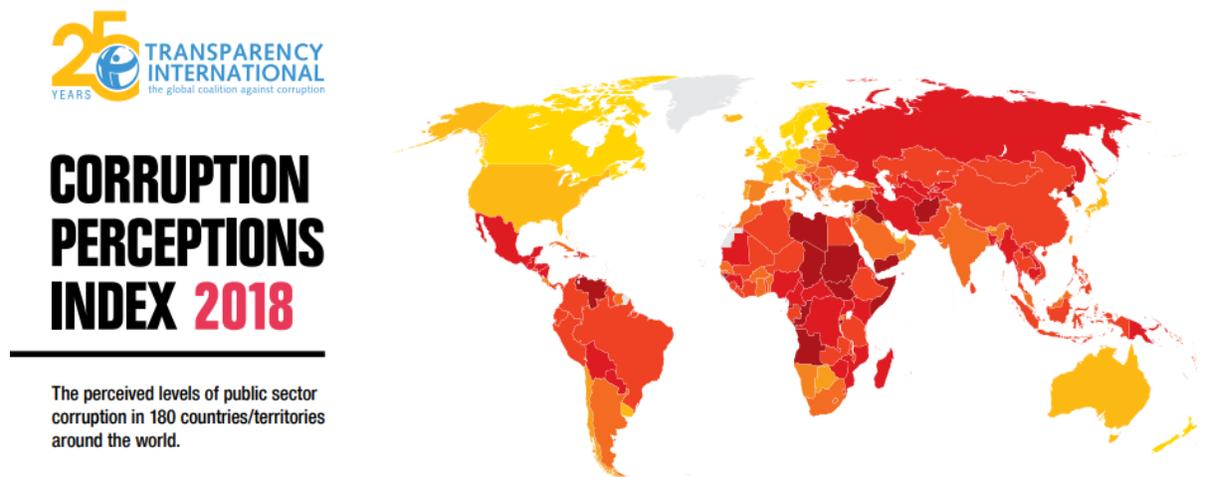
Transparencia en la Administración Pública en América Latina

De acuerdo con la información obtenida de *Transparency International: the global coalition against corruption*, es posible evidenciar que la situación de corrupción en América latina es definitivamente un tumor maligno, que corroe las entrañas de los Estados; se puede observar en el mapa del índice de corrupción de 2018, que pequeñas excepciones como Chile, Uruguay y Costa Rica, evidencian que sí es posible avanzar en transparencia en América Latina.

Al observar la situación de la República Bolivariana de Venezuela en el contexto Latinoamericano, puede interpretarse como una excepción, puesto que no se había presentado una catástrofe tan grande en la estructura continental latina, y sobre el particular, el proceso en su metástasis, permea a los países vecinos; verbigracia el éxodo presentado de manera principal y proveniente desde Venezuela al Estado Colombiano, en donde, de acuerdo con las

estadísticas⁶⁵, deambulan por las calles no menos de 1.174.743 al 31 de diciembre de 2018 y cerca de 142 mil personas entraron en los últimos tres meses del 2018.

La puntuación media en el Índice de Percepción de la Corrupción 2016 es de 44 sobre 100 para el continente. Y cualquier cosa por debajo de 50 indica que los gobiernos están fallando al hacer frente a la corrupción.



Índice de corrupción en Colombia

66 “La percepción de corrupción en el sector público en Colombia está en aumento según el Índice de Percepción de Corrupción (IPC) 2018 de Transparencia Internacional. En la más reciente edición de este índice el país cae de 37 a 36 puntos sobre 100 ⁶⁷ y desciende del

⁶⁵ <https://www.eltiempo.com/mundo/venezuela/en-colombia-hay-casi-1-2-millones-de-venezolanos-segun-migracion-321908>

⁶⁶ <http://transparenciacolombia.org.co/2019/01/29/resultados-ipc-2018/>

⁶⁷ La escala del índice va de 0 a 100, siendo 0 (muy corrupto) y 100 (muy limpio).

demanda “acciones más agresivas, corajudas e independientes de intereses políticos para combatirla”.

Este índice de corrupción se relaciona con el caso Odebrecht el cual es reconocido por su afectación a varios países latinoamericano e incluso su país de origen, Brasil.

69La lucha en Colombia

El presidente Juan Manuel Santos instaló el 25 de enero de 2017 la Comisión Nacional Ciudadana de Lucha contra la Corrupción, y allí anunció que la prioridad para ese 2017 es la lucha contra el desfaldo a las arcas públicas del Estado.

El mandatario de los colombianos aseguró que espera que todas las ramas del poder público hagan cumplir unos estándares mínimos en transparencia, acceso a la información y datos abiertos.

⁷⁰Las estadísticas del Observatorio Anticorrupción de la Presidencia indican que el 50% de los condenados por delitos de corrupción no pagan un solo día de cárcel, y el 25% reciben beneficio de casa por cárcel.

Enfocándonos en el caso Blas De Lezo en la ciudad de Cartagena, 21 personas muertas y 23 heridos dejó el desplome de la edificación sin licencia de construcción. Inician investigaciones contra inspección de policía, alcalde menor, control urbano y secretaría de planeación. A la fecha ha habido un solo acto administrativo, proveniente de la administración pública de la ciudad de Cartagena y menos aún del estado Colombiano, que sea contribuyente con los daños ocasionados a las familias de las víctimas, y de manera contradictoria y grotesca, es decir, los constructores están en libertad por vencimiento de términos; flagrante situación de burla y sevicia en las decisiones de la Administración pública.

Luz Elena Paternina, secretaria de Planeación Distrital de Cartagena; Olimpo Vergara, Jefe de la Oficina de Control Urbano Distrital; Patricia Zapata, alcaldesa de la Localidad Industrial

⁷⁰ <https://www.elespectador.com/noticias/politica/el-50-de-los-condenados-corrupcion-no-pagan-un-solo-dia-articulo-676259>

y de la Bahía, y Alfonso Ramos, inspector de Policía del barrio Blas de Lezo, fueron los primeros funcionarios del Distrito investigados por el siniestro. La investigación a estos funcionarios fue la primera respuesta del alcalde de la ciudad en su momento, Manuel Vicente Duque, quien a su vez era investigado por la Procuraduría general de la Nación, luego de la tragedia.

El alcalde de Cartagena conoció que un ciudadano había presentado, ante la inspección de Policía de Blas de Lezo, una solicitud de inspección a la obra que colapsó, informa el Distrito.

Sector salud en Colombia.

El año 2017 para el sector salud podría comenzar con el cierre de uno de los capítulos más sonados en los últimos años: la venta de la EPS Cafesalud. Un proceso que se anunció en diciembre del 2015, con la liquidación de Saludcoop, pero que culminaría en marzo de este año, pues, si todo sale como se espera, esta EPS tendría un nuevo dueño para este mes.

Pero, más allá de la simple “transacción”, el traspaso de Cafesalud a un operador con mayores capacidades significa un nuevo aliento para el sector, ya que, en teoría, esto reanudaría la prestación de los servicios que se han visto suspendidos y aliviaría la crisis de aseguramiento.

Ahora, otro de los grandes “cierres” que se esperan en los primeros meses del año es la implementación de la Ley Estatutaria de Salud, que justamente en febrero cumplirá los dos años de ser sancionada. Tiempo límite, además, que se le dio al Ministerio de Salud para que aclarara las nuevas reglas del juego. Y aunque la Ley Estatutaria está llena de aristas y fueron varias las cosas en las que se avanzó, según el Ministerio, uno de los grandes retos estará en la autonomía de los médicos.

Con la entrada en funcionamiento de la plataforma Mipres y el fin de los Comités Técnico Científicos (CTC), los médicos serán libres de recetar medicamentos o tratamientos que no se encuentren en el Plan de Beneficios —antiguo POS—, sin necesidad de que sean aprobados por una instancia mayor. Lo que, además de darles mayor autonomía, implica la responsabilidad de no cargar al sistema, pues lo excluido del Plan de Beneficios va con cargo a los recursos públicos.

En este punto, además, el Ministerio tendrá la misión de establecer de forma precisa qué queda excluido del Plan de Beneficios, como tratamientos cosméticos, fármacos que no tengan documentación científica o estén en fase de estudio, de lo contrario se entenderá que hacen parte de él.

En cuanto a los retos que implica hacer frente al posconflicto desde la salud, Fernando Ruiz, médico y exviceministro de Salud, considera que un tema central estará en la implementación de la salud rural y en poblaciones dispersas.

“La respuesta del sector va a ser compleja porque tiene que dar respuesta a través del régimen subsidiado, entonces tendrá que existir un trabajo de afiliación y, eventualmente, algunos programas especiales”, agregó.

