

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

**Oportunidades del Sector Autopartes del Departamento de Santander en el TLC
con Chile**

**Marcela Patricia Acevedo López, Mayerli Rodríguez Duarte y Gina Paola
Santana Martínez**

**Universidad de La Sabana
Instituto de Posgrados Fórum
Bogotá D. C.
Enero de 2014**

**Oportunidades del Sector Autopartes del Departamento de Santander en el TLC
con Chile**

**Marcela Patricia Acevedo López, Mayerli Rodríguez Duarte y Gina Paola
Santana Martínez**

Asesor: Francisco De Paula Moreno Valcárcel

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para obtener el título de
Especialista en Finanzas y Negocios Internacionales**

**Universidad de La Sabana
Instituto de Posgrados Fórum
Bogotá D. C.
Enero de 2014**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS: Hoy damos gracias a Dios por ser nuestra guía, a nuestras familias por su apoyo incondicional, a nuestros profesores que nos acompañaron en este proceso por brindarnos nuevos conocimientos, a LAVCO Ltda. y VAL Ltda. a todos y cada uno de los que directa e indirectamente hicieron este proyecto realidad.

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>11</u>
<u>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>12</u>
1.1. ANTECEDENTES.....	12
1.2. PANORAMA DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN COLOMBIA	14
1.3. FORMULACIÓN	20
1.4. OBJETIVOS.....	21
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	21
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
<u>2. MARCO CONCEPTUAL</u>	<u>22</u>
2.1. EVOLUCIÓN DE LA POLÍTICA EXPORTADORA E IMPORTADORA DE COLOMBIA.....	22
2.2. TRATADO DE LIBRE COMERCIO	25
<u>3. MARCO TEORICO</u>	<u>27</u>
3.1. LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	27
<u>4. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....</u>	<u>32</u>
4.1. UNIVERSO Y MUESTRA.....	32
4.2. INSTRUMENTO	33
<u>5. EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE AUTOPARTES DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER</u>	<u>35</u>

5.1. SITUACIÓN GENERAL DEL DEPARTAMENTO	35
5.2. PARTICULARMENTE EN EL SECTOR AUTOPARTES.....	38
5.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EN SANTANDER	40
5.4. INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN EL SECTOR DE AUTOPARTES	44
6. <u>CARACTERÍSTICAS TLC CON ÉNFASIS EN EL SECTOR DE AUTOPARTES</u>	47
7. <u>IMPACTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y CHILE RESPECTO DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DE AUTOPARTES</u>	50
8. <u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	53
8.1. CONCLUSIONES.....	53
8.2. RECOMENDACIONES.....	38
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	57

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ranking Mundial de producción de automóviles -2009-2010 en unidades.....	15
Tabla 2. Balanza comercial de Colombia 2008-2013 en millones de dólares FOB.	23
Tabla 3. Instrimento de entrevista.....	33
Tabla 4 Participación de los principales capítulos de exportación sobre el total exportado por el departamento de Santander	37
Tabla 5. Valor de los principales capítulos exportados 2000-2010. Millones de dólares FOB	42
Tabla 6. Participación de capítulos exportadores de Santander 2000-2010	43
Tabla 7. Inversión extranjera directa en la región andina del país.....	44
Tabla 8. Principales sectores receptores de inversión extranjera directa 2003-2012.....	45
Tabla 9. Evolución de la inversión extranjera directa en Latinoamérica (millones de dólares).....	45

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Comercio entre Colombia y Chile antes del TLC	13
Figura 2. Exportaciones Colombianas de autopartes -2005-2009, USD millones.....	16
Figura 3. Segmentos del sector de autopartes.	18
Figura 4. Exportaciones a Venezuela y Ecuador 1995-2012	24
Figura 5. Las cinco fuerzas de Porter.....	27
Figura 6. Escalafón Global de competitividad departamental	36
Figura 7. Evolución del capítulo 87 en Santander 2000-2010	41
Figura 8.. Tasa de crecimiento anual de exportaciones capítulo 87 en Santander.....	43

RESUMEN

En el presente trabajo se identifican las oportunidades que genera el Tratado de Libre Comercio suscrito con Chile para el sector automotor del Departamento de Santander. Se analiza en primer lugar la evolución de la política de comercio internacional de Colombia en los últimos años, así como el panorama actual del sector automotriz en el país y en el departamento.

Igualmente se analizan las condiciones generales de competitividad del departamento en los aspectos económico y de infraestructura, así como respecto de la gestión de las finanzas públicas y de capital humano y en ciencia y tecnología. Así mismo se analiza la evolución de la inversión extranjera directa, tanto en el país como en el departamento, a nivel general y a nivel particular en el sector automotor. Se tienen en cuenta también las condiciones económicas y comerciales que ofrece Chile, al igual que las características del TLC en general y respecto de la industria de autopartes en particular.

Como parte del trabajo se consultó la opinión de empresarios del sector de autopartes del Departamento, quienes a través de las respuestas dadas mostraron desinterés por incursionar en el mercado de Chile. En el capítulo final del trabajo se presentan algunas recomendaciones sobre estrategias a seguir para aprovechar las oportunidades que ofrece ese país, hasta ahora inexploradas por parte de los empresarios de autopartes santandereanos.

Palabras claves: Santander, autopartes, TLC, Chile.

ABSTRACT

In this paper the opportunities created by the Free Trade Agreement with Chile for the automotive sector of the Department of Santander are identified. It first analyzes the evolution of international trade policy of Colombia in recent years and the current landscape of the automotive sector in the country and in the department.

Also the general conditions of competitiveness in the economic department and infrastructure aspects as well as on the management of public finances and human capital and science and technology are analyzed. Equally the evolution of foreign direct investment, both at home and in the department, in general and particularly in the automotive sector level is analyzed. Also economic and business conditions that Chile offers features like FTA in general and for the auto parts industry in particular are taken into account.

As part of the work, it was consulted the opinion of the entrepreneurs of the sector in the Department, who through the responses showed disinterest to enter into the market of Chile. Recommendations on strategies to follow to take advantage of opportunities there, hitherto unexplored by these entrepreneurs, are presented in the final chapter of the work.

Key words: Santander, auto parts, FTA, Chile.

INTRODUCCIÓN

Colombia es uno de los países en donde el número de vehículos por cada mil habitantes aún se encuentra por debajo de 100, por lo que la demanda de vehículos nuevos es muy dinámica. Esta situación hace que en el país existan varias ensambladoras y distribuidores de vehículos nuevos, lo que a su vez hace que existan empresas que se encargan de proveer algunas partes de integración nacional; además es un país con una población numerosa, que ya supera los 45 millones de habitantes, por lo que el parque automotor existente también es grande, a pesar de la baja densidad de vehículos ya citada. Estas condiciones sumadas hacen que se requiera un alto número de repuestos para el mantenimiento de vehículos, lo que favorece también a las empresas del sector de autopartes destinadas al consumidor final directo.

Por otro lado, Chile es el país de Latinoamérica con el producto interno bruto per cápita más alto de Latino América y con una densidad de vehículos muy superior a la de Colombia, por lo que genera una importante demanda de partes de reposición: rótulas de suspensión, filtros, frenos, partes para motor, baterías, discos y embragues; algunas de las cuales son fabricadas por empresas del Departamento de Santander

La coexistencia de esas condiciones de oferta y demanda motivó el desarrollo del presente trabajo, el cual se encuentra organizado en siete capítulos. En el primer capítulo se precisa el alcance de la investigación, cuyo marco teórico se desarrolla en el capítulo segundo; el tercer capítulo se emplea para definir la estrategia metodológica, mientras que en el cuarto se analiza la evolución del sector de autopartes en el Departamento de Santander. El quinto capítulo presenta las características del TLC con énfasis en lo relacionado con el sector de autopartes, y el sexto se centra en el impacto del tratado tal como lo perciben empresarios de autopartes en Santander; el capítulo final contiene las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

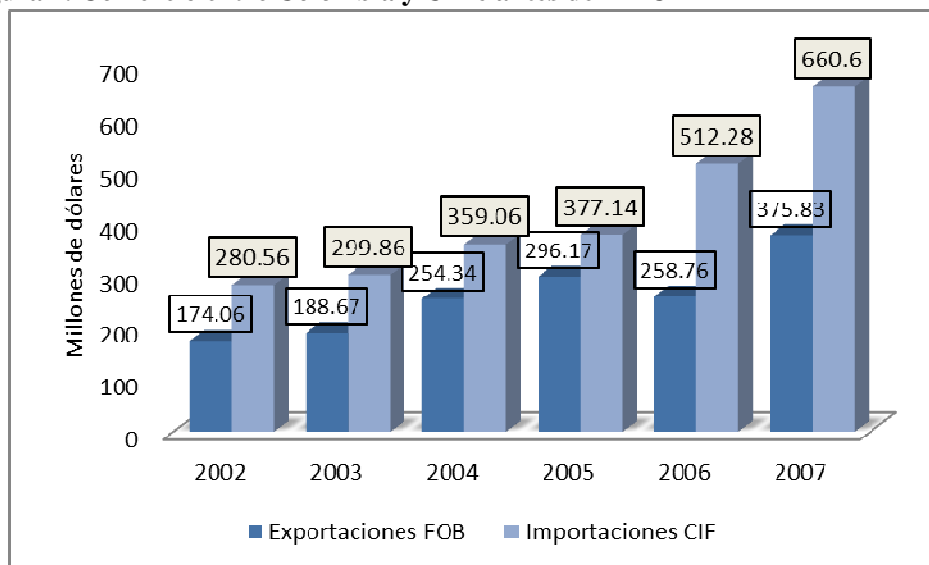
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La suscripción de Tratados de Libre Comercio (TLC) se ha incrementado en los últimos dos gobiernos colombianos de Álvaro Uribe Vélez y de Juan Manuel Santos. Lo que se busca con la firma y entrada en vigencia de estos tratados es mejorar las tarifas, aranceles y facilitar el comercio, con la expectativa de que esas nuevas condiciones propicien el desarrollo de la industria nacional, del empleo y de la economía en general. Estas nuevas condiciones estimulan la presencia en el mercado local de productos importados a unos precios más favorables para el consumidor, situación que al mismo tiempo va a hacer que los fabricantes nacionales de esos productos deban revisar sus actuales estructuras de costos para poder competir con industrias ya no solo nacionales sino de todo el mundo. Para el desarrollo del presente trabajo se hace hincapié en el Acuerdo de Libre Comercio firmado entre los Gobiernos de la República de Colombia y la República de Chile, suscrito el 27 de noviembre de 2006 y que entró en vigor el 8 de mayo de 2009.

Dentro de las principales ventajas para exportar con que cuenta Colombia están su ubicación geográfica, la posibilidad de producir cultivos denominados de ciclo largo, acceso a dos costas en el Océano Atlántico y el Pacífico, lo que se considera también como una ventaja natural frente a otros países. Sin embargo, debido a sus problemas estructurales, el país no cuenta con una infraestructura vial y portuaria adecuada, pues se encuentra retrasada con respecto a los países vecinos y a los indicadores internacionales en esta materia (Acosta, et al., 2008); un aspecto determinante del éxito que se puede esperar por parte de los industriales nacionales en ese escenario de competencia internacional más abierta, es el desarrollo tecnológico alcanzado por las empresas locales, dado que ese desarrollo se asocia de manera directa con el costo que los productos fabricados en el país tengan una vez salen de las cadenas de producción, independientemente de los demás costos que surgen a partir de ese momento.

Hasta antes de la entrada en vigencia del TLC con Chile, la evolución del comercio binacional generó las cifras que se presentan en la Figura 1.

Figura 1. Comercio entre Colombia y Chile antes del TLC

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011)

Como se observa en la Figura 1, las importaciones desde Chile tenían un mayor volumen que las exportaciones colombianas hacia ese país. En cuanto al sector automotor, las importaciones chilenas desde Colombia fueron de USD\$323.014 en 2007 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

Salvo escasas excepciones, la industria nacional se caracteriza por una alta concentración de microempresas, de un nivel tecnológico muy bajo y casi artesanal (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010). Para estas empresas resulta muy difícil en la actualidad lograr producir a costos comparables con los alcanzados por grandes industrias internacionales que cuentan con niveles de tecnología mucho más avanzados. Esta realidad podría conducir a que los TLC constituyan una amenaza para el empleo de un alto porcentaje de la población que labora en tales empresas, por lo cual se requiere identificar estrategias que contribuyan al impulso del desarrollo tecnológico de las empresas colombianas.

