

**LA CADENA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUINERIA EN
EL MARCO INTENACIONAL**

LAURA PATRICIA DIAZ DAURAN

CEL: 316-8765037

Mail: lauritapdiaz_63@hotmail.com

YUDY NORELLY RODRIGUEZ TARAZONA

CEL: 316-3739056

Mail: yudynorelly@hotmail.com

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
BUCARAMANGA**

2008

**LA CADENA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUINERIA EN
EL MARCO INTERNACIONAL**

**LAURA PATRICIA DIAZ DAURAN
YUDY NORELLY RODRIGUEZ TARAZONA**

Monografía de grado para optar al título de: ECONOMISTA

Director

**AMADO ANTONIO GUERRERO
Economista, Magíster en Historia**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
BUCARAMANGA**

2008

A Dios por concederme la sabiduría y guiar constantemente mi camino; a mi Familia por acompañarme en cada etapa de mi vida y brindarme su apoyo, motivación y comprensión; a Rodrigo por su alegría y compañía durante mi formación personal y profesional; y a mis amigos que siempre confiaron en mí.

Yudy Norelly Rodríguez Tarazona

Le doy gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar este logro; a mis padres por ser mi guía, por su tolerancia y apoyo en todos los momentos de mi vida; a mi hija María Paula por su gran motivación; a Juan Carlos por brindarme su apoyo y comprensión en todo momento; a mis amigas Emi y Yudy por el gran apoyo que me brindaron así como a mi familia y amigos.

Laura Patricia Díaz Duran

AGRADECIMIENTOS

Las Autoras expresan sus agradecimientos al Prof. Amado Antonio Guerrero, los Empresarios del Sector y demás, por el tiempo dedicado y sus valiosas opiniones que hicieron posible la realización de este proyecto. De igual manera manifiestan su gratitud al Prof. Gonzalo Patiño, quien siempre mostró especial atención y amabilidad para guiar y calificar este trabajo, así como a la Prof. Claudia Cote por sus enseñanzas y permanente colaboración

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO TEORICO	4
1.1. TEORIAS SOBRE EL EMPRESARIO	4
1.1.1. Clásicos	5
1.1.2. Tradición Francesa	7
1.1.3. Marginalistas	8
1.2. INNOVACION TECNOLOGICA – SHUMPETER	10
1.3. INSTITUCIONALISMO – DOUGLAS NORTH	12
1.4. COMPETITIVIDAD SISTEMICA	14
1.4.1. Michael Porter	14
1.4.2. CEPAL	20
2. POLITICA DE COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL Y SU APLICACIÓN EN LOS TRATADOS COMERCIALES CON ESTADOS UNIDOS	37
2.1. PANORAMA GENERAL DEL DESARROLLO INDUSTRIAL	37
2.2. LA INNOVACIÓN Y EL APRENDIZAJE COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO INDUSTRIAL	38
2.3. INDICES DE COMPETITIVIDAD Y POSICION DE COLOMBIA	
2.4. POLITICA INDUSTRIAL Y DE COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA	42
2.4.1. Administración de Cesar Gaviria (1989-1993)	42
2.4.2. Administración de Ernesto Samper (1994-1998)	44
2.4.3. Administración de Andrés Pastrana (1999-2002)	45
2.4.4. Administración de Álvaro Uribe (2003-2007)	46
2.5. EXPERIENCIA DE ALGUNOS PAISES LATINOAMERICANOS: MEXICO, CHILE, CENTRO AMERICA, BRASIL	49

2.5.1. México	49
2.5.1.1. Modelo ALPES: Apertura, Liberación, Privatización y Estabilización.	50
2.5.1.2. Estrategia de Apertura Implementada por México: Política Industrial Pasiva	52
2.5.1.3. Modelo Exportador: Manufactura de Ensamblés	55
2.5.1.4. Auge, Estancamiento y efectos del Modelo Exportador	58
2.5.1.5. La industria de Calzado en México.	61
2.5.1.5.1. Indicadores	64
2.5.1.5.2. Factores de competitividad de la cadena productiva	70
2.5.1.5.3. Competitividad en el mercado de calzado en EUA	73
2.5.2. Chile	76
2.5.2.1. Características del TLC	78
2.5.2.2. Beneficios del TLC	79
2.5.2.3. Impactos del TLC	80
2.5.2.3.1. En los Flujos de Comercio: Exportaciones e Importaciones	84
2.5.2.3.2. En los Flujos de Inversión	84
2.5.2.4. Efectos Sectoriales del TLC	86
2.5.2.4.1. Sector Textil	87
2.5.2.4.2. Sector Calzado	88
2.5.2.4.3. Sector Pesquero	91
2.5.3. Centro América	91
2.5.3.1. El Sector Industrial antes de la negociación	92
2.5.3.2. El Sector Industrial y su imprudencia en las negociaciones	95
2.5.3.3. Ventajas y Desventajas del TLC para el Sector Industrial	
Centro Americano	100
2.5.4. Brasil	102
2.5.4.1. La Política Industrial, Tecnológica y de Comercio Exterior de Brasil	103
2.5.4.2. Industria de Calzado	105
2.5.4.2.1. Panorama general del sector	107
2.5.4.2.2. Indicadores.	109

3. EL TLC DE COLOMBIA CON ESTADOS UNIDOS Y SUS IMPLICACIONES EN LA CADENNA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUINERIA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER	112
3.1. ANTECEDENTES	112
3.2. TLC DE COLOMBIA CON ESTADOS UNIDOS	114
3.2.1. El Mercado de Estados Unidos	115
3.2.1.1. Importaciones por sectores en Estados Unidos	118
3.2.1.2. Países proveedores de los Estados Unidos	119
3.2.1.3. Medios de transporte y Estados por donde ingresan las importaciones a Estados Unidos.	120
3.2.1.4. Comercio Bilateral entre Colombia y Estados Unidos	121
3.2.1.5. Estructura Arancelaria	123
3.2.2. Implicaciones del TLC Colombia- Estados Unidos	124
3.2.2.1. El Comercio Bilateral entre Colombia y Estados Unidos obedece a un patrón típico Norte-Sur	124
3.2.2.2. Colombia es un proveedor marginal del comercio de Estados Unidos (Exportación)	127
3.2.2.3. Las Ventajas Colombianas a Estados Unidos están sujetas a toda clase de barreras no arancelarias (BNA)	129
3.3. DIAGNOSTICO DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUIENRIA.	130
3.3.1. Caracterización del Sector.	130
3.3.2. Escenario Internacional del Sector.	133
3.3.3. Escenario Nacional del Sector.	136
3.4. EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.	139
3.4.1. Sectores Comerciales.	139
3.4.1.1. Sector Avícola y Pesquero	139
3.4.1.2. Sector Industrial	139
3.4.1.3. Sector Minero y Energético	140
3.4.2. Estructura Exportadora	140

3.4.2.1. Por Sectores	140
3.4.2.2. Por Productos	141
3.4.2. 3. Por Países de Destino	142
3.4.3. Empresas Exportadoras	143
3.4.4. Mercados de Estados Unidos	143
3.4.4.1. Exportaciones del Sector del Calzado a Estados Unidos	143
3.4.4.2. Exportaciones del Sector del Cuero y sus Manufacturas a USA.	145
3.4.5. ESCENARIO REGIONAL DEL SECTOR.	147
3.4.5.1. Visión general del Sector.	148
3.4.5.2. Infraestructura Existente	150
3.4.5.3. Caracterización Empresarial del Sector. Las Empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2007.	153
3.4.5.4. Mano de Obra	157
3.4.5.5. Nivel de Empleo.	158
3.4.5.6. Desarrollo Tecnológico	159
3.4.5.7. Diseño.	160
3.4.5.8. Insumos y materias primas	161
3.4.5.9. Acceso a crédito y garantías.	162
3.4.5.10. Desintegración de la cadena productiva y asociatividad.	162
3.4.5.11. Ventas	164
3.4.5.12. Exportaciones-Importaciones.	165
3.4.5.13. Entidades de apoyo.	168
4. CONSIDERACIONES FINALES.	172
4.1. QUE SE DEBE HACER, ANTES DE FIRMAR UN ACUERDO COMERCIAL.	172
4.1.1. Nivel Macro	174
4.1.2. Nivel Micro	177
4.1.3. Nivel Meso	179
4.2. ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR	179

4.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	182
BIBLIOGRAFIA	185
ANEXOS	188

LISTA DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1: Resultados para América Latina. Reporte Global de Competitividad 2003.	40
CUADRO 2: Resumen del diagnostico de la competitividad de la industria Colombiana.	43
CUADRO 3: La apertura y la paradoja de la competitividad y la globalización en México.2004.	54
CUADRO 4: Exportaciones de calzado por países. 1999-2002.	69
CUADRO 5: Importaciones de calzado por países. 1999-2002.	69
CUADRO 6: Participación de los países líderes en las exportaciones de calzado a Estados Unidos.	73
CUADRO 7: Evolución de las exportaciones de tendencia. 2001-2010	81
CUADRO 8: Comportamiento del comercio exterior de EE.UU. 1999-2005	116
CUADRO 9: Sectores Superavitarios en EE.UU.	117
CUADRO 10: Sectores Deficitarios en EE.UU.	117
CUADRO 11: Importaciones para consumo de EE.UU. 1999-2005.	118
CUADRO 12: Importaciones para consumo de EE.UU. 1999-2005.	119
CUADRO 13: Países Proveedores de EE.UU. con mayor crecimiento.	120
CUADRO 14: Principales estados de ingreso de las importaciones de EE.UU. 2005.	121
CUADRO 15: Comercio con USA 1977-2003; Colombia.	126
CUADRO 16: Balanza Comercial Relativa de Colombia con USA. 1991-2002	127
CUADRO 17: Comparación de exportaciones a USA por sectores.1990-2002	128
CUADRO 18: Composición de exportaciones a la CAN por sectores. 1990-2002	128
CUADRO 19: Composición de exportaciones totales por sectores. 1990-2002	128

CUADRO 20: Participación en las Importaciones totales de USA.	129
CUADRO 21: Incidencia de las restricciones no arancelarias en USA.	130
CUADRO 22: Cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería, Santander.	132
CUADRO 23: Establecimiento y empleo, Santander.	133
CUADRO 24: Exportaciones mundiales de calzado, 2001-2003.	135
CUADRO 25: Importaciones mundiales de calzado, 2001-2003.	135
CUADRO 26: Destino de las exportaciones de calzado n Colombia, 1999-2004.	137
CUADRO 27: Origen de las Importaciones de calzado en Colombia, 1999-2004.	138
CUADRO 28: Estructura del PIB agropecuario silvicultura y pesca, Santander, 2003.	139
CUADRO 29: Estructura del PIB minero, Santander. 2003.	140
CUADRO 30: Estructura de las exportaciones, Santander.2005	141
CUADRO 31: Principales grupos de productos exportados, Santander.2005	141
CUADRO 32: Principales destinos de exportación, Santander.2005.	142
CUADRO 33: Perfil de las empresas exportadoras, Santander.2005.	143
CUADRO 34: Principales países proveedores de Estados Unidos, sector calzado, Santander.2005.	144
CUADRO 35: Sector cuero y sus manufacturas: principales distritos de entrada de las importaciones de EEUU.2005.	145
CUADRO 36: Principales países proveedores de EEUU, sector cuero y sus manufacturas. 2005.	146
CUADRO 37: Indicadores de desarrollo- Santander, 2005	148
CUADRO 38: Producto Interno Bruto Departamental y Participación en el PIB Nacional.1990-2003.	150
CUADRO 39: Participación del transporte, en el PIB, Santander.	150
CUADRO 40: Aeropuertos, Santander.	151
CUADRO 41: Empresas inscritas en la Cámara de Comercio de	