Además, Ruiz considera que hay que ponerle el ojo a la situación médica que se está viviendo en Venezuela, pues el vecino país lleva tres años de silencio epidemiológico, tiene bajas tasas de vacunación y hay riesgo de un aumento en la demanda de servicios en Colombia ante un eventual colapso del sistema de salud de Venezuela.

70. Resultados

- Se espera la consolidación del Semillero de Investigación Internacional Sobre Administración Pública y Transparencia.
- Conformación de la Junta Administrativa del Semillero de Investigación Internacional Sobre Administración Pública y Transparencia.
- Realización de la Mesa de Trabajo de la Junta Administrativa del Semillero de Investigación Internacional Sobre Administración Pública y Transparencia, que sirva como direccionamiento de los pasos y agenda a seguir en el desarrollo del proceso.
- Desarrollar un documento que contenga los lineamientos de inicio a seguir.

71. Conclusiones

Los países de América Latina merecen ser acompañados con iniciativas académicas que contribuyan en resarcir la problemática de la corrupción que afecta al continente, en dicho orden y por ser la educación la base del desarrollo de la sociedad, quién más expedito para dicho proceso, que las Instituciones Universitarias en el Marco del cumplimiento de las

Funciones Sustantivas “Docencia, investigación y extensión”; al tiempo que se potencializa la responsabilidad social universitaria, que es inherente a dichas instituciones.

Esta iniciativa además fortalece los lazos de cooperación e integración internacional en los países de América Latina, situación de la cual se adolece dentro de los escenarios de la integración socioeconómica, geopolítica y de relaciones diplomáticas y de comercio internacional, las cuales se han visto afectadas por las implementaciones ideológicas empíricas que han causado verdaderas catástrofes en algunos Estados.

Recomendaciones

- Proponer una cátedra cívica política en todos los syllabus universitarios, con fines de sensibilización.
- Invitar a la ciudadanía a denunciar con vigor los hechos de corrupción, a participar de manera activa en los procesos de rendición de cuentas y sumarnos en alianzas que hagan posible procesos de cambios.
- Nombrar en el Tercer Congreso Internacional en Administración de Negocios Internacionales CIANI 2019, una Junta Administrativa, que promulgue las acciones a seguir, generándose así, una sinergia participativa que consolide un verdadero semillero de investigación en pro de cumplir los objetivos.
- Organizar una mesa de trabajo en el marco del Tercer Congreso Internacional en Administración de Negocios Internacionales CIANI 2019, de la Junta Administrativa, con el fin de generar las directrices de inicio.
- Se propone realizar un Congreso Internacional para septiembre del año 2020, de acuerdo con lo sugerido por la Junta Administrativa en la mesa de trabajo, para afianzar y consolidar los avances realizados de la primera etapa de esta propuesta que es *“investigar antecedentes de modelos implementados para dirimir la corrupción en países y todo lo concerniente a transparencia y corrupción”*. De manera muy humilde se postula la Universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm en la ciudad de Cartagena, como alternativa.

72. Referencias Bibliográficas

- Albani, Paolina (22 de abril de 2015). [«CICIG ha desarticulado a grupos "intocables"»](#). Siglo 21 (Guatemala). Archivado desde [el original](#) el 22 de abril de 2015. Consultado el 22 de abril de 2015.
- CICIG (2015). Informe: El financiamiento de la política en Guatemala. Guatemala: Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala.
- — (2 de junio de 2016). [«Cooptación del Estado de Guatemala»](#). Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala. Guatemala. Consultado el 2 de junio de 2016.
- El periódico (20 de julio de 2016). «¿Quiénes eran los otros reos que murieron junto a militar en Pavón?». El Periódico (Guatemala). Consultado el 20 de julio de 2016.
- Ministerio Público (2014). [«MP coordina captura de 10 personas»](#). Ministerio Público (Guatemala). Archivado desde [el original](#) el 22 de abril de 2015. Consultado el 22 de abril de 2015.
- Partido Socialista Centroamericano (6 de mayo de 2015). «¡Que renuncie YA el gobierno del Partido Patriota!». Albedrío. Guatemala. Archivado desde el original el 7 de mayo de 2015. Consultado el 6 de mayo de 2015.

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

MACROECONOMIC ANALYSIS OF THE COUNTRIES BELONGING TO THE LATIN AMERICAN INTEGRATION ASSOCIATION

*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 sucesivos 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 sucesivos 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 |

⁷⁴ Sucre es su capital constitucional y sede del órgano judicial, y La Paz es la sede de los órganos ejecutivo, legislativo y electoral.

| | | | | | | |
|------------------------------------|------------------|----------|---------|------------|------------|-----------------|
| México | Ciudad de México | Fundador | 121.006 | 1.964.380 | Castellano | Pesos mexicanos |
| República del Paraguay | Asunción | Fundador | 6.725 | 406.752 | Castellano | Guaraníes |
| República de Panamá | Panamá | 2012 | 3.990 | 75.420 | Castellano | Balboas |
| República del Perú | Lima | Fundador | 31.148 | 1.285.220 | Castellano | Soles |
| 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 Raul Prebisch: "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 recolecta 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/indicador/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 muestra 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 | 8.8 37 | 8.8 80 | 9.2 86 | 9.1 84 | 9.3 52 | 9.9 27 | 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 | 6.3 19 | 6.5 68 | 6.8 92 | 6.5 32 | 7.2 90 | 7.5 05 | 7.3 12 | 8.2 27 | 8.5 02 | 8.6 39 | 37% |
| Perú | 8.0 68 | 8.6 49 | 9.3 23 | 9.3 09 | 9.9 57 | 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/indicador/NY.GDP.PCAP.PP.KD?name_desc=true&view=map
 p 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 predominante 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 | 46.5 46 | 55.9 80 | 70.0 19 | 55.6 72 | 68.1 87 | 84.0 51 | 80.2 46 | 76.6 34 | 68.3 35 | 56.7 87 |
| Bolivia | 4.22 3 | 4.86 0 | 6.95 3 | 5.41 7 | 7.05 2 | 9.21 5 | 11.9 91 | 12.3 28 | 13.0 34 | 8.91 2 |
| Brasil | 137. 470 | 160. 262 | 197. 942 | 152. 995 | 202. 640 | 256. 040 | 242. 580 | 242. 179 | 225. 101 | 144. 496 |
| Colombia | 24.3 75 | 30.0 11 | 37.6 26 | 32.8 50 | 39.6 62 | 56.9 54 | 60.1 25 | 58.8 24 | 54.7 95 | 35.6 91 |
| Cuba * | 2.92 5 | 3.68 6 | 3.66 4 | 2.86 3 | 4.55 0 | 5.87 0 | 5.57 7 | 5.28 3 | 4.85 7 | 3.35 0 |
| Chile | 55.8 82 | 65.7 40 | 69.0 88 | 49.9 21 | 67.4 24 | 80.7 66 | 76.7 45 | 76.1 94 | 74.2 13 | 62.0 41 |
| Ecuador | 12.7 28 | 14.3 21 | 18.8 18 | 13.8 63 | 17.4 90 | 22.3 22 | 23.7 65 | 24.7 51 | 25.7 24 | 18.3 31 |
| México | 249. 925 | 271. 875 | 291. 343 | 229. 704 | 298. 473 | 349. 375 | 370. 770 | 380. 015 | 396. 912 | 380. 623 |
| Panamá ** | 6.41 7 | 7.60 2 | 8.60 5 | 9.80 0 | 9.22 8 | 12.6 02 | 7.44 7 | 6.95 7 | 4.62 0 | 4.74 6 |
| Paraguay | 3.47 2 | 4.72 4 | 6.40 7 | 5.08 0 | 6.51 7 | 7.77 6 | 7.28 4 | 9.43 2 | 9.65 6 | 8.32 8 |
| Perú | 22.7 37 | 26.8 24 | 30.4 26 | 25.9 05 | 34.5 35 | 44.6 87 | 43.5 63 | 39.4 99 | 35.6 60 | 31.9 04 |
| Uruguay | 3.98 9 | 4.51 4 | 5.94 9 | 5.38 6 | 6.74 1 | 7.91 2 | 8.70 9 | 9.06 7 | 9.13 6 | 7.67 9 |
| Venezuela a *** | 65.6 93 | 69.9 80 | 95.0 21 | 57.6 03 | 65.7 45 | 92.8 11 | 97.3 40 | 88.7 53 | 74.7 14 | 36.6 27 |
| Total | 636. | 720. | 841. | 647. | 828. | 1.03 | 1.03 | 1.02 | 996. | 799. |
| Bloque | 382 | 380 | 860 | 059 | 243 | 0.38 | 6.14 | 9.91 | 759 | 513 |
| | | | | | | 2 | 2 | 5 | | |

| | | | | | | | | | | |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total | 12.1 | 14.0 | 16.1 | 12.5 | 15.3 | 18.3 | 18.4 | 18.9 | 18.9 | 16.5 |
| Mundial | 27.7 | 20.7 | 48.8 | 55.7 | 02.1 | 38.9 | 97.4 | 39.3 | 95.6 | 51.5 |
| *** | 71 | 75 | 64 | 78 | 38 | 67 | 85 | 88 | 54 | 91 |