1.2. PANORAMA DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN COLOMBIA

Desde la perspectiva planteada por Proexport (2010), Colombia resulta ser el escenario ideal para la fabricación y el ensamble de vehículos, camiones, buses y autopartes que se destinan para el abastecimiento del mercado nacional y regional.

La Industria Automotriz representa el 6,2% del PIB, emplea cerca del 2,5% de la población ocupada y ubica a Colombia como el quinto productor de automóviles en Latinoamérica. Esta industria en Colombia comprende la actividad de ensamblaje (incluidos camiones, buses y motocicletas) y la fabricación de partes y piezas utilizadas en el ensamblaje para fabricación de equipos originales y como repuestos (Proexport, 2010, p. 2).

Es un espectro de producción económica sin duda amplio que, en cifras económicas, demuestra la presencia de importantes beneficios que la hacen sin duda una industria atractiva para la inversión. *Un primer beneficio percibido de esta industria es su dinamismo, dado que desde el año 2006 hasta el año 2010, las exportaciones alcanzaron un crecimiento sostenido del 42 por ciento, al pasar de USD\$350 millones a USD\$498 millones (Proexport, 2011).* Así mismo, la industria automotriz resulta tener una excelente posición geo-económica, al contar con el acceso a un parque automotor de 37 millones de unidades; un crecimiento del mercado doméstico, con compras alrededor de los 600 millones de dólares en autopartes a productores locales; una mano de obra calificada y a precios muy competitivos, con salarios para trabajadores por encima de los 2 dólares por hora y unas importantes ventajas como lo son los incentivos existentes de régimen de Zona Franca y la presencia de un total de 12 reconocidas empresas autopartistas.

De esta manera, como queda señalado en la Tabla 1, la producción nacional de vehículos tendió al crecimiento, demostrado en las cifras del año 2009 y 2010, en la que la producción tuvo un incremento significativo, alcanzando un crecimiento del 33 por ciento, pasando de producir 136.640 unidades a 181.941 respectivamente. Ello le permitió ubicarse en el puesto número 36 con respecto al ranking mundial de producción de vehículos.

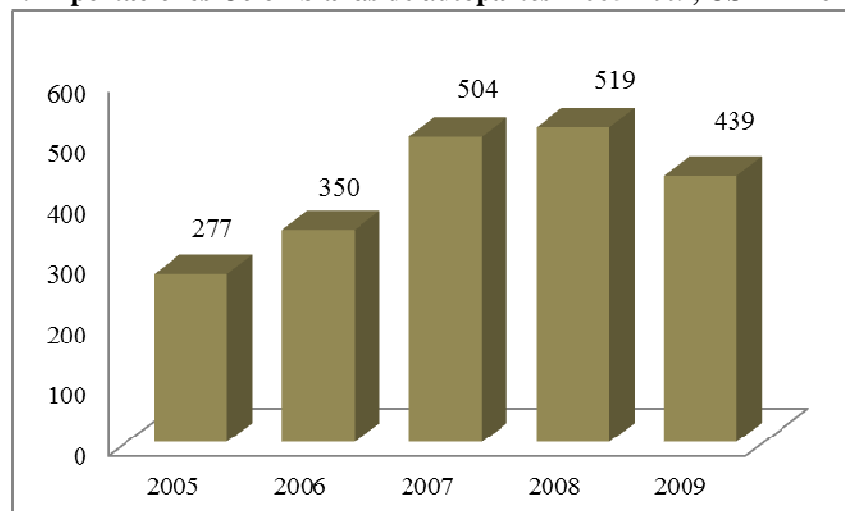
Sin embargo, como lo señala el mismo organismo (Proexport, 2012), cosa diferente sucedió para el año 2011, periodo en el que tanto la producción como las ventas alcanzadas en el año inmediatamente anterior, en cuanto a producción, se pasó de 181.941 a 116.694 unidades.

Tabla 1. Ranking Mundial de producción de automóviles -2009-2010 en unidades

Posición	País	2009	2010	% Crecimiento
1	Japón	11.146.162	11.072.529	-1%
	Estados Unidos de			
2	América	10.813.135	10.500.317	-3%
3	China	6.679.256	8.032.913	20%
4	Alemania	5.313.032	5.712.062	8%
5	Corea	3.776.673	4.012.642	6%
6	Francia	3.156.569	2.986.769	-5%
7	España	2.717.805	2.901.486	7%
8	Brasil	2.277.970	2.649.851	16%
9	Canadá	2.496.659	2.542.150	2%
10	México	1.934.560	1.981.150	2%
36	Colombia	136.640	181.941	33%
37	Venezuela	155.239	155.799	0%
41	Ecuador	50.235	58.968	17%
43	Chile	5.389	9.084	69%

Fuente: Proexport, 2012. Colombia: La transformación de un país –Sector Automotriz.

Centrando la discusión en el sector de las autopartes, según las cifras que refiere Castro (2010), queda también señalado que el crecimiento del sector de autopartes en Colombia, como sucede en general con la industria automotriz, ha experimentado resultados positivos los cuales se reflejan en sus ventas. Entre los años 2003 y 2006 sucedieron importantes picos de crecimiento de las ventas llegando a un porcentaje de 150 por ciento, pasando de vender 448 millones de dólares a 1.150 millones. Por otra parte, las exportaciones de vehículos también se incrementaron de manera significativa en un 130 por ciento durante los últimos 5 años. Del total de exportaciones de autopartes reportadas por la industria el 74 por ciento de dicho total estuvo dirigido a los mercados de Venezuela, Ecuador y Brasil. Sin embargo, a partir del año 2008, como sucede en general con la industria automotriz, se producen descensos tanto en la producción como en las ventas de autopartes a nivel nacional y para la modalidad de exportación.

Figura 2. Exportaciones Colombianas de autopartes -2005-2009, USD millones

Fuente: (Fiducoldex, 2010)

Pese a las dificultades señaladas con anterioridad dentro del total de la industria automotriz, Colombia ha logrado convertirse en una importante plataforma exportadora que, según lo señala Fiducoldex (2010), le ha permitido convertirse en proveedor de empresas como YAZAKI, Michelin, Saint Gobain, Good Year, Dupont, DANA Corporation, Vitro y AGP American Glass Products (Vidrio blindado), entre otras empresas. A esto cabe sumarle que la mayoría de las más reconocidas empresas de autopartes internacionales están establecidas en Colombia:

Michelin y Goodyear tienen producción en Colombia, Yazaki Ciemel produce instalaciones y cableados eléctricos para el sector automotriz. Su planta está ubicada en la Zona Franca de Bogotá. Saint Gobain tiene 2 plantas de producción, una de ellas se encuentra en Barranquilla en donde se producen vidrios panorámicos, laterales, laminados y templados para vehículos. Espumaltex es una empresa que manufactura productos polimerizados para el mercado automotor. IMAL fabrica, ballestas, helicoidales, cinturones de seguridad, copelas anti-ruido y hojas parabólicas, entre otras. Thermoform S.A. produce paneles de puertas, cubiertos de transmisión, interiores y consolas, entre otros (Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009, p. 56).

No cabe duda que el desarrollo de la industria se ha intensificado en los últimos años y que la competencia que existe entre países es cada vez más grande. Uno de los sistemas aplicados para este desarrollo es precisamente la innovación en ciencia y tecnología sumando el apoyo a la industria desde las instituciones que han denotado el camino del autopartismo en Latinoamérica.

Por ello, la agenda interna colombiana ha reconocido la necesidad de contar con estrategias de desarrollo económico diferenciadas que atiendan las particularidades de algunos sectores de la economía colombiana, en este caso, el autopartismo en Colombia. Bajo esta premisa surge en el año de 2007 el objetivo de desarrollar a largo plazo una política nacional de competitividad en donde sector público y privado se colaboren mutuamente en la ejecución de todas las diferentes iniciativas que surjan de las políticas formuladas.

Se definió una visión para convertir a Colombia en un país de ingresos medios en 2032; se facilitó la creación del Sistema Nacional de Competitividad (SNC); se creó el Consejo Privado de Competitividad (CNC); y se reestructuró el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT) (Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009, p. 2).

Dicha visión contempla tres importantes estrategias para incrementar la competitividad en Colombia: 1) el desarrollo de sectores de clase mundial, el Ministerio de Comercio Industria y turismo ha identificado los sectores de: 1. Servicios tercerizados a distancia; 2. software y servicios de tecnologías de la información; 3. Cosméticos y artículos de aseo; 4. Turismo de salud; 5. Autopartes; 6. Energía eléctrica, bienes y servicios conexos; 7. Industria de la comunicación gráfica y 8. Textiles, confecciones, diseño y moda (Conpes 3582, 2009).; 2) el aumento de la productividad y 3) la formalización de la fuerza laboral. El soporte fundamental para el cumplimiento de dichas estrategias consiste entonces en el desarrollo de actividades que procuren el fortalecimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación. En consecuencia, al hacer referencia particular a la primera estrategia para el mejoramiento de la competitividad, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo lleva a cabo el Programa de Transformación

Productiva con el objeto de mejorar sustancialmente un conjunto de sectores establecidos y acelerar el desarrollo de otros considerados por el organismo gubernamental como emergentes.

El sector autopartes se constituye en uno de dichos sectores que, aunque se encuentra establecido, enfrentaba al momento de incluirse amenazas en su nivel de competitividad. De tal forma que dicha propuesta sectorial está basada en cinco grandes líneas: en primer lugar, está la consolidación en el mercado interno, con énfasis en la necesidad de una normatividad clara y en el afianzamiento del Convenio Automotor Andino; en segundo lugar, está el incremento del desarrollo tecnológico asociado a los procesos productivos de la cadena; en tercer lugar las mejoras y desarrollo de la infraestructura vial, fluvial, portuaria, férrea; en cuarto lugar, la normativa logística en relación con las Tablas de fletes, la reposición vehicular y el descongelamiento del parque automotor; por último, la promoción e inserción internacional del sector (Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009).

Es importante tener en cuenta que el sector de autopartes consta de varios segmentos, como se muestra en la Figura 3.

Figura 3. Segmentos del sector de autopartes

<u>Segmento</u>	<u>Subsegmento</u>
Tren motriz	<ul style="list-style-type: none"> • Motor y componentes • Transmisión • Refrigeración de motor • Sistema de combustible
Chasis / Estructura	<ul style="list-style-type: none"> • Ejes • Suspensión • Dirección • Frenos • Ruedas y llantas • Exostos
Exterior (Body)	<ul style="list-style-type: none"> • Carrocería • Vidrio
Eléctrico y Electrónico	<ul style="list-style-type: none"> • Principales sistemas (cableados, baterías) • Control de clima • Audio y mantenimiento
Interior	<ul style="list-style-type: none"> • Trim (asientos, paneles y componentes, etc.) • Cinturones de seguridad

Fuente: (Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009)

Como bien lo describe el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el sector de autopartes es una dimensión productiva fundamental de la denominada industria automotriz. Por tanto, su cadena de valor incluye en principio el suministro de autopartes, para el caso del ensamblado de vehículos, el mercado de reposición de partes; este último, a su vez, dividido en tren motriz, chasis, interiores, exteriores y eléctricas y electrónicas (Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009).

De esta manera, las ventas en fábrica de las diferentes tipologías de autopartes han concentrado el mayor número de ventas en el segmento de chasis, y alcanzaron para el año 2006 ventas superiores a los 488 millones de dólares, seguido de las autopartes exteriores, con un total de 321 millones de dólares.

Dentro del sector de autopartes en Colombia, se presenta oportunidades para impulsar el potencial crecimiento en la economía del mercado local, como lo es: la presencia de una base significativa de ensamble de vehículos, fabricación de partes, una privilegiada ubicación geográfica en el continente y afinidad con otros mercados de América Latina y el Caribe (Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009).