Bucaramanga, 2007.	155
CUADRO 42: Estado actual de las empresas, 2007.	157
CUADRO 43: Nivel de empleo, 2007.	158
CUADRO 44: Empresas Inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, distribución y comercialización, 2007.	163

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
GRAFICA 1: Factores determinantes de la Competitividad Sistémica	23
GRAFICA 2: La Estrategia de Transición: El Modelo – ALPES.	51
GRAFICA 3: Participación de los componentes de la demanda agregada, 1993-2003.	56
GRAFICA 4: Exportaciones Manufactureras: Auge y Estancamiento. 1993-2003.	59
GRAFICA 5: Producto Interno Bruto Real (1992-2002)	65
GRAFICA 6: Producción nacional de calzado. 1991-2000.	66
GRAFICA 7: Dinamismo del comercio exterior de cuero y calzado, 1992-2002.	68
GRAFICA 8: Evolución exportaciones de tendencia a Estados Unidos. 2001-2010.	82
GRAFICA 9: Participación de los principales destinos de exportación.	109
GRAFICA 10: Participación de las principales destinos de origen de las importaciones.	111
GRAFICA 11: Comportamiento del comercio exterior de EEUU 1999-2005.	116
GRAFICA 12: Balanza Comercial de Colombia con EEUU 1999-2005.	122
GRAFICA 13: Exportaciones de Colombia a EEUU por sectores.	123
GRAFICA 14: Comportamiento del comercio exterior de EE.UU. 1999-2005.	125
GRAFICA 15: Balanza Comercial de Colombia con EE.UU. 1999-2005.	149
GRAFICA 16: Numero de empresas matriculadas durante 1957-1989.	153
GRAFICA 17: Numero de empresas matriculadas durante 1990-2000.	154
GRAFICA 18: Numero de empresas matriculadas durante 2001-2007.	159
GRAFICA 19: Personas empleadas, 2007.	159
GRAFICA 20: Exportación de calzado en Santander 1998-2004.	166
GRAFICA 21: Exportación de calzado de Santander por país de	

destino, 1998-2004.	167
GRAFICA 22: Importaciones de calzado en Santander 1998-2004.	168
GRAFICA 23: Estrategia de apertura activa.	179

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1: Personas entrevistadas	188
ANEXO 2: Entrevista	189
ANEXO 3: Ley 905 de 2004.	191

RESUMEN

TITULO: La Cadena Productiva del Cuero, Calzado y Marroquinería en el Marco Internacional¹

AUTORAS: Laura Patricia Díaz Duran
Yudy Norelly Rodríguez Tarazona²

PALABRAS CLAVES: Competitividad, Tratados Comerciales, Sector Cuero, Calzado y Marroquinería.

El proyecto pretende mostrar la dinámica en materia de competitividad y política industrial del sector en el departamento de Santander entre 1957-2007 ante la posible firma de un tratado comercial con Estados Unidos. El análisis comparado del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander se establecerá con aquellos países que actualmente tienen suscritos acuerdos comerciales con Estados Unidos como México, Chile, Brasil y Países de Centroamérica.

Para alcanzar los objetivos establecidos en el trabajo se profundizó en la lectura de los principales autores de desarrollo internacional, y su relación con los planeamientos básicos de organización industrial y cambio institucional, con el fin de contar con herramientas adecuadas para la formulación del proyecto. Fue necesario examinar las políticas ejecutadas en los últimos periodos presidenciales de los países latinoamericanos incluidos Colombia.

Finalmente, el estudio realizado nos lleva a la conclusión que la creación de capacidad industrial sostenible, requiere de un proceso largo y continuo de innovación y aprendizaje. Aunque en Colombia los últimos gobiernos han generado y aplicado políticas de estímulo a la competitividad, ellas no han logrado producir los resultados esperados, principalmente porque no se han basado en el concepto de competitividad sistémica, que contempla una adecuada atención y coordinación de los aspectos micro, meso y macroeconómicos.

¹ Proyecto de Grado

² Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, Amado Antonio Guerrero.

SUMMARY

I TITLE: The Chain Leather, Footwear and Leather goods in the International Framework³

AUTHORS: Laura Patricia Díaz Duran

Yudy Norelly Rodríguez Tarazona⁴.

KER WORDS: Competitiveness, Trade Agreement, Sector Leather, Footwear and Leather goods shop.

The Project seeks to show the dynamics as regards competitiveness and industrial politics of the sector in the department of Santander among 1957-2007 before the possible signing of a trade agreement with United States. The comparative analysis of the sector Leather, Footwear and Leather goods in Santander will be established with countries that currently have signed trade agreements with the United States as Mexico, Chile, Brazil and Central American Countries

To reach objectives settled down in the work one carries out on exhaustive reading of the main authors of the International development, as well as the basic positions of industrial organization, technological change, and competitiveness systemic, with the purpose of having the appropriate tools for the formulation of the project. It was necessary to examine politicians executed by the last presidential periods of the Latin American countries including Colombia.

Finally, the study leads us to conclude that the creation of sustainable industrial capacity requires a long and continuous process of innovation and learning. Though in Colombia the last governments have generated and applied policies of stimulus to the competitiveness, they have not managed to produce the awaited results, principally because they have not been on the concepts of systemic competitiveness.

³ Project of Grade

⁴ Human ability of Science, school of economy **and management**, Amado Antonio Guerrero.

INTRODUCCION

La globalización es un proceso que ha tenido mayor auge a partir de la década de los noventa y se ha caracterizado por la desaparición de las fronteras nacionales e internacionales, la apertura de los mercados, la innovación tecnológica, el cambio en los procesos productivos, entre otras. Este nuevo proceso que corresponde a una etapa en la historia del capitalismo en la que se producen cambios sustanciales en la economía política global⁵ ha incitado uno de los debates mas interesantes políticos teóricos de la ultima década y causa de grandes manifestaciones en Europa y América del Norte.

A pesar del uso tan extendido del término de globalización, no existe una definición exacta y ampliamente aceptada, sin embargo el significado mas común –aspecto en el cual se concentra este trabajo- se relaciona con el hecho de que en los últimos años la actividad económica del mundo aumenta en forma vertiginosa en aquellos países donde existen políticas de competencia y participación en los mercados internacionales⁶.

En este marco ideas, surge la pregunta ¿Cual podría ser el futuro de la Industria del Cuero, Calzado y Marroquinería en este proceso de globalización de los mercados y de acelerada innovación tecnológica? Desde el punto de vista conceptual, la respuesta puede estar en los modelos de competitividad internacional, Organización Industrial y Desarrollo Económico propuestos por Michael Porter, Douglas North y Joseph Schumpeter; pues estos modelos

⁵ GUERRERO RINCON, Amado A. "Pensando en la Región". Colección encuentros .CER-UIS-SIC-Bucaramanga, 14 de julio de 2002.Pág. 19

⁶ El proceso mismo ha desencadenado diferentes formas de integración económica mediante tratados de liberación comercial, como los suscritos con la Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela), MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y las negociaciones sobre un tratado de libre comercio con Estados Unidos (Colombia, Ecuador, Perú), etc.

permiten medir el nivel de competitividad internacional y establecer el conjunto de mecanismos de acción que hay que tomar para crear y sostener -en términos territoriales y sectoriales- ventajas competitivas, a través de estrategias empresariales, sistemas de innovación, desarrollo tecnológico, y aprovechamiento de los recursos humanos, entre otras.

Un diagnóstico preliminar señala que “Santander cuenta con un número representativo de empresas que elaboran productos de excelente calidad, los cuales tienen aceptación en el mercado internacional, ya sea por contar con productos diferenciados, precios bajos, calidad, etc. Pero, es de reconocer que estas empresas cuentan con poca capacidad de producción lo que incentiva a la necesidad de trabajar en equipo, promoviendo la asociatividad (alianzas estratégicas) entre las mismas de manera que en grupo se diseñen proyectos que les permita elevar sus niveles de competitividad adoptando nuevas tecnologías, personal capacitado y calificado, y con una estrategia de comercialización que reúna los esfuerzos individuales y así incursionar exitosamente en los mercados internacionales, sin temer a los procesos de globalización que se viven en la actualidad.”⁷

Por lo anterior, *el primer capítulo* de este trabajo tendrá como objetivo estudiar desde la perspectiva del “Cambio Institucional” y de la “Organización Industrial”, la cadena productiva del Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander ante la posible adopción de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

El segundo capítulo “**Política de Competitividad industrial y su aplicación en los Tratados Comerciales con Estados Unidos**” se describe un panorama general del desarrollo industrial en Colombia durante los cuatro últimos gobiernos presidenciales; así como también se realiza un examen de las políticas de

⁷ Gobernación de Santander. Boletín 530 .Bucaramanga debe ser reconocida como la ciudad del diseño y la calidad en el calzado, 17 de febrero del 2006.

competitividad y apertura que han implementado los países latinoamericanos en los años noventa, con el fin de examinar las lecciones que de estas experiencias se pueden derivar para Colombia.

En el capítulo tercero “**El TLC de Colombia con Estados Unidos y sus implicaciones en la Cadena Productiva del Cuero, Calzado y Marroquinería en el Departamento de Santander**” se presenta inicialmente un bosquejo general del Tratado Comercial a negociar, abordando temas relacionados con las implicaciones, ventajas y desventajas que se derivan de éste para el sector en estudio. En la segunda parte del capítulo se desarrolló un diagnóstico de la cadena del cuero, calzado y marroquinería a nivel internacional, nacional y regional. El análisis regional se hizo tomando como referencia una base de datos de 1829 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga desde 1957 hasta el 2007.

El cuarto y último capítulo “**Consideraciones Finales**” presenta una serie de conclusiones y recomendaciones como resultado de los principales aspectos encontrados durante el desarrollo de esta investigación, y que en última instancia están orientados a determinar aquellas oportunidades y amenazas derivadas de un Tratado Comercial.

1. MARCO TEÓRICO.

El marco teórico de este trabajo estará fundamentado en los aportes hechos por:

- ☞ JOSEPH. A. SCHUMPETER. Teoría del Desarrollo económico.
- ☞ DOUGLA C. NORTH. INSTITUCIONES. Cambio Institucional y desempeño económico.
- ☞ PORTER MICHAEL. La Ventaja Competitiva de las Naciones.
- ☞ CEPAL: Competitividad Sistémica.

1.1. TEORIAS SOBRE EL EMPRESARIADO.

La reflexión sobre la “Organización Industrial” y las Instituciones Económicas, realizada por historiadores y economistas, puede ayudar a entender porque la importancia y aplicación de las teorías del empresario como parte de corriente principal del análisis económico. Estudiar lo que aportaron estos autores no es cuestión de descubrir precursores, sino de prever posibles soluciones a los problemas planteados en años pasados, donde quedó por explicar porque durante tanto tiempo la ciencia económica ha ignorado la organización interna de las empresas excluyendo este tema dentro de la agenda de investigación. Por ello, se partirá de analizar los trabajos de Adam Smith, David Ricardo, Jhon Stuart Mill, Cantillon, los Fisiócratas, Say, Saint Simón y Schumpeter, quienes fueron forjando el renacimiento de la teoría económica de la empresa, o mas específicamente de la Organización Industrial tanto desde una perspectiva neoclásica como desde la economía de los costos de transacción.

1.1.1 CLASICOS:

Inicialmente hay que señalar que los clásicos no consideran al empresario como un factor de producción diferenciado del capital, sino como un capitalista activo fundamentalmente como un ahorrador-inversor y de forma secundaria como organizador. Schumpeter criticó el modelo clásico por concebir el proceso productivo como un proceso automático, donde la toma de decisiones no estaban orientadas a lo que los marginalistas consideran como proceso productivo: tamaño de la empresa, elección de tecnología, proporción de los factores, entre otros. Dentro de esta línea encontramos aportes como los de Adam Smith, Jhon Stuart Mill y Malthus.