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 | 12.05 9 | 13.8 22 | 18.5 97 | 15.0 90 | 20.5 90 | 24.2 85 | 25.3 04 | 26.7 81 | 27.5 18 | 21.3 87 |
| México | 256.0 58 | 281. 949 | 308. 603 | 234. 385 | 301. 482 | 350. 843 | 370. 752 | 381. 210 | 399. 977 | 395. 232 |
| <u>Panamá</u> ** | 10.77 5 | 13.2 69 | 15.7 37 | 13.8 77 | 16.7 37 | 21.8 02 | 22.8 21 | 21.7 54 | 21.1 42 | 18.9 22 |
| Paraguay | 4.775 | 5.87 5 | 9.06 2 | 6.96 2 | 10.0 33 | 12.3 67 | 11.5 55 | 12.1 42 | 12.1 69 | 9.45 9 |
| Perú | 15.29 4 | 20.4 18 | 29.8 82 | 21.8 04 | 29.9 14 | 37.8 44 | 42.1 96 | 43.3 28 | 42.1 73 | 37.7 98 |
| Uruguay | 4.775 | 5.62 8 | 8.93 3 | 6.90 7 | 8.62 2 | 10.7 26 | 11.6 52 | 11.6 42 | 11.4 85 | 9.48 9 |
| Venezuela *** | 33.61 6 | 46.0 97 | 50.4 50 | 41.5 40 | 36.4 79 | 47.7 23 | 57.2 48 | 48.7 73 | 43.1 69 | 32.7 40 |
| Total | 540.6 | 647. | 796. | 598. | 781. | 959. | 995. | 1.02 | 1.02 | 896. |
| Bloque | 20 | 596 | 666 | 023 | 710 | 413 | 067 | 5.00 | 0.65 | 429 |
| | | | | | | | | 9 | 7 | |
| Total | 12.35 | 14.2 | 16.4 | 12.6 | 15.4 | 18.4 | 18.6 | 18.9 | 18.9 | 16.6 |
| Mundial | 5.258 | 29.6 | 67.6 | 89.5 | 20.5 | 15.6 | 25.0 | 08.7 | 96.5 | 07.2 |
| *** | | 07 | 43 | 86 | 13 | 33 | 32 | 23 | 12 | 37 |

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).

4.4.3. Balanza comercial

La balanza comercial es uno de los aspectos a mejorar por algunos de los países pertenecientes ALADI ya que al tratarse de países en vías de desarrollo los productos que exportan son de menor valor y generan mejor valor agregado que el que exportan los países desarrollados. Pese a esto hay países como Argentina, Bolivia, Brasil o Chile cuya balanza comercial es positiva durante el periodo analizado o en la mayor parte del periodo.

| Balanza | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Argentina | 12.3 93 | 11.2 73 | 12.5 56 | 16.8 86 | 11.3 95 | 9.73 2 | 12.2 26 | 2.97 8 | 3.01 2 | - 2 |
| Bolivia | 1.39 8 | 1.40 3 | 1.96 6 | 951 | 1.44 8 | 1.28 0 | 3.40 1 | 2.97 5 | 2.36 0 | -855 |
| Brasil | 41.5 67 | 33.6 06 | 15.5 38 | 19.3 84 | 11.1 59 | 19.0 75 | 9.21 2 | 8.26 6 | 13.9 78 | 34.3 07 |
| Colombia | - 1.78 7 | - 2.88 6 | - 2.04 3 | -48 | -824 | 2.72 1 | 1.07 7 | -557 | - 9.23 4 | - 18.3 67 |
| Cuba * | - 6.57 3 | - 6.39 4 | - 10.5 70 | - 6.04 3 | - 6.09 5 | - 8.08 2 | - 8.22 4 | - 9.42 3 | - 8.17 9 | - 8.35 3 |
| Chile | 21.1 56 | 22.9 98 | 12.4 43 | 11.1 30 | 14.5 78 | 14.3 50 | 6.03 3 | 4.35 7 | 3.33 2 | 4.72 0 |
| Ecuador | - 670 | - 499 | - 222 | - 1.22 7 | - 3.10 0 | - 1.96 3 | - 1.53 9 | - 2.03 0 | - 1.79 4 | - 3.05 7 |
| México | - 6.13 3 | - 10.0 74 | - 17.2 61 | - 4.68 1 | - 3.00 9 | - 1.46 8 | - 18 | - 1.19 5 | - 3.06 6 | - 14.6 09 |
| <u>Panamá **</u> | - 4.35 8 | - 5.66 7 | - 7.13 2 | - 4.07 7 | - 7.50 9 | - 9.20 0 | - 15.3 74 | - 14.7 97 | - 16.5 22 | - 14.1 76 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Paraguay | 1.30 | 1.15 | 2.65 | 1.88 | 3.51 | 4.59 | 4.27 | 2.71 | 2.51 | 1.13 |
| | 3 | 1 | 5 | 2 | 7 | 1 | 1 | 0 | 3 | 1 |
| Perú | 7.44 | 6.40 | | 4.10 | 4.62 | 6.84 | 1.36 | 3.83 | 6.51 | 5.89 |
| | 4 | 6 | 544 | 1 | 2 | 3 | 7 | 0 | 3 | 5 |
| Uruguay | - | 1.11 | 2.98 | 1.52 | 1.88 | 2.81 | 2.94 | 2.57 | 2.34 | 1.81 |
| | -786 | 4 | 4 | 1 | 1 | 5 | 3 | 5 | 8 | 0 |
| Venezuela *** | 32.0 | 23.8 | 44.5 | 16.0 | 29.2 | 45.0 | 40.0 | 39.9 | 31.5 | 3.88 |
| | 77 | 83 | 71 | 63 | 66 | 88 | 92 | 80 | 45 | 7 |
| Total Bloque | 95.7 | 72.7 | 45.1 | 49.0 | 46.5 | 70.9 | 41.0 | 4.90 | - | - |
| | 63 | 84 | 95 | 36 | 33 | 69 | 75 | 6 | 23.8 | 96.9 |
| | | | | | | | | | 98 | 16 |
| Total Mundial | 12.3 | 14.2 | 16.4 | 12.6 | 15.4 | 18.4 | 18.6 | 18.9 | 18.9 | 16.6 |
| *** | 55.2 | 29.6 | 67.6 | 89.5 | 20.5 | 15.6 | 25.0 | 08.7 | 96.5 | 07.2 |
| | 58 | 07 | 43 | 86 | 13 | 33 | 32 | 23 | 12 | 37 |

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 unos 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

8.

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/ONE213228_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.

“MI PRIMERA CERTIFICACIÓN INEN” EN LAS EPS DEL GUAYAS

Ma. José Chávez San Lucas¹ - Sarmiento Torres Ingrid² – Ajila Rodas Patricio²

Facultad de Ciencias Administrativas - Universidad de Guayaquil.

Resumen

El presente trabajo de investigación se enfoca en la descripción narrativa de una de las acciones que benefician a las organizaciones que son parte de la Economía Popular y Solidaria (EPS), el nuevo programa “Mi primera certificación INEN” que el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) promueve, identificando los eventos referidos a este proceso y construyendo un esquema narrativo que permite explicar cómo se desarrollaron tales instancias y cuál es la participación de las EPS. La sostenibilidad de las organizaciones de la EPS en el mercado ecuatoriano es una necesidad imperiosa,

Se deja en evidencia la oportunidad de incorporar transformación dentro de acciones que permitan la ejecución de proyectos específicos en el ámbito de sus competencias en busca de nuevos beneficiarios de esta política pública, con la transformación que se ha dado dentro del programa de acceder de manera gratuita y la extensión del plazo de duración.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, es parte del avance de un proyecto semillero de investigación, y como parte inicial se enfoca en la descripción narrativa de una de las acciones que benefician a las organizaciones que son parte de la Economía Popular y Solidaria (EPS), el nuevo programa “Mi primera certificación INEN” que es promovido por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), el identificar los eventos relacionados a este proceso nos permite construir un esquema narrativo que explica de una manera gráfica cómo se desarrollaron tales instancias y cuál es la participación de las organizaciones de EPS, con el objetivo de contagiar a otras organizaciones a participar y así lograr ser más competitivo.