Así como presenta oportunidades también, presenta amenazas que afectan dicho crecimiento: la oferta de productos fabricados de menor valor agregado; menores beneficios de economías de escala; mayores costos logísticos y de transporte, igual que en el ingreso de materias primas; poca inversión en investigación y desarrollo e innovación y falta de mayor inyección en transferencia de tecnología.

Por otro lado, en Colombia no se fabrican partes de mayor valor agregado, las partes de alta sofisticación y complejidad tecnológica se importan. Por ejemplo, mientras Estados Unidos de América fabrica el 100% de las autopartes, Colombia genera el 25% de éstas para las ensambladoras locales y mercados de la región. No puede aumentar la escala de producción por que los costos se ven encarecidos, que como resultado da mayor dificultad para la inversión en plantas y tecnología. De igual forma, la falta de inversión en investigación y desarrollo e innovación es uno de los problemas fundamentales. Casi la totalidad de las autopartes desarrolladas en Colombia se basan en diseños realizados por terceros países, existe además una

menor automatización de la producción, incentivada por la idea de un menor costo relativo a la mano de obra.

Podría decirse también que el marco regulatorio en el sector se muestra disperso de las actividades de investigación, desarrollo e innovación, porque carecen de propuestas gubernamentales para este sector en particular, y persisten las falencias de institucionalidad para el desarrollo innovador. A pesar de esta condición, no se ha debilitado el crecimiento de la productividad y competitividad del sector pero la competencia en la región se basa en el desarrollo.

Bajo estas condiciones, la innovación debe convertirse en la clave para llevar a las industrias locales y nacionales a un posicionamiento Mundial. Países como México y Argentina muestran en sus estudios de mercado una clara tendencia a reconocer que los efectos de la inversión investigación, desarrollo e innovación son fundamentales a la hora de establecer directrices hacia el corto, mediano y largo plazo. La misma percepción se puede visualizar en la propuesta de desarrollo e innovación sectorial para el sector de autopartes puesto que las aspiraciones más relevantes que orientan el sector hacia una concepción sistémica de sus procesos de innovación buscan lograr un mejoramiento en los procesos de ensamble y sub-ensamble, la sofisticación de los productos locales, la generación de economías de escala que lleven al apalancamiento de inversiones de capital, el enfoque hacia un portafolio especializado de partes con ventajas competitivas y la organización de la cadena productiva a partir del desarrollo de una estructura de clúster automotriz.

El presente trabajo busca analizar las oportunidades que genera el TLC vigente entre Colombia y Chile para la industria de autopartes del Departamento de Santander.

1.3. FORMULACIÓN

¿Qué oportunidades genera el Tratado de Libre Comercio suscrito con Chile para el sector de autopartes del Departamento de Santander?

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general.

Identificar las oportunidades que genera el Tratado de Libre Comercio suscrito con Chile para el sector de autopartes del Departamento de Santander.

1.4.2. Objetivos específicos.

1. Identificar las principales características del Tratado de Libre Comercio suscrito entre Colombia y Chile.
2. Analizar la evolución del sector de autopartes del Departamento de Santander.
3. Evaluar el impacto del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Chile respecto de los factores de competitividad del sector de autopartes.

2. MARCO CONCEPTUAL

Para abordar el tema de investigación se requiere desarrollar en este capítulo los conceptos relacionados con la evolución de la política exportadora e importadora de Colombia, los acuerdos comerciales (TLC), la teoría de las cinco fuerzas de Porter y el panorama del sector automotriz en Colombia.

2.1. EVOLUCIÓN DE LA POLÍTICA EXPORTADORA E IMPORTADORA DE COLOMBIA

Durante el gobierno de César Gaviria Trujillo, entre 1990 y 1994 el gobierno tomó una serie de medidas conocidas como el proceso de apertura económica. De acuerdo con Sarmiento (2005), la apertura económica se presentó como la gran panacea nacional y los resultados han sido distintos a los previstos; las liberaciones comerciales realizadas a comienzos de 1990 y la devaluación de los mismos años no lograron movilizar las exportaciones; la pérdida del mercado interno ocasionado por la entrada de importaciones no tuvo mayor compensación con las ventas externas y afectó significativamente el sistema. La economía perdió la tercera parte del área agrícola y la cuarta parte del empleo industrial, quedó expuesta al déficit en cuenta corriente que llevó a un endeudamiento insostenible y el producto nacional dejó de crecer. El error se originó en la creencia de que el mundo está regido por el principio de ventaja comparativa; de acuerdo con este principio, el intercambio favorece a todos los países que logran ampliar las exportaciones y la producción de bienes de menor costo relativo y adquirir los restantes a un menor precio en los mercados internacionales. La realidad es que en un mundo expuesto a limitaciones de demanda efectiva, las relaciones comerciales están determinadas por las ventajas absoluta *es decir establecía que cada país debía especializarse en la producción de aquellos bienes en los que cuenta con costos internos de producción absolutamente menores (medidos en unidades de trabajo)*, Smith (1776) la elaboración de los productos a menores costos no garantiza su colocación en los mercados internacionales. Los aranceles constituyen un medio para ampliar la demanda, y su desmonte en Colombia y en América Latina destruyó el sector real.

Hausmann y Rodrik (2003) plantean un modelo de desarrollo en el que el crecimiento de un país se ve impulsado por su capacidad para descubrir nuevas actividades en las que sea capaz de destacarse, lo que para un país pequeño equivale a comercializar un nuevo producto de exportación; en este modelo los emprendedores tienen un papel determinante, dado que son ellos quienes son capaces de impulsar nuevas industrias exitosas. Sin embargo no se trata de algo fácil dado que descubrir una actividad exitosa es un proceso sujeto a una alta incertidumbre, la cual existe incluso cuando se intenta explorar una actividad cuya tecnología es ya conocida en el mundo, dado que normalmente es necesario atravesar un proceso de aprendizaje para dominarla (Nelson, 1981), además de que pueden ser necesarias no pocas adaptaciones para hacerla funcionar en un determinado país en el que se dan condiciones particulares. Este proceso de adaptación usualmente requiere también de inversiones complementarias, haciendo aún mayor y más costoso el riesgo.

Tabla 2. Balanza comercial de Colombia 2008-2013 en millones de dólares FOB

Origen	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total balanza comercial/1	473,5	1.665,0	1.559,4	5.358,4	4.023,0	2.201,5
Grupos comerciales						
Aladi	1.349,7	258,3	-2.808,3	-4.198,0	-4.117,6	-2.794,2
Comunidad Andina	759,1	637,6	1.227,8	1.184,8	1.393,1	1.185,7
MERCOSUR	-2.222,6	-2.343,9	-2.507,9	-2.820,6	-3.453,1	-2.123,8
Unión Europea	-239,8	-203,9	-198,5	2.103,7	2.018,8	1.624,1
Principales países						
Estados Unidos	3.315,3	3.856,9	6.821,9	8.991,0	8.244,0	2.777,6
Venezuela	4.951,1	3.521,6	1.131,5	1.190,9	2.053,4	1.846,1
Perú	154,7	191,6	376,7	334,6	688,9	436,2
Chile	189,6	78,0	368,4	1.358,5	2.188,6	726,1
Ecuador	712,7	582,7	992,8	867,6	846,8	1.119,3
Japón	-700,0	-444,2	-575,9	-831,7	-1.224,7	-1.011,5
Alemania	-851,5	-919,6	-1.298,5	-1.646,7	-1.783,7	-1.339,4
México	-2.369,3	-1.663,4	-3.055,9	-5.144,2	-5.398,9	-4.436,0
Canadá	-398,5	-240,2	-220,2	-273,4	-599,5	-542,4
Brasil	-1.537,1	-1.459,7	-1.254,7	-1.322,4	-1.428,6	-866,7
China	-3.725,4	-2.529,5	-3.275,4	-5.676,5	-5.859,8	-4.739,4
Resto de países	732,0	690,9	1.548,7	7.510,7	6.296,5	8.231,8

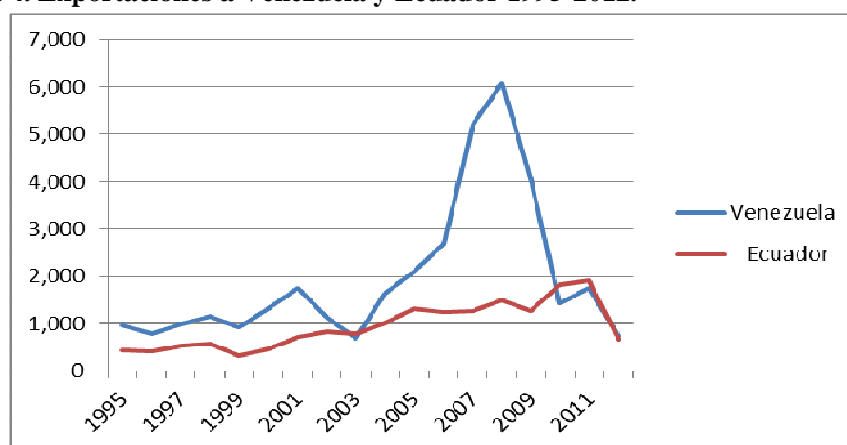
Fuente: DANE 2014

Como se observa en la Tabla 2, la balanza comercial de Colombia presentó un crecimiento que le permitió pasar de cerca de 473,5 millones de dólares en 2008, a 2201,5 millones en 2013, la balanza comercial con Chile ha tenido un crecimiento al pasar de 189,6 millones de dólares en el 2008 a 726,1 millones de dólares en el 2013, teniendo picos de crecimiento significativo en los años: 2011 y 2012 *En cuanto a la evolución reciente de la política exportadora colombiana, durante los últimos dos gobiernos, es decir, desde hace cerca*

de diez años, ésta se ha caracterizado por la búsqueda de nuevos socios comerciales en todo el mundo, lo cual ha llevado a la negociación y suscripción de tratados de libre comercio con diferentes países, incluyendo Estados Unidos de América. Sin embargo hubo una notoria diferencia entre los gobiernos de Álvaro Uribe Vélez y de Juan Manuel Santos en lo que respecta a las relaciones comerciales con los países vecinos, especialmente con Venezuela y con Ecuador; mientras el gobierno de Uribe se caracterizó por un abierto enfrentamiento político entre los gobiernos de estos dos países, el cual llegó a incidir notoriamente en las relaciones comerciales, el gobierno de Santos ha intentado evitar que las diferencias ideológicas repercutan en el intercambio comercial (Cardozo, 2011). Las ventajas de dichos tratados empiezan a ser visibles en la balanza comercial.

En la Figura 4 se muestra la evolución de las exportaciones colombianas a Ecuador y a Venezuela. Como se observa las exportaciones a Ecuador presentaron una tendencia de crecimiento permanente desde 1995 hasta 2010, al pasar de 428 a 1909 millones de dólares FOB. En cuanto a las exportaciones a Venezuela, mantuvieron un crecimiento desde 967 hasta 1742 millones de dólares FOB entre 1995 y 2001 y luego descendieron a 780 millones entre 2002 y 2003, es decir, por debajo del nivel de 1995; posteriormente incrementaron hasta un máximo de 6092 millones en 2008. (DANE, 2012)

Figura 4. Exportaciones a Venezuela y Ecuador 1995-2012.



(Millones de dólares FOB)

Fuente: DANE (2012)

Fuera de las diferencias en el manejo de las relaciones diplomáticas y comerciales de estos dos últimos gobiernos con Venezuela y de Ecuador, la política comercial ha sido de buscar y promover la celebración de nuevos tratados, los cuales han sido negociados con la participación de representantes de los gremios en las mesas de negociación y con la inclusión de cláusulas transitorias en esos tratados para hacer que el proceso de entrada en plena vigencia de las nuevas condiciones de comercio sea progresivo, de manera que los productores nacionales puedan adaptarse a esos nuevos escenarios y se mitiguen algunos de los impactos negativos que esas nuevas condiciones pueden tener en los productores colombianos.