Adam Smith, por ejemplo, considera que el empresario o patrón no es diferente del capitalista acumulador de capital. Su misión era la de ahorrar⁸ y vigilar el correcto funcionamiento de su empresa a través de la división del trabajo, bajo el supuesto que tal división significa una organización de la economía, sobre todo en empresas cada vez mas grandes, dentro de las cuales los diferentes trabajos necesitan ser coordinados por la autoridad, de ahí que Smith desconfiara de los directores que manejaban caudales ajenos. De esta forma el empresario que se presente en su obra “La Riqueza de las Naciones”, es por un lado, un agente económico motivado por la búsqueda de su propio interés (acumulador de capital) y por otro, es un peligro para la comunidad en la medida en que no todos sus intereses coinciden con el bien publico.

Jhon Stuart Mill, por su parte, continuó con la visión de los clásicos del empresario capitalista, aunque dando algo más de importancia a la función organizadora. El empresario que concibe sigue siendo un capitalista activo y

⁸ Papel que se atribuye al capitalista, pues los trabajadores se mueven en el nivel de subsistencia y los terratenientes gastan su renta en consumo. SANTOS REDONDO, Manuel. Los economistas y la empresa. Empresa y empresarios en la historia económica del pensamiento. Alianza Editorial. Madrid, 1997, p, 35.

polifacético que no se diferencia del que encontramos en Adam Smith. Su mayor aporte está en la teoría de la abstinencia como explicación de las ganancias del capital. Esta abstinencia la retribuye al interés, que es medido por el costo de oportunidad, es decir, la remuneración que el capitalista obtiene si, en vez de invertir su capital en su propia empresa, lo prestara; la otra parte de la ganancia del empresario es la compensación por el riesgo⁹ y el salario de dirección.¹⁰ A diferencia de Smith, Stuart Mill era favorable a las sociedades anónimas, pues estas permitían acceder al capital y facilitaba el logro de economías de escala. De esta forma Stuart Mill propuso primero la asociación o la participación de los trabajadores en los beneficios y después la empresa cooperativa como forma de eliminar el antagonismo entre patronos y asalariados. Su mayor crítica a estas sociedades, como a la organización por el capitalista-empresario, es que suponen una relación salarial entre patronos y empleados que Mill considera incompatible con el progreso humano, por lo que confía en la extensión de la participación de los trabajadores en la dirección de la empresa y en las cooperativas.

Malthus representa un contrapunto dentro de la escuela clásica al considerar que la función de ahorrador-inversor puede no ser importante o incluso perjudicial para la economía, pues sostiene -en contra de la “Ley de Say”- que no es cierto que las mercancías se cambien siempre por mercancías y explica como la frugalidad de los capitalistas puede dar lugar a una crisis de sobreproducción o abaratamiento que sería igual y no parcial¹¹. Este abaratamiento general puede producirse por: 1) Diferente consideración que se hace de las mercancías en función de que satisfagan necesidades básicas o no básicas; 2) Principio de indolencia o el amor al descanso; 3) La acumulación no asegura la demanda. Por tanto puede ocurrir que sobre capital o falte consumo, por lo que esta teoría ya no sustenta la importancia económica del ahorrador-inversor, tal como aparece en Adam Smith.

⁹ Una de las líneas más criticadas por Schumpeter en cuanto a la función del empresario y el capitalista. *Ibíd.*, p, 54-55.

¹⁰ Proviene del hecho de que trabaja en su negocio. *Ibíd.*, p, 54-55.

¹¹ *Ibíd.*, p, 43.

1.1.2. TRADICION FRANCESA.

A diferencia de los ingleses, los economistas franceses han prestado mayor atención a la función económica de los empresarios. Mientras los economistas ingleses se refieren a “beneficios del capital”, la tradición francesa habla de la “actividad del empresario”. Destacan la importancia del empresario como organizador de la producción. Sus mayores expositores son: Richard Cantillón, la Escuela de los Fisiócratas, Say y Saint Simón.

Richard Cantillón fue el primer economista que formalizó el concepto de empresario como agente económico específico, con una función económica diferente tanto del capitalista como del gerente. “La función esencial y específica del empresario es la obtención del beneficio por asumir la incertidumbre”¹².

Los fisiócratas, liderados por Francois Quesnay, fueron defensores de la agricultura frente a los demás sectores de la actividad económica. Sus propuestas de reforma económica y su teorización de la actividad económica sitúan en un papel importante a los ricos empresarios movidos por el deseo de beneficio. Lo que Quesney muestra - diferente al empresario innovador de Schumpeter - no es la elección entre los diferentes métodos de producción alternativos, sino la elección entre dos sistemas, uno más productivo que otro y cuya elección depende exclusivamente de la posesión del capital necesario. Este es, el modelo clásico del capitalista expuesto por Smith o Mill, por lo que no hay cabida para la teoría del empresario al estilo de la de Schumpeter. Los fisiócratas definen al empresario capitalista como un “agente productivo de la economía ligado a la posesión de capital y en menor medida a la dirección y manejo del riesgo. Así, su desarrollo teórico no se fundamenta en el beneficio empresarial puro, sino en el “beneficio del capital” del que habla Adam Smith”¹³.

¹² Ídem, p, 24.

¹³ Ibíd., p, 32.

Say y Saint Simón hicieron aportes importantes, pues ha diferencia de los clásicos, resaltaron la organización de la producción como un hecho mas importante que el suministro de capital, dado que Saint Simón destaca la importancia del “dirigente industrial” como figura central en el proceso de producción. El empresario de Say es un “organizador de la producción” en condiciones estáticas, donde su beneficio es mas bien un salario especial por un trabajo especialmente calificado. Por tanto, no desarrolla una teoría del beneficio empresarial puro, pero introduce es esta corriente la importancia de la organización dentro de la unidad productiva. Aunque Saint Simón no tiene una teoría económica del empresario, sin embargo, es importante mencionarlo por su afirmación de que “los dirigentes de los negocios son los mas preparados para dirigir los asuntos públicos”¹⁴. Tal afirmación es cuestionada por Schumpeter al considerar que “se trata de tareas que requieren habilidades y motivaciones diferentes”, pues en un caso hace falta una visión general de la sociedad y en los negocios solo se precisa ver con claridad los beneficios.

1.1.3. MARGINALISTAS:

En el periodo clásico el modelo económico impone unas restricciones muy fuertes para el desarrollo de una teoría del empresario¹⁵, es por ello que la revolución marginalista cambia el panorama al incluirlo dentro de sus elaboraciones teóricas, principalmente por Walras, Menger y Marshall. Para **Menger** la aparición del empresario “obedece al proceso de especialización y división del trabajo, que se inicia con la mejora en los conocimientos y en los procesos de acumulación de capital”¹⁶. Esta actividad empresarial tiene un valor que Menger asocia con la obtención de información, organización, dirección y control de la producción y no

¹⁴ *Ibíd.*, p, 61.

¹⁵ El marco estudiado es de largo plazo y el crecimiento económico se busca mediante la acumulación de capital exclusivamente.

¹⁶ *Ibíd.*, p, 65.

con la aceptación del riesgo. Menger considera “la capacidad empresarial como una prestación laboral, que para actuar con eficiencia necesita disponer de capital; y que por su naturaleza no esta destinada al intercambio, y por tanto, no da lugar a un precio determinado en el mercado”¹⁷. Esta explicación es considerada un anticipo de la teoría del empresario de Schumpeter.

El análisis de **Walras** es la base de todas las teorías del empresario. Su elaboración teórica, parte de la competencia perfecta y del equilibrio, donde su objetivo principal es relacionar al empresario con alguno de los factores que hace que ambas cosas no se cumplan. Aunque Walras ignora el papel diferenciado del empresario en la economía, al considerar que éste no obtiene beneficio ni pérdida, resulta importante decir que es una postura razonable, pues su modelo opera bajo competencia perfecta, por lo que la consideración del empresario y su ganancia como fuera del modelo es válida.

Por su parte, el empresario al que se refiere **Marshall**, es un capitalista polifacético, que obtiene los rendimientos del capital invertidos y una ganancia extraordinaria por el valor de sus activos en la organización con respecto al valor del mercado. Este empresario polifacético realiza también funciones de especulación, pero esta no es su actividad principal, pues debe dedicar toda su atención solo hacia aquellos negocios en los que la administración tiene mayor importancia. Lo que Marshall destaca en la organización industrial no es el empresario excepcional¹⁸, sino la multitud de empresas-empleado¹⁹; así mismo, como autor que se centra en el equilibrio estático, considera más importante las ganancias normales²⁰ de la dirección de empresas que el estudio de las ganancias extraordinarias en algunos individuos aislados, pues considera que en la actualidad no existen los beneficios empresariales puros, imprevisibles, sino que

¹⁷ *Ibíd.*, p, 68

¹⁸ Pequeño propietario que trabaja en su negocio. SANTOS REDONDO, Manuel. *Op. cit.*

¹⁹ Patronos y demás empresarios que inauguran nuevos métodos modernos de negocio.

²⁰ Obtenidas por la prestación de servicios de dirección, supervisión e incertidumbre.

existe una retribución del factor organizacional, que tiene un precio de oferta definido.

A diferencia de Schumpeter, que considera que el empresario es un individuo difícil de agrupar en un grupo económico o social concreto, Marshall considera que existe un grupo profesional de hombres de negocios, o que es coherente con su análisis económico de los beneficios normales y su visión del empresario polifacético.

Así los marginalistas construyeron una ciencia económica que se centra fundamentalmente en el equilibrio estático, dejando por fuera el estudio y análisis de aquellos factores que se manifiestan en situaciones de desequilibrio, como la elección de tecnología, información imperfecta o la motivación del factor trabajo, por citar algunos aspectos en que se centra hoy la teoría del empresario y de las organizaciones de Schumpeter.

1.2. INNOVACION TECNOLOGICA: SCHUMPETER

Durante mucho tiempo se catalogó como empresario al propietario del capital aportado que como retribución a su inversión recibía un beneficio. Así, para los economistas clásicos (Adam Smith, David Ricardo y Stuart Mill), el empresario era el capitalista o propietario del negocio, quien era encargado de dirigirlo y controlarlo personalmente asumiendo el riesgo de su inversión. Solo hasta el siglo XIX se logro diferenciar la figura del empresario del de la del capitalista. Marshall fue uno de los primeros en hacerlo al asignar al empresario el papel de coordinador del proceso productivo, elevando la función empresarial a la categoría de cuarto factor de producción junto con la tierra, el trabajo y el capital. Sin embargo solo entrando en el siglo XX, y a raíz de los grandes cambios que se estaban presentando en el entorno, fue posible afirmar que el empresario cumple una función diferente de la del capitalista o propietario de la empresa, que para

Schumpeter consiste en innovar, es decir, aplicar las invenciones tecnológicas a usos comerciales e industriales.