En el Global Enterprise Monitor (GEM, 2016) se manifiesta que uno de los impedimentos al emprendimiento es el miedo al fracaso, reflejado en el 32% de la población ecuatoriana. El emprendimiento es una actividad que puede practicarse de manera colectiva; y la economía solidaria se refiere a una forma de organización del proceso productivo en el cual la gestión es construida por un colectivo que da respuesta al bien común, presentan mayor flexibilidad y capacidad de adaptación ante circunstancias adversas (Senplades, 2015).

La sostenibilidad de las organizaciones de la EPS en el mercado ecuatoriano es una necesidad imperiosa, el GEM 2016, describe como mejoras al clima emprendedor todas las acciones enfocadas en políticas de gobierno, educación y entrenamiento, capacidad emprendedora y apoyo financiero.

Impulsar el crecimiento de las organizaciones que forman parte de la EPS, a través del fortalecimiento de sus sistemas de gestión básicos de calidad resulta indispensable, favoreciendo a las nuevas iniciativas emprendedoras bajo sociedades o asociaciones.

Actualmente, en el Ecuador existen 13893 organizaciones en el catastro sector no financiero de la EPS, el fortalecimiento de sus sistemas de gestión básicos mediante esta certificación permitirá crear oportunidades de negocios, mejorar el entorno productivo, se presenta como una opción de inclusión a un proceso productivo de manera sostenible.

La documentación oficial sobre el programa es una fuente a considerar, y las posturas de los actores involucrados son una fuente necesaria de evidencia. En una publicación del diario el Telégrafo, E. (2018, abril 7) Eva García Fabre, ministra de la producción resaltó que:

Las Mipymes, los artesanos y las organizaciones de Economía Popular y Solidaria representan en el Ecuador el 90% del tejido productivo, el 68% de la generación de empleo y el 35% de ingresos, y que el 65% de estas unidades productivas, están conformadas por mujeres.

Como justificación teórica se busca contribuir a la disminución de la brecha entre las evidencias de evaluación de programas de políticas públicas y los resultados experimentales y replicas en los posibles beneficiarios. Y de manera práctica, otorgar un esquema que explique esta buena práctica para contagiar a otros miembros de la EPS en su intento por ser más competitivo.

El objetivo que se persigue con el presente trabajo es analizar la evolución del programa “Mi primera certificación INEN”, que sirva de base para luego desarrollar un trabajo de campo que contribuya a estudiar experiencias de las EPS certificadas. Enunciar los resultados que se han alcanzado y posteriormente establecer quienes han optado por este certificado a nivel nacional.

IV. PROPUESTA

Se empleó una orientación cualitativa como la mejor opción para dar explicación de los aspectos generales que se han suscitado en torno a esta temática. Proponiendo un esquema narrativo base para la delimitación de la experiencia inicial, como lo indica Barzelay M. (2004) el método narrativo es más sensible a los elementos que componen un proceso, la secuencia de acciones que se desarrollan en un tiempo y contexto dados.

Basándonos en la interrogante de investigación, porque los responsables del sistema de certificación del INEN no logran que esta oferta dirigida a las EPS del país llegue efectivamente como una política pública de apoyo al fortalecimiento de este sector de la economía.

En búsqueda de una respuesta no cuantitativa, sino que de un claro esquema secuencial de las decisiones que se tomaron a lo largo del tiempo, empleando una narrativa que conecte los acontecimientos en un momento dado. Se considera el contexto en el que se desarrollaron los eventos

Establecer las relaciones que se pueden presentar entre los Eventos para realizar su clasificación y formular interrogantes de nuevas investigaciones.

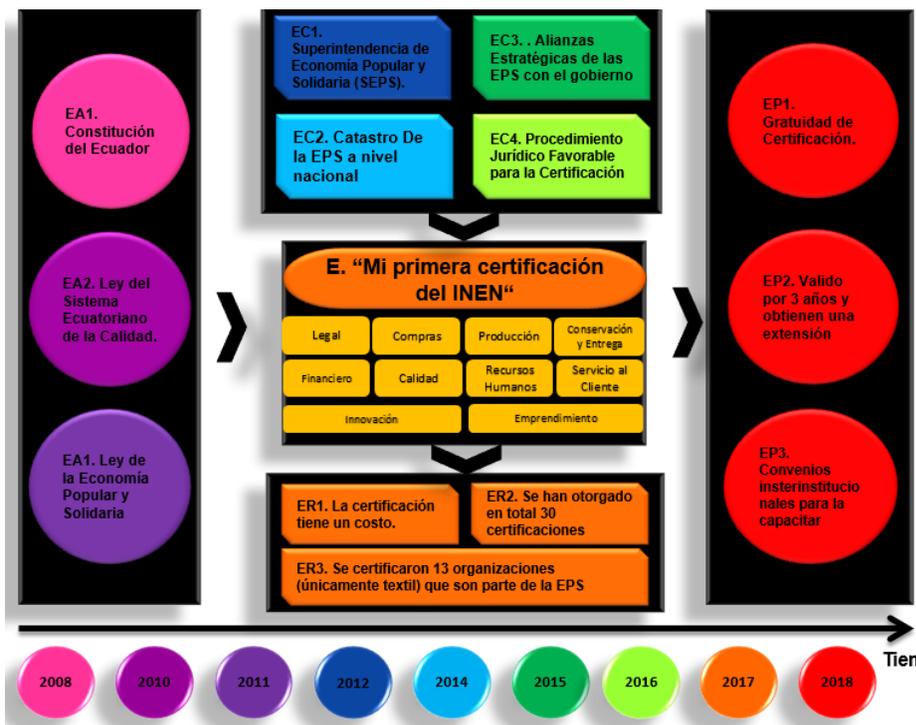


Figura1. *Esquema Narrativo*

Nota: EA. Eventos anteriores, EC. Eventos contemporáneos, E. Episodio, ER. Eventos relacionados, EP. Eventos posteriores

Se busca contribuir con estudios relacionados con las organizaciones de la EPS, aportar con las acciones que se están desarrollando para beneficio de las organizaciones EPS y brindar insumo al semillero que se está desarrollando denominado “Georeferenciación: Fair miles de los grupos productores en cooperativismo, acciones para el desarrollo local en la Provincia del Guayas”

V. RESULTADOS

El desarrollo de esta investigación permitió establecer la evolución referente a la acción de buena práctica de política pública “Mi primera certificación INEN” y las transformaciones que se han dado en su primer año de ejecución con el objetivo de beneficiar a sus participantes, mediante la construcción de los eventos a lo largo de los años 2010 al 2018 en torno al episodio analizado.

Se identifica como eventos anteriores, la Constitución del Ecuador en el 2008, establece que la Economía Popular y Solidaria (EPS) como una alternativa para alcanzar justicia económica y equidad mediante la inclusión de los grupos empobrecidos, los campesinos y las clases trabajadoras.

En el año 2010 se modifica la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, en la cual se establece dentro de su objeto, promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana. El INEN, como la entidad técnica es quien previa acreditación, certificación y/o designación, puede actuar como organismo de evaluación de la conformidad competente a nivel nacional.

En el 2011 se aprueba la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), desde junio de 2012 da inicio a la institucionalidad de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), forma parte del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (MCDS).

Eventos contemporáneos, desde la creación de la LOEPS se ha registrado un incremento de actores en el catastro digital creado desde el 2013 por la SPES, registrando un crecimiento importante, a la fecha de la presente investigación se reporta un catastro de 13893 organizaciones no financieras en la EPS dentro del territorio ecuatoriano, de las cuales 1828 son posibles beneficiarias de la certificación por ser del sector de la producción (textiles y alimentos).

En el año 2015, según publicación de la revista de SPES (Senplades, 2015) en pro del desarrollo comercial para estas organizaciones, se establecieron las primeras alianzas estratégicas con instituciones oficiales como el ‘Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional’ (Secap), la ‘Agencia Nacional de Regulación, Control, y Vigilancia Sanitaria’ (Arcsa) y el ‘Servicio de Rentas Internas’ (SRI), facilitando su conocimiento para acceder al sistema de compras públicas e incluso a los mercados internacionales.

El dictamen jurídico favorable para establecer el Procedimiento de la Certificación de Organizaciones emprendedoras, se dio en el 2016, permitiendo incluirlo dentro del ordenamiento jurídico correspondiente con el objetivo de fortalecer el sector emprendedor y beneficiar a los ciudadanos a disponer de productos de calidad como lo establece la constitución.