2.2. TRATADO DE LIBRE COMERCIO

Un tratado de libre comercio es un acuerdo que suscriben los gobiernos de dos o más países y en el cual se fijan las condiciones arancelarias y por medio del cual reglamentan sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos comerciales y de inversión. Los tratados de libre comercio contienen normas y procedimientos que buscan garantizar los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que los firman; mediante el tratado se busca eliminar restricciones injustificadas al comercio de los países firmantes y establecer de manera transparente las condiciones que deben cumplirse para el intercambio de productos y servicios (Fernández & Saffón, 2004).

El proceso de negociación de un tratado de libre comercio tiene varias etapas; en la primera etapa cada gobierno designa a una comisión de negociación que puede contar con el apoyo de los gremios que pudieran resultar afectados con los acuerdos que se están negociando, de manera que éstos tengan la oportunidad de aportar sus opiniones y recomendaciones sobre las condiciones que se deben y se pueden incluir en la versión final del acuerdo; esta primera etapa puede durar varios meses dependiendo de la importancia del tratado que se esté negociando, dado que en cada país se analizan y se debaten los procesos objeto de discusión.

Una vez se ha terminado el proceso de negociación entre las comisiones, viene la firma de parte de los gobiernos de los Estados incluidos en el tratado. Sin embargo esa no es la etapa final, dado que se requiere que los organismos legislativos de cada país, ratifiquen los términos pactados. En el caso de Colombia, el organismo legislativo encargado de este proceso es el

Congreso de la República; en este caso el debate es de carácter político, dadas las implicaciones económicas y sociales que puede tener el tratado de libre comercio que se esté analizando. Al surtir ese proceso, el tratado de libre comercio se convierte en una ley de la República, lo cual implica una garantía para las partes dado que de esta manera se obliga a los habitantes de cada país a cumplir los términos acordados (Ramírez, 2011).

Una vez el tratado de libre comercio es ratificado por los órganos legislativos, viene su proceso de ejecución, el cual puede constar de varias etapas o fases; en cada una de esas fases pueden entrar progresivamente en vigencia diferentes artículos del acuerdo. Por ejemplo, si dentro de un tratado de libre comercio se acuerda que determinados productos van a tener desgravación arancelaria, es probable que esa desgravación no se haga de manera instantánea en el primer día de vigencia del tratado sino que se establezca que progresivamente durante un período de varios años el arancel existente se va a ir disminuyendo hasta que desaparezca completamente. Estas fases se diseñan con el propósito de reducir situaciones de choque que pueden generar importantes impactos en la economía de algunos sectores económicos de los países que suscriben el tratado en cuestión.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Esta teoría presenta un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1980, en que se describen las cinco fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste. Las primeras cuatro fuerzas se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria.

Para Porter, existen cinco diferentes tipos de fuerzas que marcan el éxito o el fracaso de un sector o de una empresa, como se representa en la **Figura 5**.

Figura 5. Las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Porter (Porter, 1980)

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores.** El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
- **Poder de negociación de los proveedores.** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o

son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

– ***Poder de negociación de los compradores.*** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

– ***Amenaza de ingreso de productos sustitutos.*** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

– ***La rivalidad entre los competidores.*** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

A partir del análisis de los posibles escenarios que puede enfrentar una organización, Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva, las que se describen a continuación.

1) ***Economías de escala.*** Supone al que las posea, debido a que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos.

2) ***Diferenciación del producto.*** Asume que si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera.

3) ***Inversiones de capital.*** Considera que si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan.

La creación de barreras competitivas mediante una fuerte concentración de recursos financieros es un arma muy poderosa si la corporación es flexible en la estrategia, ágil en sus movimientos tácticos y se ajusta a las leyes anti monopólicas. No obstante su fuerza financiera, la corporación debe tener en cuenta que los pequeños competidores pueden formar alianzas o recurrir a estrategias de nichos.

4) ***Desventaja en costos independientemente de la escala.*** Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cuál sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia.

5) ***Acceso a los canales de distribución.*** En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante.

6) ***Política gubernamental.*** Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes.

La teoría de Porter ha recibido diversas críticas; uno de los más grandes críticos a esta teoría ha sido el canadiense Henry Mintzberg, quien, en su libro « The Rise and Fall of Strategic Planning» (1994), habla sobre las tres grandes desventajas de la gerencia estratégica como se ha

venido manejando hasta ese momento y dice que el principal error es pensar que planificación estratégica es lo mismo que pensamiento estratégico, en general las tres desventajas que plantea Mintzberg son (Anon., 2011):

- *Pensar que el mundo es estático*: ya que hasta los planificadores estratégicos asumen una estática en el mercado, que no existe y en muchas ocasiones no se dan cuenta de los cambios que tendrá éste mientras ellos hacen la implementación de sus estrategias.
- *Basarse solo en información numérica*: Según Mintzberg el éxito del planificador se encuentra también en el trabajo de campo ya que muchas veces la mera información numérica no es suficiente y en muchos casos es obsoleta frente a los requerimientos de información cien por ciento en tiempo real, y no necesariamente numérica.
- *Organizar Procedimientos formales*: estos procedimientos estratégicos elaborados paso a paso y que no dan espacio a un cambio generalmente no pueden predecir cambios bruscos y no preparan a la compañía para afrontarlos por lo cual no son prácticos.

No obstante, ésta no ha sido la única crítica que ha recibido Porter en su teoría del diamante de la competitividad. Otra de las críticas más profundas al concepto de Porter, aunque sin señalarlo directamente a él, se puede encontrar en la publicación de Foreign Affairs, de marzo/abril de 1994, en el cual el economista Paul Krugman critica el uso del concepto competitividad como carente de significado en lo que se refiere a la unidad de análisis nación. Para Krugman, ya existe un concepto para mostrar la prosperidad de un país y ese es productividad.” (Lombana, 2009)

A pesar de estas críticas el análisis de Porter sigue siendo muy reconocido y aceptado para ayudar a una empresa a desarrollar ventajas competitivas sobre sus rivales, la razón por la cual se basará el proyecto en esta teoría para poder resolver el problema es que se considera que luego de hacer el análisis de los requisitos del mercado objetivo se puede aplicar dicha teoría para determinar los niveles de competitividad de la empresa y hacer las sugerencias pertinentes a la gerencia de la compañía, con el fin de que ésta sea más competitiva a nivel nacional e internacional.

En el año 2008 Michael E. Porter publicó un artículo en la revista Harvard Business Review de cuyo resumen fue extractado el siguiente párrafo que explica bastante bien la idea

expuesta anteriormente: “Las cinco fuerzas definen la estructura de rentabilidad de un sector al determinar cómo se distribuye el valor económico que crea. Ese valor podría ser socavado mediante la rivalidad entre competidores existentes, por cierto, pero también puede debilitarse debido al poder de los proveedores y el poder de los compradores, o puede ser limitado por la amenaza de nuevos entrantes o la amenaza de sustitutos. La estrategia puede ser percibida como la práctica de construir defensas contra las fuerzas competitivas o como encontrar una posición en un sector donde las fuerzas son más débiles. Modificaciones en la fortaleza de las fuerzas indican cambios en el escenario competitivo que son clave para la elaboración continua de la estrategia” (Universidad de la Rioja, 2008).

4. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

A continuación se describe la estrategia metodológica frente a cada uno de los objetivos planteados.

1. Identificación de las principales características del Tratado de Libre Comercio suscrito entre Colombia y Chile. Este objetivo se desarrolló mediante el análisis del documento suscrito entre los países, así como la investigación de publicaciones hechas por autores reconocidos y autoridades que hayan analizado dicho tratado.

2. Análisis de la evolución del sector de autopartes del Departamento de Santander. Se realizó a partir de la información publicada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, la Asociación del Sector Automotriz y sus Partes ASOPARTES, entre otras fuentes.

3. Evaluación del impacto del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Chile respecto de los factores de competitividad del sector de autopartes. El desarrollo de este objetivo se apoyó especialmente en la realización de entrevistas con representantes de empresas del sector automotriz en la ciudad de Bucaramanga.

4.1 UNIVERSO Y MUESTRA

El universo en el que se realiza el estudio lo componen las empresas santandereanas fabricantes de partes originales a las ensambladoras que operan en el país. Este universo se escogió teniendo en cuenta que dentro de la industria de autopartes, estas empresas son las que más cerca se encuentran del comercio internacional, dado que, movidas por las fuerzas de la competencia, las ensambladoras permanentemente incorporan innovación en los componentes que emplean para la producción de los modelos de los vehículos que se están lanzando al mercado. Esta condición hace que las empresas santandereana fabricantes de partes para las ensambladoras, se vean permanentemente expuestas a los retos generados por el comercio internacional, lo que hace suponer que están más atentas a los retos y oportunidades ofrecidos por los tratados de libre comercio.

El universo está compuesto aproximadamente por 112 fabricantes registrados en la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes ACOLFA (McKinsey y Company, 2009). En Bucaramanga en la actualidad se encuentran 7 empresas afiliadas a Asopartes y de ellas se seleccionó una muestra de dos empresas del sector..

4.2 INSTRUMENTO

En la Tabla 3 se presenta el instrumento empleado para la entrevista con las empresas del sector de autopartes en Santander.

Tabla 3. Instrumento de entrevista.

Oportunidades del Sector Autopartes del Departamento de Santander en el TLC con Chile Universidad De La Sabana Instrumento para entrevista con empresarios	
Objetivo:	Identificar las oportunidades que genera el Tratado de Libre Comercio suscrito con Chile para el sector de autopartes del Departamento de Santander.
Confidencialidad:	Se garantizará la confidencialidad de la identidad de los entrevistados y de la información suministrada. Para ello, su nombre, incluyendo los datos de la empresa y los hechos o situaciones que permitan su identificación individual no aparecerá en ninguna parte de la investigación. Estos datos solo serán utilizados para el desarrollo del objetivo del trabajo mencionado anteriormente.
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	
1	Nombre de la empresa: _____ Tiempo de permanencia en el mercado: _____ Persona entrevistada: _____ Cargo: _____
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.	
2	Tipo de productos fabricados: _____ Número de empleados: _____ Millones de ventas anuales: _____
DESTINO ACTUAL DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA	
3	Los productos de la empresa son vendidos actualmente a: Ensambladoras en Colombia: ____ Vendedores de repuestos en Colombia: ____ Vendedores de repuestos en otros países: ____ Ensambladoras en otros países: ____ En la actualidad la empresa vende parte de su producción a: Ensambladoras en Chile: ____ Vendedores de repuestos en Chile: ____
EXPECTATIVAS SOBRE EL TLC CON CHILE	
4	La empresa espera que el TLC con Chile sea: Una amenaza: ____ Una oportunidad: ____ No tiene ningún efecto para la empresa: ____ Por favor explique su respuesta: _____ _____

<p>Oportunidades del Sector Autopartes del Departamento de Santander en el TLC con Chile</p> <p>Universidad De La Sabana</p> <p>Instrumento para entrevista con empresarios</p>	
<p>ACCIONES ESPECÍFICAS FRENTE AL TLC CON CHILE</p>	
5	<p>Teniendo en cuenta los retos y/o las oportunidades planteadas por el TLC suscrito entre Colombia y Chile, ¿qué acciones concretas está adelantando la empresa para aprovechar esas ventajas o superar esos retos?: _____</p> <p>_____</p>
<p>APOYO ESTATAL</p>	
6	<p>Teniendo en cuenta la situación de la empresa frente al TLC suscrito con Chile, ¿la empresa ha participado en programas o actividades de apoyo por parte de organismos del Estado? No: __ Sí: ____</p> <p>Cuáles: _____</p>
<p>SITUACIÓN DE COMPETITIVIDAD</p>	
7	<p>Para poder aprovechar mejor las oportunidades generadas por el TLC con Chile, la empresa requeriría: Aumentar su nivel tecnológico: ____ Reducir sus costos: ____ Tener mejores vías de transporte: ____ Ampliar su capacidad de producción: ____ Otra: _____</p> <p>_____</p>

Fuente: elaboración propia

5. EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE AUTOPARTES DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER

5.1 SITUACIÓN GENERAL DEL DEPARTAMENTO

Para evaluar la evolución de Santander en materia de autopartes debe tenerse en cuenta que de acuerdo al DANE (2009) en Colombia existen alrededor de 112 empresas dedicadas a la actividad de la cadena automotor y sus partes distribuidas principalmente en los centros productivos del país, de la siguiente manera: Bogotá 80%, seguida por otras ciudades principales como Medellín, Cali y Bucaramanga, Proexport (2012c)

Por otro lado, teniendo en cuenta los recientes tratados de libre comercio, el Estado diseñó el denominado Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el cual el sector autopartes está incluido, a través del cual el Estado ha buscado acercarse a los empresarios para resolver las necesidades tendientes a mejorar el nivel de competitividad de cada segmento.