En la “Teoría del Desarrollo Económico”, este economista tiene como objetivo mostrar que “la economía es un proceso histórico único y en el cual no se puede retroceder, que cambia sin cesar su propia construcción, creando y destruyendo mundos culturales, uno tras otro²¹”, por lo que se podría decir que las preocupaciones de Schumpeter están en “esos cambios o transformaciones y los fenómenos que aparecen como consecuencia de ellos²²”. Por tanto su propósito no es otro que el estudio de la transición de un estado de desarrollo a otro, por lo que precisa partir del estado propuesto por Walras, el cual estaría caracterizado como un proceso de repetición continua, tanto en el lado de la producción, como en el consumo. En definitiva, lo que Schumpeter va a considerar son las transformaciones que surgen desde el propio sistema económico, que hacen que se desplace su punto un punto de equilibrio a otro diferente. Este tipo de fenómeno que es “totalmente extraño a lo que puede ser observado en la corriente circular, o en la tendencia al equilibrio, es un cambio espontáneo y discontinuo en los causales de la corriente, alteraciones del equilibrio que desplazan siempre el estado de equilibrio existente con anterioridad²³”²³

Así el motor capaz de pasar el sistema de una situación estacionaria a una situación de desarrollo, esta en la figura del empresario innovador, que para Schumpeter, no es cualquier empresario que crea una empresa, ni es el capitalista dueño del dinero. “El empresario es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para promover y realizar nuevas combinaciones de medios de producción²⁴” El empresario, dice Schumpeter, es el “encargado de realizar

²¹ SCHUMPETER, Joseph. Teoría del Desarrollo económico. Fondo de Cultura Económico (FCE). México D.F.1944.p, 8.

²² Ibid, p, 73.

²³ Ibid, p, 75.

²⁴ Ibid, p, 84.

nuevas combinaciones”²⁵, de inducir nuevos productos, nuevos procesos y nuevas formas de organización y de mercados. Son hombres con facultades excepcionales que aprovechan las oportunidades que otros no perciben "los empresarios no son quienes soportan los riesgos”²⁶, esta función es para los accionistas que son capitalistas, pero no empresarios. “Los empresarios tampoco constituyen una clase social en sentido técnico como los terratenientes, los capitalistas y los obreros”²⁷, pues para Schumpeter “ser empresario no significa de por sí una posición de clase, ni tampoco la presupone”²⁸, así como tampoco es necesario ser un inventor, pues gran parte de las innovaciones no hay que inventarlas, se encuentran presentes en la sociedad, solo hay que llevarlas a la práctica.

1.3. INSTITUCIONALISMO: DOUGLA NORTH

El principal aporte de Douglas North es su libro “*Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*”, una obra en la que modifica los supuestos neoclásicos sobre la conducta de los individuos, destaca la importancia de las instituciones formales e informales y estudia como se da el proceso de cambio institucional. En cuanto a los postulados del modelo neoclásico, North considera que estos no explican correctamente el comportamiento de los individuos los cuales actúan de forma egoísta y poco racional en el momento de buscar su interés personal. Sin embargo, su objetivo que esta fundamentado en la unificación entre las ciencias económicas y las ciencias sociales basada en una teoría que integre las “elecciones individuales con las limitaciones que las instituciones imponen a la elección”²⁹, será posible mediante la aplicación de varios de los supuestos de esta corriente, como son: 1) el desempeño ocurre en un mundo sin fricciones con

²⁵ Loc. Cit.

²⁶ *Ibíd.*, p, 143.

²⁷ *Ibíd.*, p, 88.

²⁸ Loc. Cit.

²⁹ DOUGLASS, North. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. FCE, México.1995, p, 16.

derechos de propiedad; 2) los cambios ocurren en mercados perfectamente operativos y competitivos.

La aplicación de estos supuestos neoclásicos permite precisar el papel de las instituciones en el desempeño económico, que North aborda desde una teoría de los derechos de propiedad³⁰, desde una teoría del Estado³¹ y desde una teoría de la percepción; haciendo alusión que para poder entender el funcionamiento de la economía es necesario conocer los factores políticos, sociales y culturales que determinan su dinámica institucional.

North, define las instituciones como las reglas de juego, que se diferencian de las organizaciones u organismos, los cuales están integrados por grupos o individuos³² con una identidad común, que cuando tratan de lograr su objetivo de maximización de los beneficios, alteran las instituciones y generan el cambio institucional, definido como “ajustes marginales al conjunto de reglas, normas y cumplimiento obligatorio que constituyen el marco institucional”³³. Estos organismos, son de vital importancia en la medida en que sus agentes son los que asumen las reglas de juego con diferentes estrategias en un escenario donde las limitaciones institucionales, además de ser de tipo formal e informal, también son de otro orden, como tecnológica, ingreso y preferencias.

Las reglas informales, son los códigos de conducta, las normas de comportamiento y demás que rigen en el ámbito laboral, las relaciones sociales, familiares, entre otras. Estas limitaciones provienen de información transmitida socialmente y son parte de una herencia cultural. La solución informal a problemas

³⁰ Explican los incentivos individuales y sociales del sistema.

³¹ Tiene como propósito especificar y hacer respetar los derechos de propiedad de los que depende el funcionamiento del sistema económico.

³² Jugadores que operan con dichas reglas.

³³ VALDIVIESO, Susana. “North y el cambio institucional: luces y sombras. Nueva historia institucional”. Revista de Economía Institucional, No. 4, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2001.

de intercambio se prolonga hasta el presente y hace que las limitaciones sean fuente de continuidad en el cambio social a largo plazo.

Las limitaciones formales son las reglas políticas, judiciales, económicas y los contratos; el grado de tales reglas va desde constituciones, estatutos y leyes comunes hasta disposiciones especiales y contratos individuales. Las normas formales pueden complementar y alentar la efectividad de las limitaciones informales, también se pueden dictar reglas formales para modificar, revisar o sustituir limitaciones informales.

Las instituciones parten de una conducta humana y una teoría de costos de negociación que a su vez incluyen los costos de información; que al combinarlas se entiende el papel que desempeñan las instituciones y su existencia.

Las instituciones junto con la tecnología empleada determinan los costos de negociación. Los costos consisten en los recursos de medir atributos tanto legales como físicos que se están intercambiando; los costos de vigilar y hacer cumplir el acuerdo y un descuento por incertidumbre que refleja el grado de imperfección en la medición y cumplimiento obligatorio de los términos de intercambio. Así se puede decir que el marco institucional desempeña una función importante en el rendimiento de la economía.

1.4. COMPETITIVIDAD SISTEMICA

1.4.1. MICHAEL PORTER.

En los últimos años han surgido muchos enfoques orientados a proponer distintos caminos para afrontar la complejidad del mundo de hoy, por esta razón resulta familiar encontrar a muchas personas hablar de empowerment, competitividad, productividad, auditoria de procesos, auto control, outsourcing, rightsizing, e-

commerce, organizaciones virtuales y aprendizaje organizacional, entre muchos otros temas.

En la base de estos conceptos está la idea que la única forma de conseguir un desarrollo a largo plazo es a través de lograr mayores niveles de competitividad, y la productividad como el camino necesario para ser competitivos. En este caso, una primera definición de competitividad sería la capacidad de una organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el mercado internacional. Pero tal como lo anota Porter, si el objetivo económico de una nación consiste en crear para sus ciudadanos un nivel de vida elevado y en ascenso, la capacidad para lograrlo no depende de la competitividad sino de la productividad con que se aproveche los recursos de una nación: el capital y el trabajo.

La productividad es a la larga el determinante primordial del nivel de vida de un país y el ingreso nacional por habitante. La productividad de los recursos humanos determina los salarios, y la proveniente del capital determina los beneficios que obtienen para los propietarios del mismo³⁴. Esto lleva a definir la productividad, en su aceptación más común, como la producción por unidad de recurso involucrado, o de manera más general, como rendimiento de los recursos en un proceso de producción de bienes o servicios. Es claro entonces que para competir con éxito en un mundo cada vez más sin fronteras, las empresas pequeñas y medianas, que son la gran mayoría en el sistema productivo, deben unirse para sumar esfuerzos y a partir de su agrupación generar ventajas competitivas.

La ventaja competitiva, entendida como la oferta de productos y servicios de una empresa - organización que el mercado meta ve como mejor que el de la competencia, es la que se encarga de generar más valor o satisfacción a clientes

³⁴ PORTER, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones.

que a sus compradores, donde la identificación de las fuentes de ventaja competitiva, ante la multiplicidad de factores que participan en su sistema y la compleja interacción de las fuerzas del mercado, está en los métodos y herramientas que faciliten este proceso. Porter ha desarrollado para este efecto una técnica original conocida como el análisis de la cadena de valor.

La cooperación entre las empresas, además de su orientación al desarrollo de estrategias conjuntas para mejorar su posicionamiento en un sector determinado, es igualmente importante desarrollarla con miras a mejorar la plataforma competitiva de la región en la que están localizadas y conformar clusters o conglomerados de empresas alrededor de la producción de bienes y servicios determinados. Cuando se habla de clusters, se debe hablar de cadenas productivas, factor clave para el desarrollo de los mismos por cuanto se valoriza y se define un modelo de trabajo asociativo que genera fortalecimiento y crecimiento a los negocios por medio de las eficiencias resultantes de los encadenamientos productivos. Una cadena productiva hace referencia a un proceso sistemático de agregación de valor a un determinado producto, por medio de la transformación, comercialización y servicios, que se genera a partir de las fuentes de elaboración de un producto hasta las actividades posteriores a la venta del mismo. Las cadenas productivas son fundamentales para la conformación de los clusters. Los clusters se entienden en su concepto principal como las aglomeraciones geográficas de empresas, proveedores e industrias de servicios relacionados que eslabonan sus actividades para generar valor a lo largo de dichos encadenamientos³⁵.

El nacimiento de los clusters se generó a partir de unos factores que primaron en el contexto competitivo de las empresas en las décadas de los años 70 y 80 del

³⁵ Al respecto se puede anotar que en Colombia hay reconocidas las siguientes cadenas productivas. Biotecnología, Educación Superior, Metalmecánica, Productos Orgánicos, Salud de alta complejidad, textil-confección, cuero- calzado, y Turismo.

siglo pasado, tales como el crecimiento de la intensidad de conocimiento en producción y la emergente competencia basada en innovación y su globalización.

De acuerdo con lo anterior, dichos factores han creado nuevas reglas de juego donde la facultad de prever y la estabilidad del entorno son cosas del pasado. Se vive hoy en día, en un conjunto de incertidumbres casi simultáneas y de diferentes tipos: financieras, económicas, tecnológicas o de mercado, de preferencias y de actitudes.

Esta dinámica ha alterado aceleradamente el entorno competitivo de las empresas en todos los sectores y ha establecido un desafío más grande a las empresas para comprometerse con un proceso continuo de innovación como factor permanente en las mismas. Es por esto, que los clusters y los sistemas de innovación son dos conceptos primordiales hoy día para las empresas que desean estar acordes con la dinámica de sus negocios. Igualmente son dos conceptos que se relacionan y generan valor agregado entre sí.

Por otra parte, una de las definiciones más amplias y sencillas del concepto de cluster es la de Krugman, quien afirma que un cluster es el fenómeno de la concentración geográficamente densa de empresas e instituciones conexas pertenecientes a un campo concreto y que exhiben rasgos comunes. Por su parte Michael Porter los define como un aglomerado o un grupo geográficamente próximo de empresas, compañías e instituciones asociadas e interconectadas, en un campo o área particular, vinculados por características comunes y complementarias. En líneas generales lo que se aprecia es que un cluster es una serie de empresas del mismo sector localizadas en un mismo espacio geográfico y buscando ser más productivas con miras a aumentar sus exportaciones y por ende obtener una mejor posición competitiva.

Aunque en Latinoamérica se piensa que el tema de los clusters es relativamente nuevo, es decir que surgió a mediados de los años noventa, la realidad es que es una teoría que fue desarrollada desde 1920 por Marshall, quien se refirió a la localización de un centro industrial, resaltando tres razones principales:

- ❖ Permitir un mercado jalonado por trabajadores con habilidades especializadas
- ❖ Permitir la provisión de materias primas específicas a una industria de una gran variedad y a un costo más bajo
- ❖ Generar divulgación tecnológica.