Episodio se da a inicios del año 2017, el INEN amparado en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, presenta “Mi primera certificación INEN”, como una opción para las pequeñas y micro empresas y organizaciones de la EPS, el cual se entrega a las empresas que cuenta con un sistema de gestión básico de calidad, se emite una sola vez con una vigencia de dos años, sin posibilidad de renovación. (INEN, 2018)

La certificación que inicialmente tenía un costo, se otorga a quienes obtengan un 80% en el cumplimiento de requisitos legales, de gestión financiera, gestión de recursos humanos, servicio al cliente, gestión de compras, control de la producción, calidad del producto, conservación y entrega del producto; además de innovación y emprendimiento.

Desde el inicio de este programa en mayo 2017, se han otorgado en total 30 certificaciones por el INEN, se evidencia que a partir de marzo 2018 donde se certificaron 13 organizaciones que son parte de la EPS y específicamente del sector textil y otra característica es que todas están ubicadas de la región interandina del Ecuador.

Para junio 2018, se dan los eventos posteriores, donde se han establecido nuevos convenios entre los actores de este proyecto con la idea de fortalecer a las organizaciones sobre temas asociados a sistemas de gestión y aportar mejoras en el entorno productivo, generando empleo para el beneficio de la economía del país.

Las transformaciones más relevantes respecto de la certificación se dan luego de su primer año y consisten en incluir las capacitaciones, la gratuidad de la certificación y la duración de la mismo paso de dos a tres años y puede renovarse. Es imprescindible promocionar la participación de las organizaciones de la EPS, este es una política pública que responde a satisfacer específicamente a este gremio.

VI. CONCLUSION

La inclusión y adopción de nuevas políticas públicas para mejorar el clima en el que se desarrollan las organizaciones de EPS como “Mi primera certificación INEN” es una opción indiscutible de fortalecimiento para el sector, sin embargo, los resultados obtenidos hasta el momento no reflejan un éxito o fracaso.

Se evidencia una participación activa del sector textil de las organizaciones EPS, dentro de este programa de certificación, sin embargo, existe la oportunidad de inducir a más beneficiarios, y hacer un análisis de los aspectos que han influido en la clara ausencia de organizaciones del sector de la costa hasta el momento, donde existen 238 organizaciones.

Se deja en evidencia la oportunidad de incorporar transformación dentro de acciones que permitan la ejecución de proyectos específicos en el ámbito de sus competencias en busca de nuevos beneficiarios de esta política pública, con la transformación que se ha dado dentro del programa de acceder de manera gratuita y la extensión del plazo de duración.

Es necesario dar un seguimiento a mediano plazo de los nuevos logros que refleje esta acción dentro de las organizaciones de la EPS, para con ello establecer casos de éxito para fortalecer esta política a nivel nacional.

VII. REFERENCIAS

Barzelay, M., Velarde, C., & Carlos, J. (2004). *Una guía práctica para la elaboración de estudios de caso sobre buenas prácticas en gerencia social* (Technical Notes). Inter-American Development Bank. Recuperado de <http://publications.iadb.org/handle/11319/5815>

GEM, G.E. (2016) Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>

Guerra, P., Estrella, H. J., Pareja, J. R. P., Ruiz, M. J., Egúez, S., Mariño, M., ... Flores, G. (s. f.). Serie Estudios sobre Economía Popular y Solidaria Contextos de la “Otra Economía”, 176.

INEN, I. (2018, mayo 30). INEN Ecuador : Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país. Recuperado 10 de julio de 2018, de <https://inen-ecuador.blogspot.com/2018/05/mipymes-y-organizaciones-de-economia.html>

Senplades (2015, agosto 24). Chakana *Revista de Análisis de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Senplades*. Recuperado 10 de junio de 2018, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/CHAKANA8.pdf>

Telégrafo, E. (2018, abril 7). La economía popular tiene 12.977 asociaciones. Recuperado 13 de junio de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/economiapopular-ecuador>

Tipos de Neuromarketing y herramientas para la medición de respuestas en el cerebro de los consumidores

Leydi Fernanda Vásquez Patiño¹, Gladys Elena Rueda Barrios

¹Profesional en Administración de Empresas, Grupo de Investigación en Administración, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: leidyfervasquez18@outlook.es

²Profesora Asociada, Grupo de Investigación en Administración, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, e-mail: gladys.rueda@upb.edu.co

Resumen— El presente trabajo aborda una revisión sistemática de literatura sobre los tipos de neuromarketing y su influencia en las tendencias y decisiones de compra de los consumidores. Así mismo, las herramientas que se han implementado de las neurociencias y que permiten medir la reacción a los estímulos que genera la publicidad en los consumidores, con el fin de entender e identificar las variables psicofisiológicas del ser humano que influyen en la toma de decisiones al momento de elegir un producto o servicio. Como criterio de selección se tuvo en cuenta las publicaciones realizadas en Scopus y Web of Science que dan cuenta de 277 publicados desde el año 2000 a 2017, en los que se destacan Wang (2016), Bakir (2016), Mileti, Guido, & Prete (2016), (Gupta, Ur Rehman Laghari, & Falk (2016), Żurawicki (2010). En este sentido, las estrategias de marketing han evolucionado hacia los sentidos de la vista, olfato, tacto, gusto, y oído, con el fin de persuadir al consumidor, y generar sentimientos y emociones que logren recordación y aceptación de una marca.

Palabras clave— *marketing, marca, experiencia, valor agregado, publicidad, comportamiento del consumidor.*

Abstract— The present work deals with a systematic literature review on the types of neuromarketing and its influence on consumer purchasing trends and decisions. Likewise, the tools that have been implemented in the neurosciences and that allow measuring the reaction to the stimuli generated by advertising in consumers, in order to understand and identify the psychophysiological variables of the human being that influence the decision making at the moment to choose a product or service. As a selection criterion, the publications made in Scopus and Web of Science were taken into account, which account for 277 published from the year 2000 to 2017, in which Wang (2016), Bakir (2016), Mileti, Guido, & Prete (2016), (Gupta, Ur Rehman Laghari, & Falk (2016), Żurawicki (2010).) In this sense, marketing strategies have evolved towards the senses of sight, smell, touch, taste, and hearing, with In order to persuade the consumer, and generate feelings and emotions that achieve recall and acceptance of a brand.

Keywords— *marketing, brand, experience, added value, advertising, consumer behavior.*

1. Introducción

El siglo XXI representa una cadena de desafíos y oportunidades para los empresarios, profesionales en marketing y quienes se encuentran relacionados con la oferta, promoción y comercialización de productos y servicios. Las fuerzas sociales han conducido a un cambio en el marketing, fenómeno marcado por diversos factores como la globalización, el desarrollo tecnológico, entre otros (Kloter, 2006). En el actual contexto se requiere de herramientas que posibiliten posicionar y liderar el mercado, porque es altamente competitivo en todos los ámbitos (Pavó, 1999). Es por ello que es completamente necesario conocer sobre las nuevas técnicas de mercadeo que las grandes empresas están llevando a cabo, para generar en el cliente una recordación de marca y fidelización a los productos o servicios.

La publicidad en los medios audiovisuales ha venido cambiando para lograr llegar a un mayor número de personas, y es allí donde nacen los diferentes tipos de marketing: marketing visual, marketing auditivo, marketing olfativo, marketing gustativo, marketing del tacto y marketing emocional o experiencial, logrando excelentes resultados con los clientes.

Mientras tanto las organizaciones buscan a través de los sentidos emplear estrategias del neuromarketing para lograr despertar las emociones de los consumidores con el fin de conocer la percepción de los clientes sobre los conceptos abstractos del producto (Krishna A. , 2012).

El tema Neuromarketing es muy poco explorado en Colombia, puesto que los antecedentes investigativos en el contexto nacional son escasos y a nivel regional son nulos. El objetivo de esta investigación, es determinar el nivel de respuesta fisiológica que ejercen las imágenes publicitarias en la decisión de compra de los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

El Neuromarketing es un tema nuevo en la región y no es utilizado como estrategia de venta en las empresas Santandereanas, así que este tipo de investigaciones pueden aportar a los empresarios nuevas técnicas o herramientas, al lograr identificar el nivel de reacción fisiológica que se generan con las imágenes publicitarias y conocer la perspectiva que tiene el público objetivo sobre la marca (las cosas que lo impactan), con el fin de implementarlas a la hora de realizar las campañas publicitarias.

El tema de análisis de la investigación fueron los resultados que se obtuvieron en la medición galvánica y la frecuencia cardiaca de los participantes, al momento que fueron expuestos los estímulos visuales y lograr identificar las características de la imagen publicitaria que genero mayor preferencia. Para dar cumplimiento a este proceso, fue necesario realizar una prueba de investigación, la cual consistía en dos partes: En la primera parte (la prueba objetiva), se registraba la respuesta electrodermal y cardiaca del participante, mientras que este observaba las imágenes publicitarias seleccionadas previamente.