Es así como en el Comité Asesor Regional de Comercio Exterior CARCE de Santander se armonizan los diferentes factores de competitividad y genera actividades para desarrollar en todos los frentes. De acuerdo con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en este Comité se resalta su visión de integración de los diferentes entes regionales, el impulso a la industria a través de un esquema de colaboración y agrupamiento y establece los factores de desarrollo tecnológico, innovación y desarrollo del recurso humano como pilares de la productividad y competitividad (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2009).

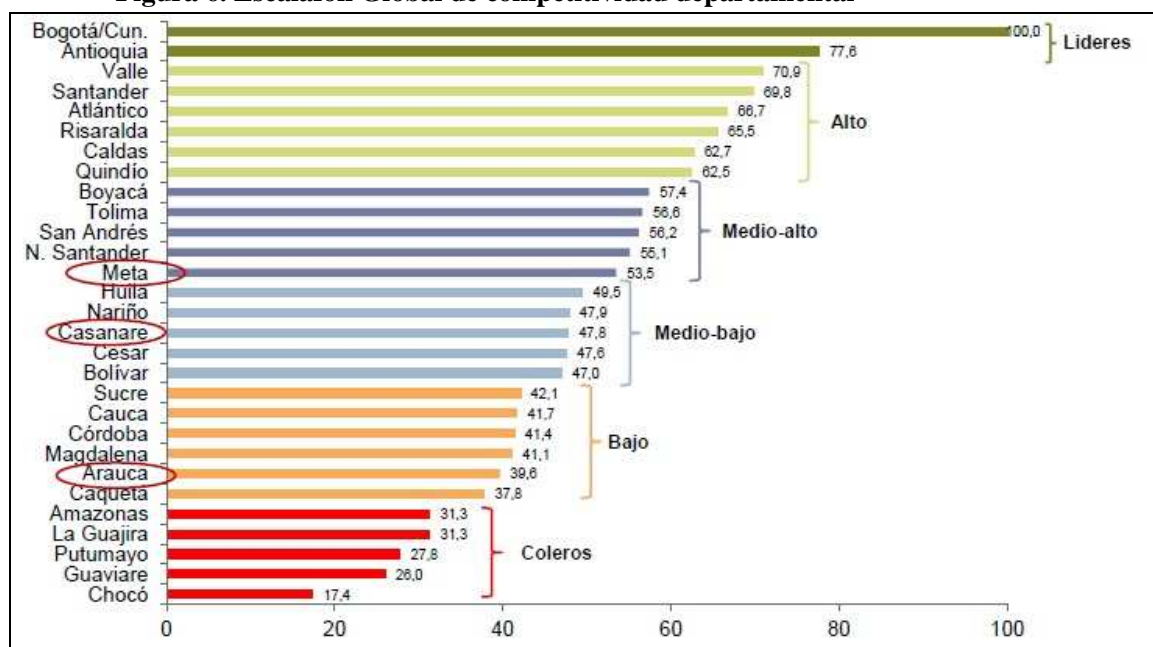
Por su parte, según el Departamento Nacional de Planeación (2008), la capital del departamento de Santander presenta condiciones para desarrollar en el medio plazo un área logística que permita mejorar las condiciones de manejo de cargas a nivel urbano, así como la consolidación de cargas producidas en la industria santandereana. Igualmente, dentro de las denominadas autopistas para la competitividad, estrategia que se enfoca en la ampliación de la capacidad en doble calzada, se incluye ampliación de varios corredores viales los cuales reducirán el tiempo de transportes hacia la Costa Atlántica como el Puerto de Buenaventura en el Pacífico

A pesar de las limitaciones actuales de la infraestructura de vías para transporte de carga, en el departamento se adelantan proyectos de carácter público y privado que incluyen proyectos de mejora de infraestructura vial, el proyecto energético de Hidrosogamoso, el Gasoducto de Gibraltar, la ampliación de refinería de Ecopetrol, la construcción del Puerto Multimodal y la Plataforma Logística en Barrancabermeja y el desarrollo de Zonas Francas de Salud, entre otros proyectos se.

Debe mencionarse que la zona franca de Santander tiene un área disponible de 97.417 M²; en cuanto al desarrollo de capital humano, existen programas de desarrollo gerencial para la competitividad e innovación en el sector de autopartes en los que participan la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes ACOFA, el SENA y la Universidad EAN. (Proexport, 2013)

Para tener una visión general de la situación del Departamento debe tenerse en cuenta que Ramírez y Parra (2009) desarrollaron para la CEPAL una investigación a escala nacional sobre los diferentes aspectos relacionados con la competitividad de cada región. En la Figura 6 se presenta el resultado del escalafón global de competitividad global.

Figura 6. Escalafón Global de competitividad departamental



Fuente: Ramírez y Parra (2009)

En cuanto al escalafón en fortaleza económica y en el de infraestructura, el Departamento de Santander también se ubica en el grupo considerado como alto; en el escalafón de gestión de las finanzas públicas y en el de capital humano el departamento se ubica dentro del grupo de líderes; en el escalafón que presenta la ubicación más deficiente es en el de ciencia y tecnología, en el que se encuentra dentro del grupo medio-bajo. (Ramírez & Parra, 2009)

Y en cuanto a la evolución general de las exportaciones del Departamento, en la Tabla 2 se presentan las estadísticas entre 2000 y 2010.

Tabla 2 Participación de los principales capítulos de exportación sobre el total exportado por el departamento de Santander

Capítulos	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	Promedio
1 Animales vivos	5,2%	8,0%	4,4%	1,6%	3,9%	5,2%	3,1%	0,8%	0,6%	0,7%	0,0%	3,0%
2 Carnes y despojos comestibles	0,0%	1,7%	0,5%	0,6%	2,2%	1,7%	1,1%	16,8%	33,2%	37,4%	0,5%	8,7%
4 Leche y productos lácteos, huevos de ave	6,0%	7,5%	3,7%	1,9%	4,9%	1,8%	1,7%	2,2%	5,7%	1,1%	0,0%	3,3%
9 Café, té, yerba mate y especias	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	23,3%	30,7%	29,0%	18,4%	9,5%	15,7%	11,5%
27 Combustibles minerales, aceites mineral	0,6%	1,2%	1,4%	3,2%	2,6%	3,0%	2,6%	2,3%	5,1%	24,4%	54,5%	9,2%
32 Extractos curtientes o tintoreros	54,1%	46,3%	45,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	2,7%	0,0%	0,0%	13,5%
64 Calzado, polainas, botines, y artículos análogos	3,8%	4,3%	4,9%	4,3%	3,8%	2,2%	2,7%	2,9%	1,9%	1,0%	0,9%	3,0%
62 Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	9,8%	9,9%	13,3%	12,6%	11,9%	6,5%	7,4%	5,8%	3,6%	1,4%	1,6%	7,6%
71 Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas	0,1%	0,1%	8,3%	50,4%	52,1%	40,8%	26,5%	19,7%	9,5%	7,4%	6,7%	20,1%
87 Vehículos automóviles, tractores y demás vehículos terrestres	2,9%	5,0%	3,3%	2,1%	4,4%	3,5%	5,0%	4,2%	3,2%	3,5%	4,3%	3,8%
Total principales capítulos	82,6%	83,9%	85,4%	76,7%	85,9%	88,1%	80,7%	83,7%	83,6%	86,3%	84,2%	83,8%

Fuente: (Departamento de Santander, Universidad Industrial de Santander, 2011)

De los diez capítulos que resultaron más representativos por su peso sobre el total exportado por el Departamento, sobresalen las exportaciones del capítulo 32 (extractos curtientes) durante el período 2000-2002. Para el periodo 2003-2005 las exportaciones se concentraron en el capítulo 71 (perlas finas o cultivadas). Los años 2006 y 2007 fueron aquellos en los cuales se hicieron las más altas exportaciones de café (capítulo 9); y 2008 y 2009, los años con mayores exportaciones de carne (capítulo 2). En el año 2010 un poco más de la mitad de las exportaciones santandereanas correspondieron al capítulo 27 (combustible y aceites minerales).

Como se puede apreciar, el Departamento no cuenta con un producto que jalene sus exportaciones de manera constante, sino que han sido diferentes productos los que han marcado la pauta por periodos. También vale la pena resaltar que los sectores tradicionales de la manufacturas de cuero, prendas de vestir y autopartes, aunque son representativos, nunca se han constituido como bienes claves en las exportaciones de Santander. (Departamento de Santander, Universidad Industrial de Santander, 2011)

5.2 PARTICULARMENTE EN EL SECTOR AUTOPARTES

En Colombia la cadena productiva autopartes-automotor comprende la actividad de ensamble de vehículos automotores, y la fabricación de partes y piezas de vehículos utilizadas en el ensamble, así como repuestos. Adicionalmente utiliza insumos producidos en otras cadenas productivas, como metalmecánica, petroquímica (plástico y caucho) y textiles (Departamento Nacional de Planeación, 2007).

La actividad de ensamble propiamente dicha cuenta con tres empresas terminales que son la Fábrica Colombiana de Automotores (Colmotores), Sofasa, y la Compañía Colombiana Automotriz (CCA). Éstas están dedicadas a varias líneas de producción, desde vehículos pequeños hasta camiones y vehículos de servicio; adicionalmente, en la actividad de fabricación y ensamble de carrocerías se destacan otras empresas como Non Plus Ultra, Superbús de Bogotá, Superbús de Medellín, Carrocerías El Sol y Técnicos Fabricantes de Carrocerías.

Por su parte, en la producción de autopartes hay un mayor número de empresas dedicadas a la fabricación de partes de los vehículos para proveer a las ensambladoras o para abastecer el mercado de repuestos. Algunas empresas de autopartes han logrado reconocimiento por la calidad de sus productos, la incorporación de innovaciones y la presencia en mercados internacionales; en ese segmento tienen participación pequeñas y medianas empresas (Departamento Nacional de Planeación, 2007), en Santander se encuentran empresas como: DANA, Corporation, Distribuciones Max Repuestos, Casa del Clutch, Baterías Faico, Rubber Colombia, Industria Caucho record, Industrias Partmo, y LAVCO, entre otras.

La actividad de ensamble de vehículos incluye operaciones de armada, montaje y pintura; el material desarmado para el ensamble, conocido como CKD, es el principal insumo de la

industria automotriz y representa cerca de 60% de los costos de producción de un vehículo; este material es suministrado por las casas matrices o las casas filiales de las compañías; en virtud del convenio automotor andino, el arancel del CKD es de 3% siempre que esté asociado a la incorporación de partes y piezas nacionales.

En la construcción de un automotor, intervienen cerca de 60 materiales diferentes que varían desde el acero al aglomerado vegetal y desde el níquel hasta nylon. La operación de ensamble primario comprende el montaje de todas las piezas que componen el motor del vehículo, así como de la carrocería y las ruedas. Debe anotarse que las unidades de CKD de la cadena corresponden a tecnologías importadas, no desarrolladas en el país, por lo que las partes que se fabrican en el país tienen un nivel tecnológico muy sencillo, con bajo nivel agregado (Departamento Nacional de Planeación, 2007).

Moscoso (2014), experto en comercio exterior, asegura que los productos en los que Colombia tiene más potencial para aumentar las ventas con valor agregado son los de los sectores: textil, autopartes y servicios, principalmente. Sin embargo, el sector de autopartes fue uno de los que presentó una fuerte caída en 2013, con 14,9 por ciento con respecto al año 2012.