Fueron Porter y Krugman quienes posteriormente realizaron los acercamientos al tema de los clusters, y hoy por hoy son los pensadores más reconocidos, quienes difieren principalmente en que Porter se enfoca principalmente del lado de la oferta de insumos, mientras que Krugman lo hace en la demanda de los productos de la empresa. Porter es uno de los pocos autores que se refiere a los efectos de los clusters, dentro de los cuales menciona: 1. Incremento de utilidades; 2. Aumento de las exportaciones; 3. Crecimiento económico más rápido; 4. Ventajas competitivas más fuertes; 5. Mayores innovaciones; 6. Difusión de conocimiento; 7. Crecimiento tecnológico más rápido; 8. Aumento de productividad.

Si bien son beneficios los efectos de los clusters, también estos pueden conllevar a efectos negativos como: 1. Fuerte impacto ambiental; 2. Disminución de la competencia debido a la formación de carteles; 3. Aumento de los precios de terrenos, salarios, alquileres, etc.; 4. Pensamiento grupal que puede conducir a posiciones rígidas.

En cuanto a los sistemas de innovación³⁶, es un tema mucho más reciente que los clusters, los cuales se asocian a los años ochenta; sin embargo, tal como ya fue mencionado en un principio, sus orígenes se le atribuyen a Marshall y se remonta a los años veinte. Lundvall entiende a los sistemas de innovación como el conjunto de elementos y sus relaciones, que interactúan en la producción, difusión y uso de un conocimiento.

Ambos enfoques se encuentran constituidos por las empresas, proveedores de insumos y servicios, clientes, fabricantes de productos relacionados, instituciones y otras entidades de investigación. Sin embargo cada uno hace especial énfasis en un tipo de elemento diferente, es así como el elemento central de los clusters son las empresas, mientras que el de los sistemas de innovación son las instituciones.

La actividad principal de los clusters está basada en incrementar la productividad y competitividad de las empresas, y el de los sistemas de innovación en el de integrar a todos sus actores de forma tal que se facilite el desarrollo del conocimiento. Sin embargo existe un elemento común que es el que interrelaciona a los dos conceptos y es el de la innovación. En los clusters la innovación es vista como la herramienta con la cual se puede ser cada vez mas productivo, hasta el punto tal que se convierte en una ventaja competitiva. Por su parte un sistema de innovación se encarga a través de la generación de conocimiento y el aprendizaje continuo de crear el ambiente apropiado para que fluya la innovación. Es así como para los clusters la innovación es el medio mientras que para los sistemas de innovación ésta es el fin.

³⁶ Fue a finales de los años ochenta cuando Fredman utilizó por primera vez en una publicación el término de Sistema Nacional de Innovación, el cual fue desarrollado con mayor amplitud por Lundvall y Edquist quienes son considerados como los pilares de dicho enfoque. Lundvall es profesor de economía en la universidad de Aalborg y ha trabajado en Ciencia y Tecnología publica en lo referente al empleo y a la competitividad internacional y se concentra actualmente en la teoría de la innovación, sistemas nacionales de innovación y en el análisis de la economía del conocimiento.

Debido a que los sistemas de innovación se han visto como una evolución de los clusters, algunos piensan que los clusters son un requisito para el desarrollo de los sistemas de innovación; sin embargo, al analizar la forma en que se conectan es más lógico pensar que son los sistemas de innovación los que suponen mayores ventajas al aplicarse primero, pues crean una de las mas importantes condiciones para la conformación de los clusters, la innovación. Así la innovación se ha convertido en un concepto de uso cada vez más frecuente en todas las disciplinas, por cuanto permite mejorar la competitividad de las empresas y utilizar más adecuadamente los recursos propios. Es un factor clave para sinergizar las relaciones complejas que existen entre las empresas y economías externas pertenecientes a un cluster específico.

1.4.2. LA COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE CEPAL.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe se “desarrolló como una escuela de pensamiento especializada en el examen de las tendencias económicas y sociales de mediano y largo plazo de los países latinoamericanos y caribeños”³⁷. Desde su fundación la CEPAL desarrolló un método “histórico-cultural” propio de estudio y análisis, cuyo objetivo es demostrar la existencia de divergencias en las economías de los países del centro y la periferia. Este fenómeno acuñado desde los años setenta adquiere la connotación de “heterogeneidad estructural”.

La historia de la CEPAL y la evolución del pensamiento de esta institución se enmarcan dentro de cinco etapas que van desde los años cincuenta hasta los años noventa. La primera de ella se caracterizó por la industrialización y sustitución de importaciones; la segunda (años sesenta) por las reformas para

³⁷ <http://www.eclac.org>. Historia de la CEPAL, p, 1.

impulsar la industrialización; la tercera (años setenta) por la reorientación de los estilos de desarrollo hacia la homogenización social y hacia la diversificación pro exportadora; la cuarta (años ochenta) por la superación del problema del endeudamiento externo mediante el ajuste con crecimiento y finalmente la de los años noventa por la transformación productiva con equidad.

La década de los noventa se inicio con la propuesta de transformación productiva con equidad la cual proponía “una nueva forma de actuación del Estado, diferente del que prevaleció en el pasado, pero no por esto incapaz de influir significativamente en el destino de los países”³⁸. Así mismo sugiere “la conquista de una mayor competitividad internacional "auténtica", basada en la incorporación deliberada y sistemática del progreso técnico al proceso productivo”³⁹. De esta forma, la CEPAL define la Competitividad Auténtica de una economía como “la capacidad de incrementar o al menos sostener su participación en los mercados internacionales, con un alza simultanea del nivel de vida de la población”⁴⁰

De esta forma solo es posible lograr ser competitivo en los términos que la define la CEPAL, mientras se de la formación de recursos humanos, políticas activas de tecnología como formula decisiva para la transformación productiva a largo plazo, modificaciones en el estilo de intervención del Estado y lo mas importante mayor apertura económica.

Las propuestas de esta institución están encaminadas a corregir las asimetrías macroeconómicas y financieras internacionales, el fortalecimiento institucional, la

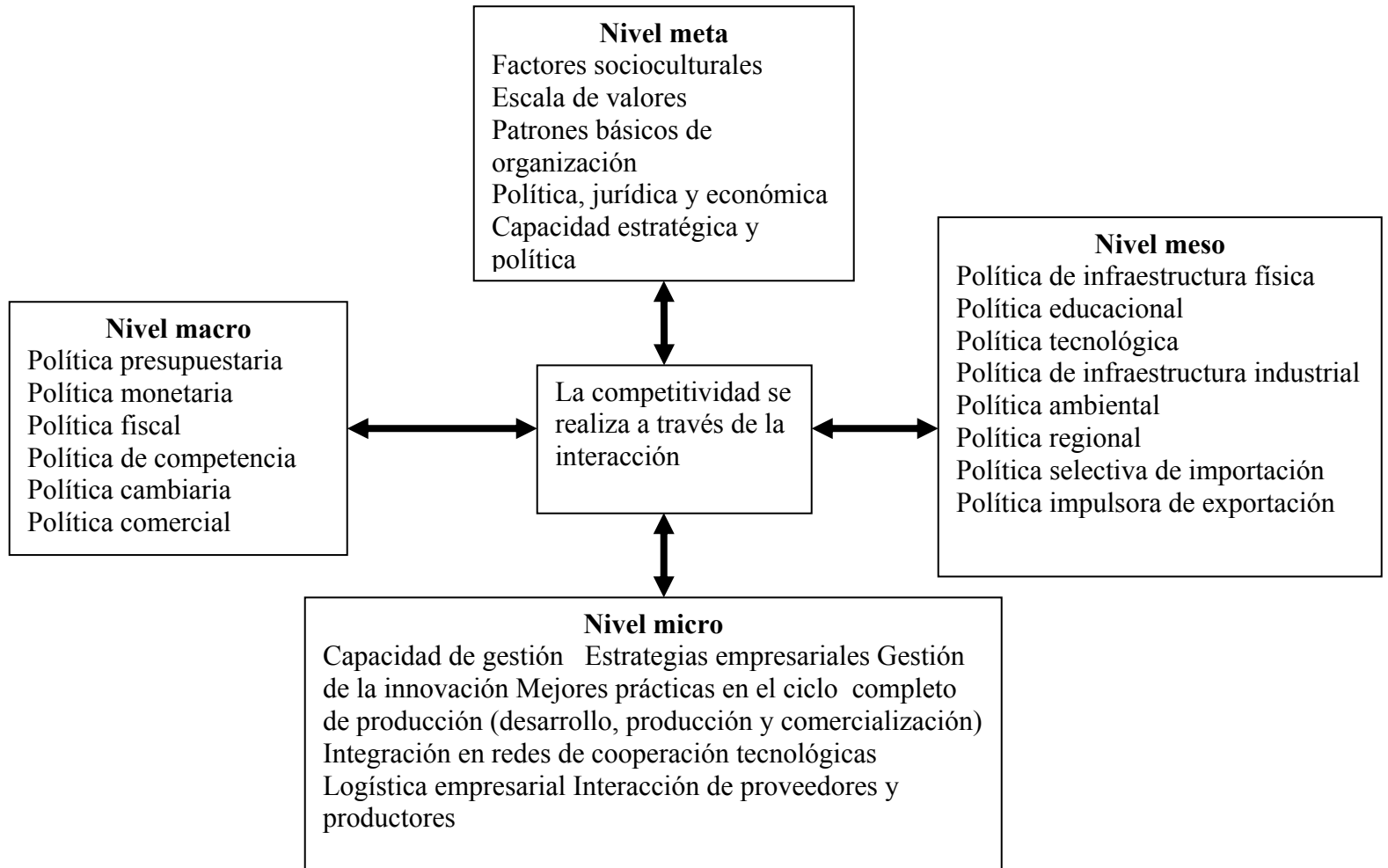
³⁸ *Ibíd.*, p, 15.

³⁹ *Ibíd.*, p, 15.

⁴⁰ Revista de la CEPAL N° 68. La CEPAL y las nuevas teorías del crecimiento. Agosto de 1999, p,19

implementación de estrategias de desarrollo productivo, la sostenibilidad ambiental y la actuación de entes regionales, entre otras.

Grafica 1. Factores Determinantes De La Competitividad Sistémica



2. POLITICA DE COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL Y SU APLICACION EN LOS TRATADOS COMERCIALES CON ESTADOS UNIDOS

2.1. PANORAMA GENERAL DEL DESARROLLO INDUSTRIAL

Muchas de las reformas económicas realizadas por los países en desarrollo en la década de los años 90 del siglo pasado, se basaron en la presunción de que la equidad y la creación de riqueza provendrían de las reformas estructurales fundamentales del mercado. Las reformas que se realizaron en este periodo, como lo sostiene la ONUDI en su informe sobre Desarrollo Industrial 2002-2003⁴¹, no fueron equilibradas porque solo contemplaron los aspectos económicos e institucionales y no buscaron garantizar incrementos en la productividad mediante la movilización del potencial innovador de la sociedad.

El informe de la ONUDI muestra la dispersión de los niveles de desarrollo industrial y la dificultad de modificar en el corto plazo los factores estructurales que crean estas diferencias, poniendo de presente que los países en desarrollo han utilizado diversas estrategias para superar esta situación, en la que se destaca la incorporación a los sistemas de producción de las cadenas mundiales de valor y la asociatividad entre países.

Esto significa que, aunque la apertura del mercado de los países en desarrollo ayuda a estimular la competitividad y por ende la innovación, no es un proceso autónomo, por lo que requerirá del apoyo estatal para definir e implementar políticas a fin de superar la brecha creciente existente entre el sector industrial interno y externo. Así mismo, se requiere de acciones mas concretas que tengan en cuenta los factores estructurales, institucionales y sociales de la economía del

⁴¹ ONUDI. Informe sobre el Desarrollo Industrial 2002-2003. Competir mediante la innovación y el aprendizaje, noviembre de 2002.

país, además de incidir en la competitividad a nivel de las empresas y de sus cadenas productivas.