En la segunda parte (la prueba subjetiva), se realizaba una entrevista con base a las imágenes que se habían enseñado anteriormente, con el objetivo de conocer la opinión del participante y registrar las experiencias que se habían obtenido en diferentes situaciones con la marca. Con el fin de comparar los resultados de la prueba objetiva y la prueba subjetiva. El participante tardaba en hacer todo el circuito de la prueba 27 minutos aproximadamente.

Con el proyecto de investigación se quería identificar si existía una mayor reactividad fisiológica en los participantes al momento de visualizar las marcas publicitarias y determinar los elementos de la imagen que detienen la atención del sujeto.

El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo basado en un registro de respuesta fisiológicas asociadas a la presentación de dos estímulos visuales, que se enseñaron en el transcurso de la prueba aplicada. Para obtener los registros se utilizó como técnica de recolección de datos el polígrafo, con una muestra de 24 estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, entre los 16 y 26 años de edad. Era necesario que los participantes no hubiesen consumido cuatro horas antes de la prueba cafeína, nicotina, bebidas energizantes, alcohol y en caso que se encentraran con medicamentos formulados era necesario reportarlo en la ficha de ingreso. El alcance de la investigación correspondió a un diseño cuasi-experimental, con la selección de candidatos de acuerdo a unas condiciones de exclusión en la ficha de ingreso (Kirk, 1995).

2. Metodología

Para la revisión sistemática de la literatura científica, se tuvieron en cuenta como criterios de selección las publicaciones en Scopus con el descriptor “Neuromarketing” en el título, palabras claves, resumen. En este primer filtro se encontraron 277 publicados desde el año 2000 a 2017, el mayor número de publicaciones se encuentran a partir del año 2010 en revistas de psicología, neurociencias y neuromarketing por expertos como: (Wang, 2016) (Bakir, 2016) (Valencia, 2016) (Mileti, Guido, & Prete, 2016) (Gupta, Ur Rehman Laghari, & Falk, 2016) (Al-Kwif, 2016) (Lewinski, 2015) (Bercea Olteanu, 2015) (Flores, Baruca, & Saldivar, 2014) (Koc & Boz, 2014) (Senior & Lee, 2014) (Spranger, 2013) (Falk, Berkman, & Lieberman, 2012) (Babiloni, 2011) (Žurawicki, 2010) (Oliver Schilke, 2009), (Bertrand, 2006), (Oliver Schilke, 2009), (Žurawicki, 2010).

3. Resultados

3.1. Evolución del neuromarketing

Entre los estudios que abordan el neuromarketing como se le ha denominado a esta relación, se encuentran (Plassmann, 2015) y (Carolyn Yoon, 2012), que justifican el uso de las técnicas de la neurociencia y la investigación fisiológica para obtener nuevos conocimientos sobre el comportamiento, preferencias, y la toma de decisiones de los consumidores, así como otros

aspectos de la cognición humana y el comportamiento relacionado con el marketing. Para (Smidts, 2015) (Venkatraman, 2015 y (Ale Smidts, 2014), el neuromarketing busca información y puntos de vista más allá de lo revelado por técnicas tradicionales, tales como encuestas, grupos de enfoque, los experimentos y la etnografía, con el objetivo de mejorar la teoría y práctica del marketing o la mejora de la exactitud de predicciones de preferencias y el comportamiento de los consumidores cuando se combinan con las técnicas tradicionales. El neuromarketing se distingue de la neurociencia del consumidor mediante la restricción de los primeros para aplicaciones de la industria y el segundo a la investigación académica (Hilke Plassmann, 2012). (Lee N, 2007) determina que el neuromarketing se ha definido como la aplicación de los métodos de la neurociencia para analizar y comprender el comportamiento humano en relación con los mercados y los intercambios de marketing. Uno de los primeros acercamientos al neuromarketing lo realizó Gerald Zaltman por medio del Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET), técnica cualitativa basada en entrevistas y el uso de imágenes cuyo objetivo es identificar las motivaciones presentes en el inconsciente de los consumidores, de tal forma que se puedan evidenciar las motivaciones y percepciones de la publicidad y la marca (Robin A. Coulter, 2001).

El objetivo principal de este nuevo campo es la aplicación de los hallazgos neurológicos de comportamiento de los consumidores utilizando métodos neurocientíficos como las pruebas de Electroencefalografía (EEG) “...técnicas de las neurociencias que el neuromarketing utiliza con mayor frecuencia, especialmente por su reducido coste frente a los sistemas de imagen cerebral. La EEG que toma datos del cuero cabelludo es una técnica no invasiva y silenciosa que es sensible a la actividad neuronal...” (Monge, 2016). De modo que, este tipo de teorías plantean que por medio de metáforas es posible identificar las percepciones y motivaciones sobre la publicidad, al lograr conocer el motivo que tiene el consumidor para la toma de decisiones, las que generalmente son inconscientes y por lo mismo difíciles de entender mediante el uso de técnicas tradicionales de mercadeo, como lo son las sesiones de grupo y las encuestas (Bertrand, 2006). Con el fin de avanzar en el conocimiento del consumidor y entender su comportamiento, los profesionales del mercadeo se han visto en la necesidad de incluir nuevas disciplinas y métodos de investigación que les brinden una perspectiva de análisis y conocimiento de su conducta de compra y los factores que pueden ser determinantes en la decisión final. Esta necesidad requiere de nuevas perspectivas y técnicas de investigación que aporten una mayor fiabilidad científica, así como lo comenta (Baker, 2008). Por otra parte, la investigación del neuromarketing también varía en los objetivos de marketing que persigue. La segmentación del mercado es una forma funcional de la división de los consumidores en grupos con necesidades y preferencias compartidas. Esto se suele hacer a través de los datos demográficos como la edad o psicográficos como la impulsividad, pero puede ser posible para los consumidores del segmento, según las diferencias cerebrales que no se asignan directamente a los datos demográficos o psicográficos

(Vinod Venkatraman, 2012). La Estrategia de precios es otra área en la que el neuromarketing puede resultar útil (Karmarkar, 2015).

3.2. Tipos de Neuromarketing

Con la evolución de la neurociencias y la adaptación de sus técnicas a las estrategias de marketing, se han desarrollado diferentes tipos de neuromarketing aplicados a atraer al consumidor a través de los sentidos, emociones y experiencias.

3.2.1. El Marketing Visual

El sentido de la vista tiene gran impacto en la mente al generar múltiples recuerdos y combinar diversos factores racionales y emocionales para la inducción en el proceso de compra, siendo por tanto, el sentido de mayor aplicación y estimulación por el marketing, usado en vallas, empaques, comerciales, diseños en establecimientos y en internet (Sola Segales, 2010). Teniendo en cuenta la similitud en el uso de un producto y la satisfacción de la necesidad para la cual fue creado, para que sean vistos como únicos y creen una fidelidad a la marca es necesario establecer una imagen diferenciadora del producto frente a otros, de forma que el cliente pueda identificarlo, personalizarlo y sentirse atraído a través de las imágenes y por tanto sensaciones que genera en el individuo. Por consiguiente es necesario posicionar en la mente del consumidor los colores y formas, que buscan enviar mensajes que dan lugar a la interpretación por parte del consumidor al producto, siendo la publicidad, la primera forma de identificación y diferenciación entre marcas y productos. Muchas marcas han creado reconocimiento y posicionamiento a partir de la asociación a un color específico, y es por ello que se memoriza fácilmente y de forma inconsciente; actualmente, en la industria de alimentos y bebidas, el impacto de los colores está claramente definido (Pierre Chandon, 2002).

3.2.2 Marketing Auditivo

El estímulo de la música se da en diversas regiones del cerebro, sobre todo en la encargada de las emociones; en este sentido, el marketing auditivo utiliza el sonido o la música para condicionar los consumidores en su comportamiento buscando vender un producto o servicio. Basado en ello, (María Avello Iturriagagoitia, 2011) señala que "...el sentido del oído, al igual que el del olfato, no puede ser controlado voluntariamente, puesto que ambos están siempre activos, por lo que se transforman en unos medios muy poderosos comercialmente tanto en el plano consciente como en el inconsciente...". El hecho de realizar una asociación de la música con un mensaje y la marca crea un punto diferenciador para que de esta forma el consumidor

lo recuerde. El éxito de un ambiente de ventas esta intrínsecamente ligado al tipo de música que es escogida según el producto o servicio que se está promocionando. Los sonidos y la música trazan como objetivo clave, introducir al cliente en un estado de relación con los artículos, estando así conectada con los mismos e incidir directamente sobre el comportamiento de compra (DeNora, Spring, 1986). A su vez se han desarrollado estudios referentes al tipo de música utilizada en diversos lugares; en las bodegas de vino, la música clásica incrementa la sensación de calidad del producto (Kim, 1993). Del mismo modo, la música ejerce efecto sobre lugares con multitudes, influyendo en el tiempo de permanencia de los consumidores en los establecimientos, tal como lo describen quienes afirman que la música rápida y agitada tiende a lograr que el cliente salga más rápidamente de un lugar de compra; por el contrario, la música lenta y con baja intensidad, aumenta el tiempo de compra y consigo, el dinero que se gasta (Gomez Ramirez & Manzi Puertas, 2014) Además, estas investigaciones revelaron que en establecimientos de comida, los clientes comen más rápido y consumen menos al exponerse a música con alto volumen y de tiempos acelerados. (William R. Avendaño C., 2015) relacionan la velocidad de caminata y movimiento de los clientes en un punto de venta, con el tiempo de la música que se maneja.