Llinás (2014), presidente de Acolfa, aseguró que actualmente entre vehículos y autopartes se están exportando más de 1.100 millones de dólares, "lo que demuestra que somos un sector que tiene precio y calidad, pero lo que necesitamos es primero tener un mercado fuerte para la producción nacional"

Debe destacarse que para el año 2013 el Sena planeó el desarrollo de la denominada la Fórmula SENA ECO con el fin de impactar con calidad los programas de formación del SENA, para aprovechar el conocimiento generado por los grupos de desarrollo tecnológico e innovación, para el diseño y construcción de los 10 vehículos tipo fórmula, que integrarán diferentes tecnologías asociadas a la producción de vehículos, autopartes y energías alternativas en donde se aplique y genere conocimiento en las áreas de mecánica, materiales, soldadura, procesos de fabricación, electricidad y electrónica, ingeniería automotriz, TIC, PLM (Gestión del ciclo de

vida del producto) y logística, entre otras disciplinas, con el fin de incrementar la capacidad en gestión tecnológica y de conocimiento, en beneficio de la competitividad nacional (SENA, 2013)

Ahora bien, de acuerdo con la Tabla 2, la participación del capítulo 87 (vehículos automotores, tractores y demás vehículos terrestres) en el total de exportaciones del departamento entre 2000 y 2010 osciló entre el 2.9% y el 5.0%..

De acuerdo a la publicación de Compite 360 las exportaciones del capítulo 87 de Santander en el 2013, fueron de 8.792 miles de USD FOB, disminuyó 43%, comparado con el 2012; estas exportaciones representan el 1% de las exportaciones nacionales del capítulo, disminuyendo 1,6% de participación, los principales productos exportados de este sector son: Autopartes: 38,3% y transmisiones cardánicas el 36,9%, principales destinos: Ecuador: 90%, Venezuela: 4,1 % y Estados Unidos de América el 2.1%

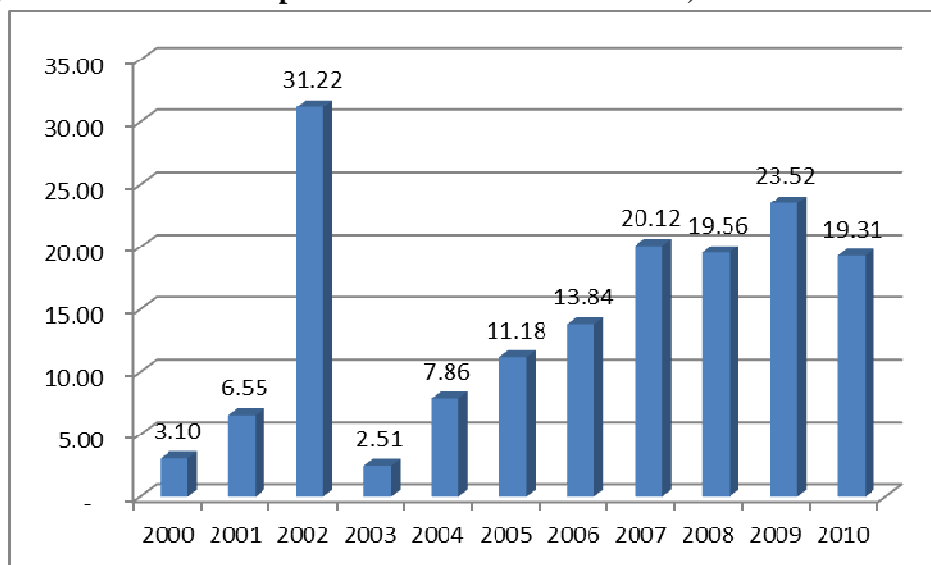
Puede verse que, a pesar de que existen condiciones propicias para el desarrollo de la industria de autopartes, hasta el momento las cifras de exportaciones de este sector en el Departamento de Santander muestran que esta industria no se ha recuperado, ya que aun no alcanza los niveles de ventas del año 2002, como puede apreciarse en la Figura 7.

5.3 SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EN SANTANDER

De acuerdo a Proexport (2013) Bogotá es sede de 5 de las 8 ensambladoras que tiene Colombia, y de más 100 compañías autopartistas, que generan cerca del 85% de la producción de autopartes del país. Proexport (2013) reporta que crecimiento de las exportaciones de autopartes del 220% en los últimos 8 años y que 2011 se hicieron ventas a productores locales de autopartes por unos US\$700 millones. La alta demanda en ensambladoras y en el mercado de reposición, incrementaron las importaciones de autopartes en un 39%.

Por otro lado, de acuerdo con las cifras del Departamento de Santander y la Universidad Industrial de Santander (2011), las exportaciones de Santander por cada uno de los capítulos exportadores entre 2000 y 2010 presentaron la evolución que se presenta en la Tabla 3. A partir de esas cifras, en la Figura 7 se presenta la evolución de las exportaciones del capítulo 87 (vehículos automotores, tractores y demás vehículos automotores) en el Departamento entre 2000 y 2010.

Figura 7. Evolución del capítulo 87 en Santander 2000-2010, en millones de dólares FOB.



Fuente: Elaboración propia. Cifras de Departamento de Santander, Universidad Industrial de Santander (2011)

Esas cifras muestran que la participación del sector automotor en general dentro del total de exportaciones de Santander en el período 2000 a 2010 fue de solo el 5%, como se resume en la Tabla 4.

Tabla 3. Valor de los principales capítulos exportados 2000-2010. Millones de dólares FOB

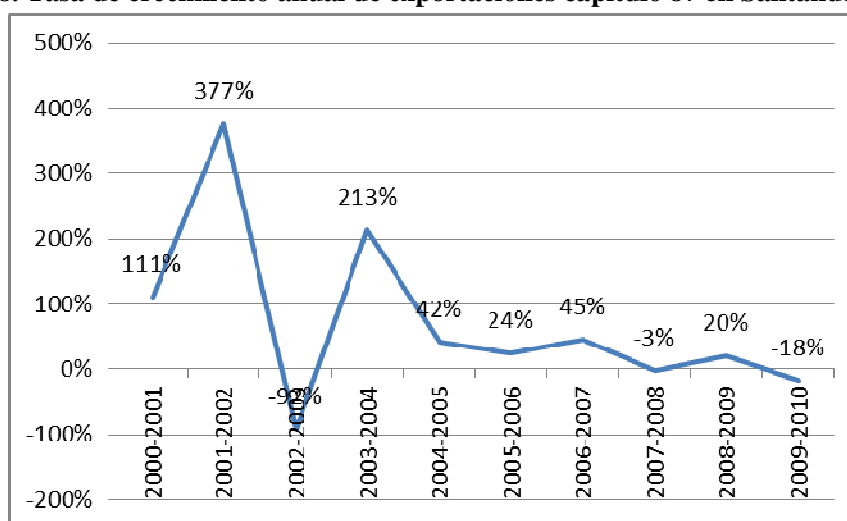
Capítulos		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Animales vivos	5,65	10,39	4,30	1,92	6,92	16,74	8,55	3,92	3,56	4,69	
2	Carnes y despojos comestibles		2,22	0,44	0,69	4,00	5,56	3,18	80,41	204,01	253,61	2,24
4	Leche y productos lácteos, huevos de ave	6,54	9,74	3,69	2,20	8,75	5,75	4,84	10,38	34,93	7,43	
9	Café, té, yerba mate y especias					0,13	74,64	85,50	138,35	113,01	64,28	70,50
27	Combustibles minerales, aceites minerales	0,69	1,52	1,38	3,79	4,72	9,70	7,29	10,79	31,30	165,95	244,28
32	Extracto curtientes o tintoreros	58,62	60,34	45,24				0,03	0,32	16,66		
64	Calzado, polaina, botines y artículos análogos	4,16	5,61	4,86	5,05	6,76	6,97	7,41	13,64	11,40	7,00	3,85
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	10,66	12,91	13,18	14,82	21,28	20,71	20,46	27,53	22,25	9,47	7,03
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas	0,05	0,18	8,23	59,32	93,21	130,62	73,76	94,03	58,19	50,09	30,21
87	Vehículos automotores, tractores y demás vehículos automotores	3,10	6,55	31,22	2,51	7,86	11,18	13,84	20,12	19,56	23,52	19,31
Total exportaciones Santander		86,37	102,91	81,32	87,79	145,77	270,69	211,02	379,37	495,31	562,52	358,11

Tabla 4. Participación de capítulos exportadores de Santander 2000-2010

Capítulos		Participación
1	Animales vivos	2%
2	Carnes y despojos comestibles	16%
4	Leche y productos lácteos, huevos de ave	3%
9	Café, té, yerba mate y especias	16%
27	Combustibles minerales, aceites minerales	14%
32	Extracto curtientes o tintoreros	5%
64	Calzado, polaina, botines y artículos análogos	2%
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	5%
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas	17%
87	Vehículos automotores, tractores y demás vehículos automotores	5%

Fuente: elaboración propia.

Las cifras del Departamento de Santander y la UIS (2011) resumidas en la Tabla 4 muestran que los sectores líderes en las exportaciones del departamento son el capítulo 71 (Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas), el 2 (Carnes y despojos comestibles), el 9 (Café, té, yerba mate y especias) y el 27 (Combustibles minerales, aceites minerales). A pesar de esa baja participación del capítulo 87 en el total del período 2000-2010, el total exportado por este segmento creció el 522% en ese período. En la Figura 8 se presenta la evolución de la tasa anual de crecimiento de las exportaciones de este capítulo.

Figura 8. Tasa de crecimiento anual de exportaciones capítulo 87 en Santander.

Fuente: elaboración propia.

Como se puede ver en la Tabla 5, el sector automotor llegó a exportar desde Santander 31.2 millones de dólares FOB en 2002, lo que correspondió en ese año al 32% del total de exportaciones del departamento. Ese comportamiento se puede interpretar que en el departamento puede existir una capacidad de producción importante, en este sector de la industria, aunque no necesariamente, por lo que podría esperarse que, en la medida en que las condiciones del mercado internacional lo permitan, el comportamiento alcanzado en 2002 podría repetirse. Los principales destinos de esas exportaciones tradicionalmente han sido Venezuela y Ecuador, debido a su proximidad geográfica con Colombia.

5.4 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN EL SECTOR DE AUTOPARTES

En cuanto a la inversión extranjera directa, lo primero que se puede decir es que, en la región andina del país, conformada por los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Norte de Santander y Santander, dicha inversión en los últimos años presentó la evolución que se presenta en la Tabla 5.

Tabla 5. Inversión extranjera directa en la región andina del país.

	2007	2008	2009	2010	2011	Acumulado
Bogotá	2160,4	2312,8	1784,6	-1043,7	1696,5	6910,6
Boyacá	-4,8	2,6	-9,8	15,4	4	7,4
Cundinamarca	24,5	51,3	66,4	34,9	130,5	307,6
Norte de Santander	4,2	5,8	3	12,8	13,7	39,5
Santander	32,7	10,9	11,5	4,4	11,8	71,3
Total	2217	2383,4	1855,7	-976,2	1856,5	7336,4

Fuente: Proexport (2013) con base en cifras del Banco de la República.

Las cifras de la Tabla 5 muestran que mientras la inversión extranjera directa en la región andina del país decreció en el 16% entre 2007 y 2011, en el departamento decreció el 64%, al pasar de 32.7 millones de dólares en 2007, a 11.8 millones de dólares en 2011.

En cuanto a los principales sectores económicos que han sido receptores de la inversión extranjera directa en esta región, en la Tabla 6 se presentan las cifras correspondientes al período 2003-2012.

Tabla 6. Principales sectores receptores de inversión extranjera directa 2003-2012

Sector	Participación total
Software en servicios de TI	16.3%
BPO*	11.0%
Fondos de capital	9.9%
Telecomunicaciones	9.2%
Agroindustria	8.2%
Equipos industriales	6.0%
Textiles	5.7%

Fuente: Proexport (2013)

En el sector automotriz no se ha presentado inversión extranjera directa y menos en el Departamento de Santander. Sin embargo, debe tenerse en cuenta la evolución de la inversión extranjera directa en los países de Latinoamérica, las que se presentan en la Tabla 7.