2.2. LA INNOVACION Y EL APRENDIZAJE COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO INDUSTRIAL.

La incorporación de cadenas de valor, puede ser un buen instrumento para ingresar a los mercados mundiales, especialmente en los sectores basados en conocimiento, por lo que los países y las empresas deben capacitarse para gestionar efectivamente todas sus actividades tecnológico-competitivo, que impliquen la necesidad de establecer vínculos con terceros para acceder a mercados, adquirir tecnologías, aptitudes y conocimientos necesarios para su asimilación.

La ONUDI, de acuerdo con los estudios y análisis realizados, manifiesta que se requiere un ambiente propicio para fomentar un desarrollo industrial dinámico, donde se garantice el acceso a servicios vitales que apoyen la innovación y el aprendizaje, sobretodo a las PYMES las cuales sufren de reconocidas asimetrías en términos de información, tecnologías, acceso a mercados, capacidad financiera, etc.

Esta política de desarrollo industrial tiene que ser sistémica, no limitarse a mejorar la productividad y la competitividad de las empresas, sino igualmente las de su entorno, especialmente en inversión física, capacidad con desarrollo tecnológico y fortalecimiento de los grupos empresariales e institucionales y otros factores que facilitan el desarrollo del sector productivo.

2.3. INDICES DE COMPETITIVIDAD Y POSICION DE COLOMBIA.

Para determinar la situación competitiva existen varios índices, algunos de carácter general y otros relacionados especialmente con el sector industrial. Dentro de los primeros, los más utilizados en Colombia son: World Economic Forum (WEF) y Anuario Mundial sobre Competitividad (IMD). Los segundos son los que elabora la ONUDI y que se conocen como el Índice de Rendimientos Industrial Competitivo (IRIC).

El Reporte Mundial de Competitividad del WEF presenta una evaluación comparativa de las debilidades y fortalezas de las economías de 102 países, basando su análisis en dos enfoques diferentes pero complementarios con relación a la competitividad económica. El primero conocido como **Índice de Crecimiento de Competitividad (ICC)** se fundamenta en el concepto de competitividad global como “el conjunto de instituciones y políticas económicas que sirven de apoyo a la existencia de altas tasas de crecimiento económico en el mediano plazo”⁴²

De acuerdo con el cuadro, Colombia luego de ser clasificada en el puesto 59 en el año 2002, en los tres años siguientes contempla una caída en el índice de crecimiento de competitividad del WEF. En el año 2003 ocupó el lugar 63 y en el año 2004 el puesto 64 entre 104 países. Respecto al índice de estabilidad institucional, Colombia se sitúa en el año 2004 en el puesto 61, en el tecnológico en la posición 68, en la estrategia empresarial en el 58 y en el ambiente de los negocios en el 61.

⁴² Ibíd., p.23.

Cuadro 1. Resultados Para América Latina Reporte Global De Competitividad 2003				
País	ICC	Macro	Instituciones	Tecnología
Chile	28	35	19	31
México	47	54	50	43
El Salvador	48	48	40	67
Uruguay	50	89	29	51
Costa Rica	51	63	49	46
Brasil	54	75	53	35
Perú	57	58	54	61
Panamá	59	59	71	50
Republica Dominicana	62	69	64	52
Colombia	63	66	60	60
Argentina	78	93	88	45
Venezuela	82	94	89	58
Bolivia	85	83	79	88
Ecuador	86	90	80	76
Guatemala	89	85	87	79
Nicaragua	90	100	78	85
Honduras	94	88	99	87
Paraguay	95	92	97	91

Fuente: WEF, 2003.

Dentro de las 18 economías latinoamericanas, la colombiana se encontraba en el año 2003 en la décima posición y en el año 2004 mejoró dos puestos, pasando al octavo. Entre los países de la Comunidad Andina en el año 2004. Colombia ocupa el primer lugar, habiendo superado a Perú que en el año 2003 ocupó este lugar. Por otra parte Chile sigue siendo la nación más competitiva de América Latina, ocupando el lugar 28 en el RCC de 2003 y el 22 en el año 2004.

Con relación a los países mencionados, Colombia en los años 2003 y 2004 se encuentra por debajo de Chile, México, Costa Rica y Brasil.

El segundo es el **Índice de Competitividad Empresarial (ICE)** el cual hace uso de indicadores macroeconómicos para la medición del “conjunto de instituciones,

estructuras de mercado y políticas económicas que sirvan de base para el logro de altos niveles de prosperidad”. Combina datos cuantitativos con datos cualitativos obtenidos de la aplicación de una encuesta de opinión.

Así mismo el índice IMD cubre 60 economías, analiza y hace un ordenamiento de la habilidad de los países para proveer un entorno de apoyo a la competitividad de las empresas. Reconoce que la competitividad de un país no debe reducirse solamente al crecimiento pasado del PIB y de la productividad, sino que debe tener en cuenta las dimensiones políticas, sociales y culturales en las que desarrollan su actividad empresarial.

En el Índice de Competitividad del Anuario Mundial de Competitividad (IMD) para 2004, Colombia se ubica en el lugar 41, registrando una mejoría de 4 puntos, si se tiene en cuenta que para el año anterior se encontraba en el lugar 45⁴³. De acuerdo con la información disponible, al desagregar los resultados del año 2004 entre los factores considerados, el mejor desempeño corresponde al factor Eficiencia del Gobierno, Eficiencia Empresarial y Desempeño económico.

El Índice de Rendimiento Industrial Comparativo (IRIC) elaborado por la ONUDI, mide la capacidad relativa de los países para producir y comercializar manufacturas de manera competitiva a nivel internacional. El índice esta compuesto en cuatro indicadores básicos:

1. Valor agregado manufacturero (VAN) per capita
2. Proporción de productos de mediana y alta tecnología en el valor agregado nacional (VAN)
3. Exportaciones de manufacturas per capita
4. Proporción de productos de mediana y alta tecnología en las exportaciones de manufacturas.

⁴³ *Ibíd.*, p.27.

En el mapa de la actividad industrial que se presenta en el Informe de la ONUDI de 2004, que abarca 155 países en el periodo 1980 a 2000⁴⁴, se puede constatar que la situación de Colombia, comparada con los países que asistieron al Foro, es la siguiente: *Colombia, Brasil y Chile han desmejorado su competitividad industrial en estos 20 años y en cambio México y Costa Rica la han mejorado.*

Aunque los índices del WEF, IDM e IRC no son comparables, porque los dos primeros se refieren a la competitividad en general y el tercero a la industria, lo que si se puede afirmar es que en materia de competitividad industrial los resultados para Colombia son mas modestos y el esfuerzo que tiene que hacer el país es mucho mayor.

2.4. POLITICA INDUSTRIAL Y DE COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA

2.4.1. ADMINISTRACION GAVIRIA (1900-1994)

Durante la administración Gaviria el Gobierno tomó conciencia que el país tenía ante si un nuevo reto: mejorar la competitividad y la eficiencia de la industria. Con tal objeto realizo en Cartagena el primer encuentro sobre competitividad, para adelantar un debate sobre este tema con el fin de que el gobierno y sector privado trabajaran juntos⁴⁵.

Con colaboración de la Cámara de Comercio y otros gremios, se contrató con Monitor Company un estudio sobre siete sectores dentro de los cuales están: Alimentos, Cueros, Flores, Industria Editorial, Industria Metalmecánica, Industria Textil y Turismo. Las conclusiones a las que llegaron los veinte expertos con las 150 entrevistas que realizaron a empresarios fueron las siguientes:

⁴⁴ ONUDI. Informe sobre desarrollo Industrial, 2004.

⁴⁵ Ministerio de Desarrollo Económico. El desafío de la Competitividad. Editorial Presencia, 1993.

1. La parte compleja de la economía nunca se ha desarrollado en Colombia debido a la sustitución de importaciones.
2. Los sectores tienen muy poca profundidad, es decir, en lo que podrían realmente especializarse son importadas de otros países, situación que no es favorable.
3. Los empresarios criticaron la eficiencia de infraestructura, así como la segmentación del mercado.
4. Hay que mirar la competitividad y la estrategia como formas de tecnología.

Cuadro 2. Resumen Del Diagnostico De La Competitividad De La Industria Colombiana	
1. Estos factores básicos no han sido utilizados y mejorados dentro de todo su potencial.	Localización, climas, tierra fértil, materia prima, mano de obra barata, cultura empresarial.
2. Colombia posee factores básicos muy positivos.	Las ocho primeras exportaciones colombianas dependen de factores Básicos. El 71% de las exportaciones colombianas se basan en recursos naturales
3. Como resultado de ello Colombia no es una base favorable para exportaciones sofisticadas al resto del mundo.	El transporte la energía y las telecomunicaciones son puntos críticos para desarrollar. La inseguridad, la imagen internacional y la carencia de una visión estratégica son los intangibles críticos.
4. A pesar de que los retos son numerosos el cambio es claro y los problemas solubles.	Construir mecanismos internacionales que pongan en relieve las fortalezas tradicionales y se centren en clientes internacionales sofisticados, en los segmentos de mayor productividad
5. Los centros de decisión privados y públicos deben llegar a un acuerdo sobre las capacidades y debilidades de la nación.	El estudio demuestra que existen grandes desacuerdos sobre objetivos nacionales, la eficiencia de las instituciones e instrumentos gubernamentales, los efectos de la apertura y las actitudes hacia la competitividad
6. El objetivo es lograr un aumento progresivo de la calidad de la administración de factores	Los objetivos cuantificables incluyen aumentos en * Ingreso per. capita *El porcentaje de los productos manufacturados en proporción al PIB y a las exportaciones *El número de segmentos competitivos
7. Ahora es el momento	Colombia es miembro de tres de las cinco zonas de libre comercio del hemisferio occidental y tiene acceso privilegiado a Estados Unidos

Fuente: Elaborado por CECIC con datos del foro de Competitividad. 2004.

2.4.2. ADMINISTRACION SAMPER (1994-1998)

Le correspondió cambiar la tendencia imperante en los organismos financieros internacionales con la aprobación de una política de modernización y reconversión industrial⁴⁶ que implicó la adopción de una estrategia a largo plazo que buscó consolidar la apertura y lograr mayores niveles de competitividad mediante una serie de programas y apoyo al proceso de modernización de la industria nacional. Esta estrategia se basó en la adopción de políticas sectoriales activas, como complemento a un régimen comercial abierto, aplicadas a cadenas productivas y con instrumentos de carácter transversal, tales como gestión tecnológica y capacitación de recurso humano.

En desarrollo de la misma se suscribieron acuerdos sectoriales de competitividad para la cadena textil-confecciones, la cadena siderurgia, metalmecánica y bienes de capital y la cadena forestal, pulpa papel y artes graficas.

Como complemento de la política anterior se aprobó un Plan de Ciencia y Tecnología que propuso elevar al 1% del PIB el apoyo a esta actividades; se adoptó el sistema nacional de diseño, para que los productores colombianos pudieran cumplir con las exigencias del mercado internacional; se adelantó un Plan Estratégico Exportador que implicó la adopción de nuevas modalidades de promoción en el exterior; se adoptó el Plan de Desarrollo de la Microempresa, que contó con importantes recursos de financiación, cooperación técnica y apoyo empresarial; se autorizaron rebajas arancelarias para las importaciones de materias primas y bienes de capital.