3.2.3. El Marketing Olfativo

Los estudios demuestran que los olores pueden ser de gran ayuda para cambiar el estado de ánimo de los consumidores, haciendo que ellos se sientan más cómodos y relajados. Lo esencial del aromarketing es usar un aroma concreto, para generar en el subconsciente del cliente una idea de lo que puede conseguir al consumir un producto o servicio. En cuanto a los estudios relacionados, el sentido del olfato está estrechamente ligado con las emociones y es porque el nervio olfativo va directamente al sistema límbico (donde residen las emociones). En un promedio un ser humano puede recordar más de 10.000 olores y la sensibilidad de un aroma experimentado en el pasado es suficiente para asociarse con vivencias pasadas. Los aromas pueden añadir a las experiencias sensoriales que crean imágenes de larga duración en la memoria del consumidor. En un gran porcentaje, el marketing olfativo es muy utilizado por empresas de alimentos puesto que es su principal herramienta para atraer a los clientes, mientras que las empresas que ofrecen otro tipo de productos o servicios apenas inician la exploración de este tipo de estrategias para relacionar su marca con un aroma que los identifique, como son empresas de prendas de vestir, muebles, y decoración. Los consumidores muestran el impacto positivo de un olor en la evolución del producto (Sutton). (Ibid, 2006) Según un olor agradable puede influir de forma positiva en la evaluación del cliente sobre los productos o los servicios. Cabe resaltar que la percepción de olores varía de una persona a otra y hay variantes individuales que las empresas deben tener en cuenta para lograr el éxito.

3.2.4. El Marketing Gustativo

Los seres humanos solo pueden distinguir entre cinco sabores que son el dulce, salado, agrio, amargo y umami. Este último, fue descubierto por investigadores japoneses y tiene un significado aproximado de “delicias” o “sabroso” (K, 2002). El marketing gustativo exige la participación activa del consumidor, pero conseguir esa participación en un contexto que potencie el sabor es difícil y complicado ya que los sentidos de la vista y el olfato actúan como filtro principal para lograr que un producto sea degustado. El marketing olfativo es difícil de integrar con el resto de los sentidos para incluirlo en la percepción global sensorial de una marca puesto que no todas logran diferenciarse a través del sabor. Además, con el marketing gustativo es difícil lograr una comunicación masiva ya que las personas tienen una característica subjetiva del gusto diferente a otras. (Hoch, 1986) muestra la confusión que se puede generar en el cliente con agentes externos al producto. De acuerdo con este razonamiento, hay muchos factores que se han demostrado que afecta la percepción del gusto. El gusto es susceptible a las influencias externas, por ejemplo, los atributos físicos, el nombre de la marca, la información del producto (ingredientes, información nutricional), el diseño del producto y la publicidad. “En términos de atributos físicos, descubrieron que los colores de bebidas en base a frutas determinan los sabores percibidos” (DuBose, Cardello, & Maller, 1980) (Barrios, 2012) y, recientemente, (Hoegg, 2007) demuestra que el color domina el sabor del jugo. Los científicos ahora saben que las sensaciones gustativas anteriormente mencionadas, están unidos a los colores rojo, verde, azul y amarillo (Celier, 2004). Factor clave para el diseño del envase del producto.

3.2.5. El Marketing del Tacto

El sentido del tacto es indispensable para muchos consumidores en el momento de realizar una compra, para ellos es completamente necesario tener la satisfacción de tocar el producto y es por ello que muchas veces las compras por medio de la web no dan los resultados que son esperados. A través del marketing táctil se facilita la información del producto, con otras posibles opciones de compra. El tacto es utilizado para acceder a información relativa a las características del producto ya que esto permite que el cliente pueda comparar. Una de las claves del éxito de IKEA es que sus productos de venta están pensados para que los consumidores toquen y prueben los productos, siendo esta una experiencia significativa para el cliente.

3.2.6. El Marketing emocional o experiencial

Los eventos de la experiencia se realizan con el objetivo de lograr conectar la marca organizadora y el cliente para darle a entender el valor del producto o servicio. Grandes marcas como BMW, Apple o Coca Cola utilizan la experiencia para llegar a su target a través de

diferentes herramientas. Un ejemplo de ello son las campañas que realiza Coca Cola, al interactuar con el cliente en diferentes escenarios y diferentes temáticas, lo que hace que esta técnica no se vuelva repetitiva si no que genere una experiencia personalizada e inolvidable en el usuario. Hoy en día “el boca boca” es tan importante que cuando un cliente ha logrado una buena experiencia con el producto o servicio comenta su experiencia y es la mejor publicidad para la marca. En definitiva, se está viendo un cambio general con el marketing tradicional que se basaba en argumentos racionales, pero actualmente está enfocado al consumo experiencial, a través de las emociones. Los actuales consumidores o “prosumers” son aquellos “...activos que, gracias al internet, puede cruzar la línea que tradicionalmente había separado las funciones entre productor y consumidor, y relacionarse directamente con las marcas...” (Aced, 2013) El trabajo de Holbrook y Hirschman (1982) (Fernandez Sabiote, 2011) desarrolla una serie de importantes temas en relación con la experiencia. “En primer lugar se identifica la necesidad de examinar la experiencia de consumo en el proceso de compra. En segundo lugar, las emociones juegan un papel importante en el consumidor” (Winsted, 2000) (Andrew R. Walls, 2011). Así mismo, Holbrook y Hirschman (Holbrook M. a., The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings and fun, 1982) observaron que las personas no solo reciben experiencias mediante los estímulos sensoriales, sino también para responder y reaccionar ante ellos y de esta forma se estableció la experiencia como eje principal, donde la imaginación tiene un rol que desempeñar en cualquier experiencia de consumo. Por otro lado (Schindler, 2006) en su investigación sobre el papel de la nostalgia en la experiencia del consumo, añaden el comportamiento social de evocar recuerdos como parte de la experiencia; además la interacción entre los empleados y clientes es fundamental en la creación de experiencias, dado que es un factor clave para diferenciarse de las marcas de servicio con las marcas de productos (Biedenbach, 2010). Conviene subrayar que los diferentes conceptos que se han desarrollado sobre el marketing emocional o experiencial, argumentan que los clientes pueden tener diferentes tipos de experiencias. Sin embargo, no es posible concluir por medio de la literatura cuales son las características de una buena o mala experiencia. Según Pine y Gilmore (Gilmore, 1198), el éxito de una experiencia es que un cliente la encuentre única, memorable y sostenible en el tiempo. También sugieren que una buena experiencia se caracteriza por tener un “punto clave”, o elementos de la participación activa y pasiva por parte del cliente. A su vez (Arnould, 2004) describen a las experiencias inusuales como las que se caracterizan por un elevado nivel de intensidad emocional y perdurables en el tiempo.

3.3 Técnicas de la respuesta del cerebro a los mensajes publicitarios

El neuromarketing se ha convertido en una nueva disciplina que busca conocer al consumidor mediante la aplicación de técnicas de la neurociencia, logrando así cambiar el marketing tradicional. El neuromarketing intenta interpretar los procesos cerebrales relacionando la memoria, el aprendizaje, la percepción, la emoción y la razón y gracias a ello, se convierte en una herramienta eficiente para comprender los sentimientos, pensamientos, deseos, necesidades y el comportamiento del cliente en su proceso de compra. El ser humano se ha visto influenciado a través de sus sentidos por diferentes expresiones visuales, auditivas, olfativas que están inmersas en las estrategias de marketing de forma consciente por las empresas, que buscan a través de mecanismos publicitarios generar una recordación positiva en el consumidor. Cabe resaltar que el neuromarketing se encuentra en su fase inicial y es necesario continuar explorando y realizando experimentos que con lleven a nuevos hallazgos, los cuales se deben en marcar bajo los principios éticos que protejan al consumidor.