Tabla 7. Evolución de la inversión extranjera directa en Latinoamérica (millones de dólares)

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	% acum
México	14907	24452	17527	12468	19012	17402	16028	20510	31%
Panamá	5148	388	82	680	847	763	2075	1584	3%
Argentina	8656	1800	1785	1373	3427	4374	4600	5369	7%
Bolivia	611	587	562	164	54	-199	233	169	0%
Brasil	27234	18658	13784	8428	15093	12517	15605	28735	31%
Chile	4038	3490	2119	3578	5960	5803	6113	12031	9%
Colombia	1990	2098	1777	1461	2506	8518	5530	7511	7%
Ecuador	598	1105	1059	1292	695	410	225	152	1%
Paraguay	86	70	8	22	32	45	152	163	0%
Perú	673	950	171	1109	1329	2143	2881	4439	3%
Uruguay	228	225	145	346	276	704	1162	730	1%
Venezuela	3906	3060	650	1695	1232	2162	-490	537	3%
Latinoamérica y el Caribe	70075	58884	41671	34619	52467	56647	56120	83937	100%

Fuente: (Patiño, 2010)

Como se observa en la anterior Tabla, los países de Latinoamérica que mayor participación tuvieron en la inversión extranjera directa entre 2000 y 2007 fueron México y Brasil, mientras que Colombia en ese mismo período solo alcanzó el 7% de participación. Sin embargo, la situación de inversión extranjera directa de México se debe especialmente al Tratado de Libre Comercio de América del Norte TLCAN que suscribió ese país con Estados Unidos de América y Canadá en 1994. Es de esperarse que en los próximos años la

* BPO: Business Process Outsourcing. El principal tipo de empresas de este sector son los servicios de call center.

inversión extranjera directa en Colombia se incrementa, aunque no necesariamente en el sector autopartes, en la medida en que avance el desarrollo del tratado de libre comercio suscrito por el país con Estados Unidos de América así como con los demás países con los que se suscribieron ese tipo de tratados en los años recientes.

6. CARACTERÍSTICAS TLC CON ÉNFASIS EN EL SECTOR DE AUTOPARTES

De acuerdo con el Abecé del TLC entre Colombia y Chile (Proexport, 2012b), el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Chile que entró en vigencia en mayo de 2009 con efectos que dinamizaron de inmediato los negocios bilaterales al crear condiciones favorables para la inversión y adoptar mecanismos para facilitar el comercio de bienes y servicios, así como el tráfico migratorio. Este tratado también significó la llegada de empresas chilenas con capitales importantes al país y con impactos positivos en diversos sectores como la profesionalización del retail, la bancarización a través de tarjetas de crédito, el mejoramiento de tecnologías en el sector médico, el empleo de mano de obra calificada en el sector de tecnologías de la información y nuevos desarrollos forestales, entre muchos otros.

Proexport (Proexport, 2012b) advierte que Chile ofrece un atractivo mercado para la exploración de oportunidades de negocios para los colombianos, al ocupar el primer lugar con el PIB más alto de América Latina, con US\$15.001 estimado per cápita y una inflación similar a la de Colombia en los últimos años, además de que el desempleo en 2012 fue de solo 6.6%. Adicionalmente en la actualidad tiene Tratados de Libre Comercio con Bolivia, Brunei, Canadá, Centroamérica, China, Corea del Sur, Cuba, Ecuador, Estados Unidos de América, India, Islandia, Liechtenstein, MERCOSUR, México, Noruega, Nueva Zelanda, Panamá, Perú, Singapur, Suiza, Unión Europea y Venezuela.

En cuanto a la inversión extranjera directa, Colombia es el principal destino de proyectos chilenos en Latinoamérica, con una participación del 26%, seguido por Perú, Argentina y México. En el tercer trimestre de 2011 las inversiones chilenas alcanzaron los US\$295.7 millones, lo que representó un crecimiento del 647.6% respecto al año 2010; esa inversión se centró especialmente en el sector comercial. De acuerdo con Proexport:

El Acuerdo protege todas las inversiones que los colombianos hagan en el territorio chileno, independientemente del régimen por el cual se establecieron. Se garantiza, entre otras cosas, Trato Nacional

(que el inversionista extranjero sea tratado como un nacional del país receptor de la inversión) y Trato de Nación más Favorecida (que si se le llegara a otorgar un mejor tratamiento al inversionista de un tercer país, inmediatamente el inversionista chileno o colombiano recibiría este mejor trato). Se garantiza la protección del inversionista frente a expropiaciones por parte del Estado (Proexport, 2012b, p. 7).

Adicionalmente existe un mecanismo para solucionar las disputas que puedan llegar a surgir entre el inversionista y el Estado receptor de la inversión. Así mismo, en cuanto a la entrada temporal de personas de negocios, ambos países adquirieron el compromiso de conformar un Comité de Entrada Temporal de Personas de Negocios, que se encargará de facilitar la entrada temporal de personas al otro país sobre la base del principio de reciprocidad, bajo criterios y procedimientos transparentes.

Para acceder al mercado chileno, se recomienda visitar el mercado para conocer su estructura, los canales de comercialización y la cultura de negociación. Proexport (2012b) además sugiere desarrollar estudios de importaciones para conocer el tamaño del mercado para cada producto, los países proveedores, los competidores, entre otros aspectos. También señala la importancia de analizar los precios de la competencia e investigar los márgenes que obtienen los importadores o distribuidores, dado que el comprador chileno es profesional, exigente y tiene una gran visión global.

Específicamente en cuanto a las autopartes para vehículos de transporte liviano y pesado, ese país no tiene ya ensambladoras propias, aunque existieron en el pasado. Todos los automotores son importados de Asia, Brasil y Argentina, lo que genera una oportunidad para la reposición de partes y piezas, especialmente para los sectores de minería, transporte público y forestal. El parque automotor chileno es de tres millones de vehículos, que incluyen la mayoría de las marcas, de acuerdo a la publicación en la página de Emol.economía en el año 2011 las marcas más representativa en cuanto a ventas totales son Chevrolet con el 20%, seguido de Hyundai con 11,7% y KIA con 10,3 como consecuencia de la gran cantidad de acuerdos comerciales vigentes; desde ese país se lanzan los modelos nuevos para Latinoamérica, dada la alta exigencia del mercado local (Proexport, 2012b).

En relación con los canales de distribución de autopartes en Chile, la cadena se inicia con el eslabón del exportador, encargado de distribuir las autopartes a los concesionarios, así como a los importadores de repuestos originales e importadores mayoristas, quienes a su vez los a los vendedores al detal. Las principales importadoras de autopartes de Chile son: Grupo Derco, Gildemeister, Kaufmann, Lucas Blanford, Importadora Caren, Coseche, Indumotora, Manheim, y Epysa. (Proexport, 2012b, p. 14)

Como puede verse, el TLC suscrito con Chile genera oportunidades que deben explorarse por parte de los industriales del sector de autopartes de Colombia, dado que el volumen de vehículos, ya que cuenta con 17'460.000 habitantes y un índice de cerca de 150 vehículos por cada mil habitantes, mientras que en Colombia sólo 79 habitantes de cada mil posee un vehículo. (Instituto Americano de Seguridad, 2009).

7. IMPACTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y CHILE RESPECTO DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DE AUTOPARTES

Dentro del alcance del trabajo se planteó la evaluación del impacto del tratado de libre comercio suscrito entre los gobiernos de Colombia y de Chile, en relación con los factores de competitividad del sector de autopartes en Santander, para lo cual se diseñó y aplicó el instrumento de entrevista que se muestra en la Tabla 3. Una vez diseñado ese instrumento, se procedió a contactar empresas del sector automotriz en el Departamento y específicamente en la zona metropolitana de Bucaramanga, a las cuales se les expuso el propósito de la presente investigación y con las cuales se acordaron citas para la realización de las entrevistas.

Se obtuvo respuesta afirmativa de las empresas Industrias Lavco Ltda. y Vesga Asociados Ltda. (VAL Limitada). La primera de ellas es una empresa que lleva 22 años en el mercado y la entrevista se llevó a cabo con su Gerente General; de acuerdo con la entrevista, la empresa produce camisas centrifugadas para motores, que son las partes del motor que se instalan en los bloques para que se produzca el recorrido de los pistones y la explosión de la mezcla de combustible y aire, generando la potencia que hace mover al vehículo. La empresa cuenta con 87 empleados y tiene ventas anuales por \$4.500'000.000 al año y el mercado que atiende esta empresa es el de vendedores de repuestos en Colombia y en otros países y no suministra partes a ensambladoras en Colombia, además de que no cuenta tampoco con clientes en Chile.

De acuerdo con la entrevista, para la empresa el tratado de libre comercio entre Colombia y Chile no se constituye en una amenaza ni en una oportunidad para la empresa, pues lo considera completamente indiferente, dado que en ese país no existen fabricantes de este mismo tipo de repuesto, por lo que Lavco Ltda. tiene información según la cual, en ese país las ensambladoras y los distribuidores de repuestos vienen importando las camisas para motores especialmente desde Asia. Por otro lado, la empresa considera que se trata de un mercado con aspectos logísticos complicados y con importantes diferencias en aspectos culturales de negociación.

En cuanto a las perspectivas en los mercados internacionales, la empresa manifestó que Chile definitivamente no hace parte de su plan de negocios, el cual está enfocado en otros destinos internacionales que incluyen la profundización del mercado de Estados Unidos de América y la incorporación de mercados como Canadá y Perú, entre otros. La empresa manifestó no haber recibido apoyo estatal frente a la perspectiva de penetrar el mercado chileno; no es un TLC que tengan previsto aprovechar y que además no consideran en principio una amenaza para la empresa.

Por su parte, la empresa Vesga Asociados Limitada fabrica también cilindros centrifugados y piezas especiales a pedido, con destino a la industria automotriz; la empresa tiene 15 empleados y vende \$950'000.000 anualmente. En Colombia sus clientes son empresas comercializadoras de repuestos y no atiende directamente a ensambladoras, ni tiene clientes en Chile. En cuanto a las expectativas que les genera el tratado de libre comercio suscritos por ese país con Colombia, la empresa lo ve como una oportunidad para crear alianzas estratégicas en ese país; sin embargo por el momento no han tenido contacto concreto con ninguna firma de ese país y esperan hacerlo en un corto plazo. La empresa no ha visto ese tratado como una amenaza y manifiesta no haber recibido apoyo estatal para su aprovechamiento.

En relación con la situación de competitividad, Vesga Asociados considera que afrontar ese mercado implicaría aumentar su nivel tecnológico, reducir sus costos y ampliar su capacidad de producción, dado que en la actualidad tiene plenamente ocupados los recursos de que dispone. La empresa emplea personal técnico calificado para las áreas de producción, dado que se trata de un producto que requiere cierto conocimiento en el área de fundiciones especiales; consideran que, a pesar que contar con personal capacitado del SENA, éste no es suficiente, dado que se trata de un trabajo muy exigente. La fundición de hierro gris centrifugado y el proceso de acabado requieren técnicos muy expertos en rectificación de piezas.

Si se consideran las respuestas de estas dos importantes empresas, que conjuntamente emplean a más de 100 personas en Bucaramanga, puede concluirse que no existe mayor interés por el tratado de libre comercio suscrito entre Colombia y Chile, y que el mismo es visto casi como algo indiferente, que además no ha sido explorado

concretamente por estas firmas. En esas condiciones podría afirmarse que, al menos para estas empresas, este TLC no tendrá mayor impacto, dado que no generará variaciones en la importación o exportación de partes para el sector automotriz en Santander.

De acuerdo a Zuluaga (2013), *“la industria automotriz se encuentra desprotegida por la falta de políticas institucionales que garanticen su competitividad y la rentabilidad de los negocios, sobre todo en el rango de las autopartes”*; *“igualmente cita que el estado debe dar herramientas para competir porque los tratados de libre comercio con Turquía y Korea le restan competitividad a nuestros productos, por lo cual se le pide haya una disminución del 50% en los impuestos de industria y comercio, en renta y en el servicio de energía”*

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo del presente trabajo se pudo observar en primer lugar que las exportaciones colombianas a Chile tuvieron un importante crecimiento en los últimos años, a pesar de que la industria colombiana está caracterizada por la predominio de pequeñas y medianas empresas. El crecimiento del comercio exterior colombiano se vio acelerado especialmente como consecuencia del proceso de apertura de la economía que tuvo lugar durante el gobierno de César Gaviria Trujillo, entre 1990 y 1994. Igualmente durante lo corrido del siglo XXI los gobiernos de turno han celebrado numerosos tratados de comercio internacional, en procura de generar oportunidades tanto para los consumidores como para los industriales nacionales, para adquirir y comercializar productos a nivel global.