El gobierno mantuvo un régimen de inversión extranjera abierto, suscribió el Acuerdo Multilateral de Garantías de Inversiones y promovió varios acuerdos bilaterales para promover la inversión extranjera directa.

⁴⁶ Departamento Nacional de Planeación (DNP), Documento CONPES 2762, enero de 1995.

Desde el punto de vista institucional se estableció un marco adecuado con la creación del Consejo Nacional de Competitividad, presidido por el Presidente de la República, que contó con la participación de los ministerios sectoriales y con representantes del sector privado.

2.4.3. ADMINISTRACIÓN PASTRANA (1998-2002)

Diseño en su Plan de Desarrollo una Política Industrial para la reactivación, basada en trece estrategias que buscaban:

1. Aumentar y diversificar la oferta en función de la demanda mundial
2. Incentivar la inversión extranjera para fomentar directamente la producción nacional
3. Aumentar la productividad empresarial y hacer competitiva la actividad productiva
4. Regionalizar la oferta productiva
5. Desarrollar la cultura empresarial

Los programas de competitividad que en el gobierno anterior estaban orientados por el Consejo Nacional de Competitividad y los ministerios sectoriales, quedaron bajo la orientación el Ministerio de Comercio Exterior. Aunque esta entidad adelantó un esfuerzo importante, los vinculó excesivamente a las exportaciones cuando la competitividad sistémica es un concepto más amplio que tiene que ver con los aspectos macro, micro, y mesoeconómicos. Los resultados alcanzados fueron limitados porque este esfuerzo coincidió con la resección que sufrió el país en el año de 1999, la peor desde la gran depresión de la década de los treinta, que provoco una reducción de la producción industrial del 25%⁴⁷.

⁴⁷ Encuentro de Competitividad. Temario: Lineamientos de la Política. Cartagena, junio de 1999.

Una de las principales acciones de este gobierno fue el lanzamiento de la Agenda de Conectividad⁴⁸, con el fin de adelantar un ambicioso programa para masificar las tecnologías de la información y con ello aumentar la competitividad del sector productivo, modernizar las instituciones públicas y el gobierno y localizar el acceso de la información.

2.4.4. ADMINISTRACION URIBE (2002-2006)

El gobierno del Presidente Uribe consideró y considera que negociar acuerdos comerciales de libre comercio se constituye en condición necesaria y suficiente para generar desarrollo económico. Con este enfoque considero que lo esencial era la negociación de la Zona de Libre Comercio de la América (ALCA) y en su defecto un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TLC) y con otros países y regiones, como el MERCOSUR. En materia de competitividad y productividad manifestó que tendría la política del gobierno anterior.

El Gobierno estuvo y esta adelantando una agenda interna de competitividad y una política social bien definida las cuales están enmarcadas cronológicamente en tres etapas:

a. Optimización de los recursos de Desarrollo Empresarial.

Se encuentra plasmada en el documento CONPES 3820 del 19 de abril de 2004, que constató la existencia de un gran numero de programas a favor del sector empresarial y concluyó que es notoria la duplicidad de los mismos, su bajo impacto y focalización inadecuada, considerando la necesidad de reorientarlos para fortalecer el aparato productivo frente a los retos de la competencia internacional.

⁴⁸ DNP, Documento CONPES 3072 del 9 de febrero de 2002.

Para superar estas limitaciones como lo anunció el viceministro de desarrollo empresarial, doctor Carlos Alberto Zarruk, se diseñó un plan de acción que busca apoyar la reconversión y modernización del aparato productivo, la adecuación de las líneas de redescuento, la promoción de la inversión, el desarrollo de programas empresarial y nuevos servicios de formación y entrenamiento para el trabajo.

Los representantes de la ANDI, ANALDEX, ACOPI consideraron que el plan de acción era insuficiente porque solo buscaba una coordinación de los programas existentes al no contemplar recursos nuevos e ignorar temas tan importantes como los relacionados con la educación, la ciencia, la tecnología, y la infraestructura.

b. TLC y Agenda Interna

Teniendo en cuenta los comentarios realizados al Plan de Acción, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo presentó una serie de propuestas encaminadas a la creación de una agenda interna en función de los compromisos que implicaba para Colombia el TLC con Estados Unidos dichas propuestas fueron:

- ❖ Adecuar las instituciones nacionales derivados de la firma de este y otros tratados
- ❖ Aprovechar eficientemente las oportunidades que ofrece el mercado internacional, particularmente la firma del TLC con Estados Unidos, mediante la disminución en la estructura de costos del país y garantizar nuevas inversiones.
- ❖ Apoyar al sector productivo en el proceso de implementación del TLC y otros tratados, para generar aumento de la productividad en las diferentes cadenas productivas, teniendo en cuenta el papel que tienen las pequeñas y medianas empresas.

- ❖ Promover y alcanzar compromisos sobre gestión e inversiones con las regiones.
- ❖ Reasignación de los recursos públicos con base en la modificación del presupuesto de inversión.

c. Agenda Interna para la Competitividad.

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) en vista de lo mencionado anteriormente considera, con relación al modelo de desarrollo, que el mejor modelo es el que logra el pleno empleo de los recursos productivos (trabajo, capital, recursos naturales) y que las economías más exitosas son las que crecieron a partir de los recursos naturales, buscando siempre un crecimiento hacia fuera con base a las exportaciones.

La afirmación del DNP, de que las economías exitosas son las que han basado su estrategia de desarrollo en recursos naturales, actualmente no es cierta pues los informes presentados por esta misma entidad muestran que la economía y las exportaciones en el país se han diversificado, pues el coeficiente exportador de la industria manufacturera subió del 7 al 25% y los grupos económicos se han especializado⁴⁹.

Así mismo se estima, que además de la no utilización adecuada de los recursos productivos, estos se concentraron principalmente en el centro del país, disminuyendo en la costa, la periferia y las fronteras, favoreciendo al sector urbano en contra del rural lo que generó una pésima distribución del ingreso.

⁴⁹ DNP.IX Congreso de Competitividad. Cali, julio 23 de 2004.

2.5. EXPERIENCIA DE ALGUNOS PAISES LATINOMAERICANOS: MEXICO, CHILE, CENTROAMERICA Y BRASIL

Uno de los aspectos centrales de este trabajo lo constituye el examen de las políticas de competitividad y apertura que han realizado los países latinoamericanos en los años noventa, con el fin de examinar las lecciones que de estas experiencias se pueden derivar para Colombia.

El caso mas antiguo es el de México, pues fue el primer país de la región que suscribió un tratado de libre comercio con Estados Unidos. La experiencia de diez años de México, permite evaluar las políticas de inserción que aplicó así como las estrategias de desarrollo industrial que utilizó. El segundo es Chile que tiene un tratado suscrito y vigente con Estados Unidos, entre otros países. El tercer, los países de Centroamérica, que suscribieron en bloque un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos, pero que aun no se encuentra vigente. El cuarto Brasil, que retrata la experiencia del MERCOSUR.

2.5.1 MÉXICO

Durante la década de los noventa, el gobierno de México buscó la promoción del desarrollo económico basado en un modelo de apertura, para lo cual resultaba fundamental el establecimiento de un tratado de libre comercio con Estados Unidos, cuyo objeto principal era afianzar la apertura comercial y brindarle a las exportaciones mexicanas un trato preferencial en el mercado mas grande del mundo.

Dentro de las negociaciones establecidas por el gobierno mexicano, se encuentran siete principios los cuales permitirían avanzar en la negociación sin desproteger los intereses nacionales, los cuales fueron:

1. La liberación de bienes, servicios y flujos de capital⁵⁰
2. Se asumía que el TLC debía adecuarse y ser aceptable dentro de las disposiciones del GATT-lo cual se cumplió ampliamente-, lo que se hizo fue negociar aspectos exclusivos al comercio entre los países.
3. Apertura gradual, dotando así a los sectores de un determinado tiempo para prepararse y poder enfrentar la competencia, evitando que se vieran perjudicados.
4. Negociación de normas y estándares técnicos claros para evitar a implantación de barreras no arancelarias.
5. Establecimiento de reglas de origen claras, así como de normas para evitar el uso de subsidios que distorsionaran el comercio
6. Incorporación de un capítulo de resolución de controversias con el objetivo de resolver las disputas comerciales ante medidas proteccionistas que pudieran adoptar un país en forma unilateral.

Durante las negociaciones se experimentaron dificultades para la negociación en sectores específicos como el textil, automotor, agrícola y el de los energéticos. Lo anterior debido principalmente al enorme peso en la economía de los países que suscribían el tratado, en algunos casos por soberanía nacional, generación de empleo, generación de valor agregado o por cuestiones sociales, políticas o históricas, que limitaban los márgenes de maniobra en las negociaciones ya que cada uno de los países buscaba los mayores beneficios sin sacrificar lo que tenía hasta el momento, ni causar conflictos internos.

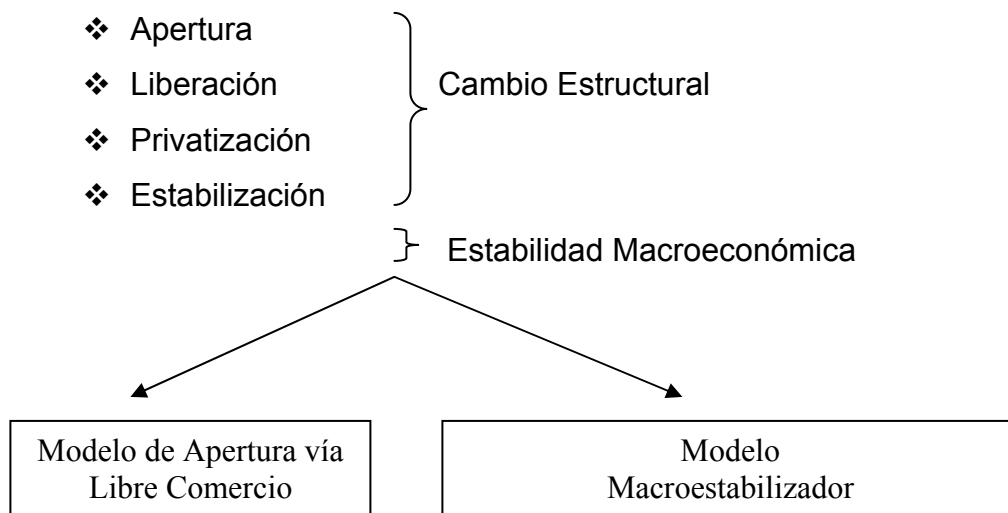
2.5.1.1. MODELO ALPES: APERTURA, LIBERACION, PRIVATIZACION Y ESTABILIZACION

⁵⁰ Aclaraba que no se aceptan discusiones en temas que contemplaran alguna modificación constitucional como era la propiedad y exportación de los recursos naturales.

En este proceso de apertura y libre comercio de México, resulta de gran utilidad entender el contexto en el que se dio la liberación comercial de los países latinoamericanos y el TLCAN en la década de los noventa. Este proceso fue caracterizado por el modelo ALPES Consenso de Washington.

El modelo ALPES es un modelo basado en políticas de apertura y estabilización macroeconómica, crecimiento enfocado a la exportación y liberación de mercados, que definen la llamada reforma estructural. En el desarrollo de esta política, México es considerado como uno de los países más proclives a suscribir acuerdos de libre comercio, pues tiene un índice de apertura del 71% y ha suscrito 12 acuerdos comerciales con 42 países⁵¹.

Grafica 2. La Estrategia de Transición: El Modelo – ALPES



Fuente: Global Economic Prospects.