5. Referencias bibliográficas

Aced, C. (2013). Relaciones Públicas 2.0. Barcelona: UOC.

Ale Smidts, M. H. (2014). Advancing consumer neuroscience. *Marketing Letters*, 257-267.

Al-Kwafi, S. O. (2016). The role of fMRI in detecting attitude toward brand switching: an exploratory study using high technology products. Emerald Group Publishing Ltd., 208-218.

Andrew R. Walls, F. O.-W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. Elsevier, 10-21.

Arnould, E. J. (2004). Consumers, 2nd edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Assessing Consumer Reactions with Neuroscientific Measurements. (2017). IGI Global.

Babiloni, C. C. (2011). Stability of clinical condition in mild cognitive impairment is related to cortical sources of alpha rhythms: An electroencephalographic study. *Human Brain Mapping*, 1916-1931.

Baker, S. (2008). What you really want to buy? *BusinessWeek Online*, 30-35.

Bakir, U. E. (2016). Neuromarketing from the perspective of advertising professionals: A battle between creatives and strategic planners. Turkey: Advisory Board and List of Reviewers.

Baraybar-Fernández, A., Baños-González, M., O, B.-P., Goya-Esteban, R., & de-la-MorenaGómez, A. (s.f.). Evaluation of emotional responses to television advertising through neuromarketing.

Baraybar-Fernández, B.-G. O.-E.-I.-M.-G. (2017). Evaluation of emotional responses to television advertising through neuromarketing. Grupo Comunicar Ediciones, 19-28.

Barrios, M. (2012). Marketing de la Experiencia: principales conceptos. Palermo Business review, 77.

Bercea Olteanu, M. D. (2015). Neuroethics and responsibility in conducting neuromarketing research. Kluwer Academic Publishers, 191-202.

Bertrand, H. &. (2006). Neuroscience: A new modality of research in consumer behavior. The society for the advancement of behavioral economics, 94-110.

Biedenbach, G. a. (2010). The impact of customer experience on brand equity in a business-to-business services setting. Journal of brand management , vol. 17, nº 6, 446-58.

C. Aced, R. P. (201).

Carolyn Yoon, R. G. (2012). Decision neuroscience and consumer decision making. USA: Springer.

Celier, P. (2004). Le Marketing Sensoriel. Mohammedia ENSET School

DeNora, T. (Spring, 1986). How is Extra-Musical Meaning Possible? Music as a Place and Space for "Work". American Sociological Association, 84-94.

DuBose, C. N., Cardello, A. V., & Maller, O. (1980). Effects of colorants and flavorants on identification, perceived flavor intensity, and hedonic quality of fruit-flavored beverages and cake. Journal of Food Science, 45(5), 1393–1399.

Falk, E. B., Berkman, E. T., & Lieberman, M. D. (2012). From Neural Responses to Population Behavior: Neural Focus Group Predicts Population-Level Media Effects. SAGE Publications Inc., 439-445.

Fernandez Sabiote, E. a. (2011). Experience brands: making the difference. Estudios gerenciales , 59-78.

Flores, J., Baruca, A., & Saldivar, R. (2014). Is neuromarketing ethical? Consumers say yes. consumers say no. Allied Academies, 77-92.

Gallarza, I. G. (2007). La investigación en valor percibido. Revista innovar Journal , 9-18.

Gilmore, B. J. (1998). Welcome to the Experience Economy. Harvard Business Review, 97- 105.

Gomez Ramirez, C., & Manzi Puertas, M. A. (2014). El scent marketing: una revisión bibliográfica. Pensamiento & Gestión, 214-254.

Gupta, R., Ur Rehman Laghari, K., & Falk, T. H. (2016). Relevance vector classifier decision fusion and EEG graph-theoretic features for automatic affective state characterization. Elsevier, 875-884.

Hilke Plassmann, T. Z. (2012). Branding the brain: A critical review and outlook. ELSEVIER, 18-36.

Hoch, S. J. (1986). Consumer learning: Advertising and the ambiguity of product experience. The Journal of Consumer Research, 221-233.

Hoegg, J. A. (2007). Taste perception: More than meets the tongue. The Journal of Consumer Research, 490-498.

Ibid, W. (2006). 11.

K, I. (2002). New Seasoning. Chemical Senses vol. 27, n° 9, 847-849. }

Karmarkar, U. R. (2015). Cost conscious? The neural and behavioral impact of price primacy on decision-making. Journal of Marketing Research, 52-467.

Karmarkar, U. R. (2015). Cost conscious? The neural and behavioral impact of price primacy on decision-making. Journal of Marketing Research, 52-467.

Kim, C. S. (1993). The Influence of Background Music on Shopping Behavior: Classical Versus Top-Forty Music in a Wine Store. Association for consumer research, 336-340.

Koc, E., & Boz, H. (2014). Psychoneurobiochemistry of tourism marketing. Elsevier Ltd, 140- 148.

Krishna, A. (2011). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. Research Review, 332-351.

Lee N, B. A. (2007). What is "neuromarketing"? A discussion and agenda for future research. International Journal of Psychophysiology, 199-204.

Lewinski, P. (2015). Don't Look Blank, Happy, or Sad: Patterns of Facial Expressions of Speakers in Banks' YouTube Videos Predict Video's Popularity Over Time. American Psychological Association Inc, 241-249.

María Avello Iturriagoitia, D. G. (2011). Márketing auditivo ¿a qué suena una marca? Harvard Deusto Márketing y Ventas, 40-45.

María Avello Iturriagoitia, D. G. (2011). Márketing auditivo ¿a qué suena una marca? Harvard Deusto Márketing y Ventas, 40-45.

Milliman, R. E. (1982). Using Background Music to Affect the Behavior of Supermarket Shoppers. American Marketing Association, 86-91.

Monge, S. (9 de 11 de 2016). Blog Neuromarca. Obtenido de 2009: <http://neuromarca.com/neuromarketing/eeg/>

Neuroscience: A new modality of research in consumer behavior. (2006). The society for the advancement of behavioral economics, 94-10.

Oliver Schilke, M. R. (2009). When Does International Marketing Standardization Matter to Firm Performance? *Journal of International Marketing*, 24-46.

Pierre Chandon, B. W. (2002). When are stockpiled products consumed faster? A convenience-salience framework of postpurchase consumption incidence and quantity. *Journal of marketing research*, 321-335.

Plassmann, H. &. (2015). Individual differences in marketing placebo effects: Evidence from brain imaging and behavioral experiments. *Journal of marketing* , 52-493.

Robin A. Coulter, G. Z. (2001). Interpreting Consumer Perceptions of Advertising: An Application of the Zaltman Metaphor Elicitation Technique. *Journal of Advertising*, 1-21.

Schindler, M. B. (2006). Nostalgic bonding: exploring the role of nostalgia in the consumption experience. *Journal of Consumer Behaviour* banner, 107-127.

Senior, C., & Lee, N. (2014). The state of the art in organizational cognitive neuroscience: The therapeutic gap and possible implications for clinical practice. *Frontiers Media S. A.*

Smidts, M. A. (2015). Brain Responses to Movie Trailers Predict Individual Preferences for Movies and Their Population-Wide Commercial Success. *Journal of Marketing Research*.

Smilansky, S. (2009). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Londres, Reino Unido : Kogan Page.

Sola Segales, J. A. (2010). *La marca: creación, diseño y gestión*. México: Trillas.

Spranger, T. M. (2013). *International neurolaw: A comparative analysis*. Bonn, Germany: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Sutton, P. (. (s.f.). *Multisensory Experiential Marketing*. Head of Multisensory. Obtenido de <http://eventige.com/multisensory-experientialmarketing/>

Valencia, E. (2016). *Neuromarketing step by step: Based on scientific publications*. Colombia: IGI Global.

Venkatraman, V. (2015). Predicting advertising success beyond traditional measures: New insights from neurophysiological methods and market response modeling. *Journal of Marketing Rese*, 52-436.

Vinod Venkatraman, J. A. (2012). New scanner data for brand marketers: How neuroscience can help better. *ELSEVIER*, 143-153.

Wang, R. C.-C.-W. (2016). EEG Spectral Dynamics of Video Commercials: Impact of the Narrative on the Branding Product Preference. *Nature Publishing Group*.

William R. Avendaño C., L. S. (2015). Estímulos auditivos en prácticas de neuromarketing. Caso: Centro Comercial Unicentro, Cúcuta, Colombia. Cuadernos de Administración por Universidad del Valle, 119-129.

Winsted, K. (2000). Service behaviours that lead to satisfied customers. European Journal of Marketing, vol. 34, n° 3/4, 399-417.

Žurawicki, L. (2010). Neuromarketing: Exploring the brain of the consumer. Boston, United States: Springer Berlin Heidelberg.