El hecho de que en la industria nacional prevalezcan las empresas pequeñas contribuye a que el nivel de incorporación de valor agregado sea bajo, lo que también sucede en la industria automotriz, que representa aproximadamente el 6.2% del PIB y emplea al 2.5% de la población ocupada del país. Entre 2006 y 2010 este sector de la industria presentó un crecimiento del 42%; el hecho de que en el país existan ensambladoras tanto de vehículos livianos como de vehículos comerciales permite contar con una mano de obra calificada, lo que constituye una ventaja con respecto a Chile, país en el que no existen empresas ensambladoras de automóviles, por lo que todos los vehículos que se comercializan son importados.

A su vez, la industria de autopartes colombiana presentó un crecimiento del 87% entre 2005 y 2008, seguido de un descenso hasta 2010; empresas colombianas han logrado convertirse proveedoras de marcas como YAZAKI, Michelin, Saint Gobain, Good Year, Dupont, DANA Corporation, Vitro y AGP American Glass Products, entre otras. Desde el Estado estos esfuerzos del sector privado han sido apoyados por el denominado Sistema Nacional de Competitividad, bajo la dirección del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Por otro lado, la estrategia de fortalecimiento de la infraestructura vial ofrece oportunidades para mejorar las condiciones de competitividad de la industria exportadora santandereana, dada su ubicación geográfica en relación con los puertos de embarque.

La inversión extranjera directa ha disminuido entre el 2007 2011 en el departamento tuvo una disminución del 64% frente una disminución en la región Andina fue del 16%, adicional a esto el sector de autopartes no ha tenido inversión. A su vez, el análisis de competitividad del Departamento muestra que comparativamente con las demás regiones del país se ubica en el grupo considerado como alto en cuanto a condiciones económicas y de infraestructura; y en cuanto a la gestión de las finanzas públicas y de capital humano, el departamento se ubica dentro del grupo de líderes. La ubicación más deficiente del departamento se presenta en lo relacionado con ciencia y tecnología, en el que se encuentra dentro del grupo medio-bajo a nivel nacional.

Particularmente en el capítulo 87 (vehículos automotores, tractores y demás vehículos terrestres) en el total de exportaciones del departamento entre 2000 y 2010 la participación osciló entre el 2.9% y el 5.0%; es decir que, a pesar de que existen condiciones propicias para el desarrollo de la industria de autopartes, hasta el momento las exportaciones de este sector en el Departamento de Santander no han alcanzado aún el nivel que podría esperarse. En cuanto a inversión extranjera directa, ésta no se dio en el sector automotriz en el período 2000 a 2012 ni en el departamento ni en el país, contrario a lo que sucedió en otros sectores de la economía.

En el análisis de la situación de Chile como destino exportador, se destaca el hecho de que ese país tiene el PIB per cápita más alto de América Latina y una inflación similar a la de Colombia, además de que cuenta con múltiples tratados de libre comercio con otros países, lo que permitiría eventualmente acceder a otros mercados. Además de las condiciones económicas favorables, el tratado de libre comercio suscrito entre Colombia y ese país, ofrece acuerdos sobre el manejo de disputas; igualmente en ese país existen canales de distribución organizados para la comercialización de autopartes.

Dentro del alcance del presente trabajo se consultó la opinión de empresarios del sector de autopartes respecto de las posibilidades que ellos perciben que puede ofrecer el TLC vigente entre los dos países; las respuestas dadas por los empresarios muestran un bajo nivel de interés por incursionar en ese país como destino de sus exportaciones, y en cambio seguir fortaleciendo sus actuales vínculos comerciales con empresarios de otros países, particularmente con Estados Unidos de América. En general las repuestas dadas a las

diferentes preguntas planteadas a estos empresarios muestran que este tratado les resulta prácticamente indiferente, por lo que no han ahondado en un mayor conocimiento de las condiciones que ofrece ese país.

Los empresarios santandereanos sienten indiferencia del estado ya que no ven el apoyo al sector y no han encontrado aún el valor agregado de pertenecer a la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes ACOFA y de los 36 afiliados a la Cámara de Comercio de Bucaramanga solo están inscritos siete empresas de Santander en ASOPARTES

8.2 RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que existen condiciones tanto internas de Colombia, como propias de Chile, así como un tratado de libre comercio que establece condiciones propicias para el impulso de la industria de autopartes del Departamento de Santander, se recomienda que se diseñen estrategias conjuntas entre los empresarios privados y las autoridades del departamento para profundizar en la exploración de posibilidades específicas que se puedan materializar en oportunidades de exportación a ese país; particularmente se recomienda identificar los eventos feriales especializados que existan en ese país para hacer presencia con productos fabricados en Santander que en la actualidad se producen tanto para consumo interno como para otros países.

Los empresarios del departamento deberían agruparse e identificar nichos de mercado, fortalecer el sector en el departamento a través de la automatización de los procesos y producción de escala, buscar capacitación para el personal que mejore el perfil su perfil, realizar inversión en investigación y desarrollo e innovación para trabajar con modelos propios a fin de elaborar piezas de valor agregado y ganar mercado en las ensambladoras del mercado local e internacional.

Adicionalmente se deben aprovechar los espacios o vacíos que está dejando Venezuela, dadas las circunstancias y el momento por el que pasa la economía de ese país empresas como Toyota han cerrado varias ensambladoras que tenían instaladas allí, FORD

disminuyó la producción por falta de inventario y Chrysler entrará en cesantía por un periodo no determinado; es el momento de fortalecer el sector y dada la cercanía a Venezuela, Santander podría ser sede de algunas de estas ensambladoras.

Los productores deben trabajar conjuntamente como sector y crear alianzas estratégicas a fin de construir piezas con desarrollo tecnológico y de calidad para vender a las ensambladoras piezas originales de calidad.

Desde el punto de vista académico, se recomienda que se realicen investigaciones de mercado específicas sobre algunos de los productos del sector de autopartes producidos en Santander, con lo cual se pueda evaluar no solamente el mercado chileno sino otros posibles destinos en el mundo, teniendo en cuenta los múltiples tratados de libre comercio suscritos en los últimos años por Colombia.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, L., Rozas, P. & Silva, A., 2008. *Desarrollo vial e impacto fiscal del sistema de concesiones en Colombia*. Santiago de Chile: CEPAL.

ANDI., 2011. *Documento caracterización industria de autopartes en Colombia actualización a 201*. ANDI. Bogotá.

Anon., 2011. *scribd*. [En línea]
Available at: <http://es.scribd.com/doc/50379677/4/CRITICAS-A-LAS-TEORIAS-DE-PORTER>
[Último acceso: 09 de Octubre de 2013].

Cámara de Comercio de Bogotá, 2010. *El perfil económico y jurídico de las SAS en su primer año*. ed. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.

Cardozo, E., 2011. *El giro de las relaciones entre Venezuela y Colombia: ámbitos y alcance, riesgos y posibilidades*. Bogotá: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.

Conpes 3582, 2009. *Política nacional de ciencia, tecnología e innovación*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.

Compite360: [En línea]
<http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/exporta2013/expodic2013.pdf> Santander Exporta, [Último acceso: 06 de Abril de 2014].

DANE, D. A. N. d. E., 2009. *Balanza Comercial*. Bogotá: DANE.

DANE, D. A. N. d. E., 2012. *Destino de las exportaciones 1995-2012*. Primera ed. Bogotá: DANE.

DANE, D. A. N. d. E., 2012. *Exportaciones colombianas*. Primera ed. Bogotá: DANE.

Departamento de Santander, Universidad Industrial de Santander, 2011. *Santander 2030*. Bucaramanga: Departamento de Santander.

- Departamento Nacional de Planeación, 2007. *Cadena automotor y autopartes. Documento sectorial*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- DNP, Departamento Nacional de Planeación, 2008. *Diseño conceptual de un Esquema de Sistemas de Plataformas Logísticas en Colombia y Análisis Financiero y Legal (Primera Fase)*. Bogotá: DNP.
- Emol, Economía. Autos de origen Coreano, Japones y Chinos lideran ventas en Chile durante el 2011: [En línea] <http://www.emol.com/noticias/economia/2011/08/02/495919/autos-d-origen-coreano-japones-y-chinos-lideran-ventas-en-chile-durante-el-2011.html> [Último acceso: 15 de Diciembre de 2013]. [Último acceso: 06 de Abril de 2014].
- Fernández, A. & Saffón, J., 2004. Posibles impactos del TLC en las universidades colombianas. *Universitas Médica*, 45(4), pp. 153-155.
- Fiducoldex, 2010. Sector automotor colombiano. *Invierta en Colombia*, 1(1), p. 19.
- Hausmann, R. & Rodrik, D., 2003. *Economic development as self-discovery*. Boston: Harvard University.
- Instituto Americano de Seguridad, 2009. *Sexto reporte Mercosur y segundo Latinoamericano de seguridad vial*. [En línea] Available at: http://www.ias.org.ar/down/asociados/reporter_ias/tecnica/tecnicas/reporterisev-seguridadvial.htm [Último acceso: 15 de Diciembre de 2013].
- Lombana, J. S. R., 2009. Marco Analítico de la Competitividad. *Pensamiento y Gestión*, Julio, Issue 26, pp. 1 - 38.
- McKinsey y Company, 2009. *Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia.
- Ministerio de Comercio, industria y turismo, 2009. *Colombia: la transformación de un país. Sector Automotriz*. Bogotá: PROEXPORT.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011. *TLC Colombia y Chile*. Bogotá: Mincomercio.

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2009. *Política Nacional para la Productividad y la Competitividad*. Bogotá: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Nelson, R., 1981. Research on productivity growth and productivity differences: dead ends and new departures. *Journal of Economic Literature*, pp. 127 - 135.
- Patiño, O. A., 2010. *El modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresariado una aplicación para las microempresas informales de Bogotá..* Madrid: Universidad Nebrija.
- Porter, M., 1980. *Competitive Strategy*. Nueva Cork, Free Press.
- Proexport, 2010. *Importancia del sector automotor en Colombia y atractivos de inversión*. Bogotá: Proexport.
- Proexport, 2011. *Sector Automotor Colombiano*. Bogotá: Proexport.
- Proexport, 2012b. *Abecé de TLC Colombia Chile*. Bogotá: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Proexport, 2012. *Colombia: La transformación de un país –Sector Automotriz*. Bogotá: Proexport.
- Proexport, 2012c. *Colombia: Industria automotriz en Colombia*, Bogotá: Proexport.
- Proexport, 2013. *Directorio Zonas Francas*. Bogotá: Proexport.
- Portafolio 2013. Autopartistas afirman que crisis apenas está comenzando. [En línea] m.portafolio.com/negocios/crisis-los.autopartistas. [Último acceso: 06 de Abril de 2014].
- Ramírez, J. & Parra, R., 2009. *Escalafón de la competitividad de los departamentos en Colombia*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Ramírez, S., 2011. *Desarrollo Económico y Sustitución De Importaciones*. Cali: Universidad del Valle.
- Sarmiento, E., 2005. El ALCA en contravía del desarrollo.. *Las negociaciones comerciales de Colombia*, pp. 21-28.

SENA, 2013. *Informe de gestión noviembre 2011 - octubre 2012*. Bogotá: SENA.

Universidad de la Rioja, 2008. *DIALNET, UNIRIOJA*. [En línea] Available at: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2506526> [Último acceso: 12 de Octubre de 2013].

Vanguardia.com: [En línea] <http://www.vanguardia.com/economia/nacional/248265-exportaciones-caen-y-no-ganan-en-valor-agregado>. [Último acceso: 06 de Abril de 2014].

Velosa, J. D., 2011. *Aproximación de modelo metodológico sobre capacidad tecnológica para las pymes del sector metalmecánico colombiano*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.