El modelo ALPES se sintetiza en dos pilares o programas: el primero trata sobre las reformas de cambio estructural, los cuales tienden a cambiar el sistema económico a uno privatizado, de libre mercado y abierto, el segundo pilar, fue el

⁵¹ Banco Mundial. Global Economic Prospects, 2004.

programa macroeconómico de estabilidad que busca evitar las distorsiones que la volatilidad de los precios acarrea a la economía.

El funcionamiento del modelo es el siguiente: la apertura al exterior permitirá que la competencia internacional obligue a las empresas a ser competitivas y el mecanismo de precios de mercado favorecerá una asignación más eficiente de recursos y un patrón de estabilización en el comercio internacional basado en las ventajas competitivas que genere un modelo industrial exportador como motor de crecimiento económico sostenible en un marco macroeconómico de baja inflación (estabilización de precios).

La estrategia de transición de la economía cerrada a la abierta es denominada el Modelo ALPES: Apertura, Liberación, Privatización y Estabilización. Los primeros tres implican cambio estructural en las empresas y el comercio mientras que el cuarto punto es la estabilidad macroeconómica. Así tenemos que del ALPES se desprenden otros dos modelos: El de Crecimiento Exportador y el Modelo Macroestabilizador.

2.5.1.2. ESTRATEGIA DE APERTURA IMPLEMENTADA POR MEXICO: POLITICA INDUSTRIAL PASIVA

La presencia de México en el mercado de Estados Unidos inició una etapa de crecimiento sostenido a partir del ingreso al GATT (hoy OMC) y la entrada en vigor del TLCAN en 1994. Dicha participación pasó de 6.08% en 1990 (30.172 millones de dólares), que lo ubica como el tercer socio comercial de Estados Unidos, a un máximo de 11.58% (134.732 millones de dólares) en 2002 y segundo socio comercial, esto es el resultado del impacto positivo de este acuerdo comercial para México. Sin embargo en el 2003 se observa una sensible disminución en la

participación de mercado (10.96%), lo cual provocó que cayera a la tercera posición como socio comercial después de China⁵².

La experiencia de México, muestra que en términos generales la negociación del TLCAN fue aceptable, exceptuando el tema de la agricultura y el estancamiento con el paso de los años del modelo industrial exportador de manufacturas de ensamble. Esto obedece a que el país basó su ventaja competitiva en una *Estrategia de Apertura Pasiva*⁵³ basada en la ventaja que representa ser el primer país de la región con tratado de libre comercio con Estados Unidos, así mismo factores como mano de obra e importaciones baratas, tipo de cambio apreciado y ausencia de una política industrial, empeoraron la situación.

La adopción de una política industrial pasiva, se hizo bajo el concepto de que una mayor competencia internacional obligaría automáticamente a las empresas a innovar y a volverse más competitivos, obteniendo como resultado una mejor asignación de recursos. La teoría de libre mercado señala que la aplicación de estas políticas conduce al desarrollo de un sector exportador dinámico y un crecimiento competitivo sustentable. Sin embargo, la experiencia de México no ha sido consistente con este modelo, pues mientras más se ha abierto la economía, el sector industrial se ha vuelto menos competitivo. Es así como puede apreciarse en el cuadro, que México ocupa el 10 lugar en la economía mundial y el 57 lugar en lo que tiene que ver con la competitividad.

⁵² CECIC. Centro de Capital Intelectual y Competitividad. La apertura y la paradoja de la competitividad y la globalización en México, 2004, p, 64.

⁵³ Que establece que la mejor política industrial es la que no existe.

Cuadro 3. La Apertura Y La Paradoja De La Competitividad Y La Globalización En México, 2004.

País	PIB		Competitividad	
	Ranking	Miles de Millones de dólares	Microeconomiita	
			Sistémica	
			2003-2004 (102 Países)	
Estados Unidos	1	10,445.60	2	6
Japón	2	3,996.20	13	15
Alemania	3	1,987.00	5	12
Reino Unido	4	1,555.20	5	11
Francia	5	1,419.30	10	20
China	6	1,237.10	46	49
Italia	7	1,186.00	24	27
Canadá	8	729.00	12	13
España	9	654.00	25	26
México	10	637.30	48	57
Brasil	13	452.40	34	47

Fuente: CECIC, 2004.

De igual forma, México no tomó en cuenta el fenómeno de la hipercompetencia y la velocidad con que se mueven los otros competidores en el mercado. El tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá no fue un acuerdo de exclusividad, la entrada de China a la OMC y su estrategia activa de crecimiento competitivo y de industrialización, desplazó a México del segundo lugar en el mercado estadounidense. Evidenciando que México no transformó sus ventajas competitivas de los noventas en ventajas competitivas sustentables, lo que impidió la inserción activa de este país a la globalización vía competitividad sistémica. China la desplazó porque cuenta con una estrategia de competitividad basada en polos regionales –clusters-, en un marco de crecimiento altamente competitivo y un ambiente de negocios adecuado.

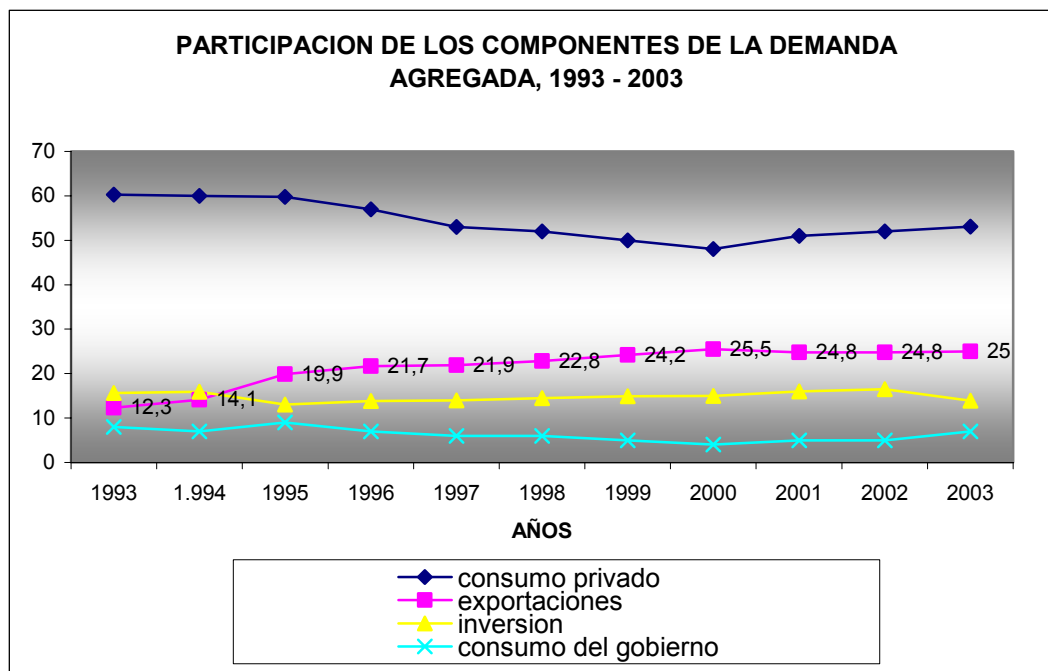
En este contexto, la experiencia de China y México contrastan, una estrategia de apertura pasiva vía libre comercio y política industrial pasiva vs una estrategia de apertura e inserción activa y de crecimiento competitivo como China, debe considerarse como la primera lección, hay que tener una estrategia activa de inserción donde la mejor defensa es el ataque.

2.5.1.3. MODELO EXPORTADOR: MANUFACTURA DE ENSAMBLE

El dinamismo del modelo exportador de la década de los noventa generó un nuevo modelo de crecimiento hacia fuera, vía industrialización exportadora que sustituyó al viejo modelo de crecimiento hacia adentro, vía industrialización sustitutiva de importaciones. Es en este contexto, que el cambio en la estrategia de crecimiento se logró a través de la apertura vía acuerdos de libre comercio y generó durante la primera etapa de los noventa, hasta el 2000, una dinámica del crecimiento basada en las exportaciones. Así, la participación de las exportaciones en la demanda agregada pasó de 12,8% en 1993 a 25,6 en el 2000, cifra que se mantuvo hasta 2003 siendo el segundo elemento de mayor relevancia después del consumo privado⁵⁴. En otras palabras, el crecimiento de la demanda externa fue el motor del crecimiento económico.

⁵⁴ CECIC. Centro de Capital Intelectual y Competitividad. La apertura y la paradoja de la competitividad y la globalización en México, 2004, p, 73.

Grafica 3



Fuente: CECIC, 1993-2003.

En el periodo de 1990-2003 se destaca la mayor participación de las exportaciones manufactureras y de la industria maquiladora, pues las primeras pasaron de representar el 80,3% de las exportaciones totales en 1993 a 87,3% en 2000, situándose, finalmente en 85,5% en 2003; mientras que las segundas representaron como porción del total el 42,1% en 1993, en el año 2000 pasaron al 47,7% y para el 2003 representaron el 47%⁵⁵. En cambio las exportaciones agrícolas, petroleras y extractivas redujeron notablemente su contribución en el total, destacando la reducción de la participación de las agrícolas dentro de las exportaciones totales al pasar de 4,8% en 1993 a 2,8% en 2003⁵⁶. Ello demuestra que se dio un proceso efectivo de sustitución intersectorial de las exportaciones mexicana, donde las de manufacturas y maquila sustituyeron a las de bienes petroleros y primarios.

⁵⁵ Datos del Banco Mundial de México. www.bancomundial.org.mx.

⁵⁶ *Ibíd.*

Dentro del total manufacturero, las exportaciones de la industria maquiladora cobraron importancia al aumentar su participación de 52,4% en 1993 a 54,9% en el año 2003, e incluso su dinamismo fue muy acelerado pues crecieron a una tasa media anual del 13,5% mientras que las exportaciones no maquiladoras crecieron a una tasa anual de 12,4% en el 2003.

Según informes del Banco de México el **Modelo Industrial Exportador de Manufactura de Ensamble** implementado durante mas de 10 años por este país, genera muy poco valor agregado, pues para el 2000 las importaciones del sector maquilador fueron del 61,7 miles de millones de dólares (mmd), mientras que las exportaciones netas solo fueron de 18,3 mmd y la misma tendencia se mantiene en el periodo 1993-2003⁵⁷.

También, la industria maquiladora aporta menos del 25% del total de exportaciones: de 77 mmd (2003), pues es intensiva en importaciones, integra menos del 3% de insumos nacionales que son principalmente pagos de salarios. La propia maquila tiene casi 40 años en México y no ha avanzado en su generación de valor agregado en la cadena global.

En este orden de ideas, se caracteriza al modelo exportador por dos elementos principales a saber:

1. La desarticulación productiva interna, que impide el escalamiento en la cadena global de valor.
2. Genera muy bajo valor agregado.

Al respecto, el Reporte Mundial de Comercio y Desarrollo 2002, señala que mientras la participación de las exportaciones mundiales de manufacturas de

⁵⁷ Ibíd.

México paso del 0,2% al 2,2% de 1980 a 1997, su participación en el valor agregado mundial paradójicamente disminuyó del 1,9% a 1,2% en el mismo periodo⁵⁸; lo anterior contrasta significativamente con países como Corea del Sur y China que incrementaron tanto su participación en las exportaciones manufactureras mundiales, como su participación en el valor agregado. La razón es la intensidad de importaciones en el proceso exportador característico de una industria de ensamble con desarticulación productiva interna.

2.5.1.4. AUJE, ESTANCAMIENTO Y EFECTOS DEL MODELO EXPORTADOR

A pesar de la evolución del periodo 1993-2000, el sector exportador se estancó durante los años 2001-2003, pues mientras las exportaciones totales tuvieron un crecimiento del 0,3% en promedio en esos años, las manufacturas tuvo un crecimiento del 0,2% y la maquila en promedio un 1%⁵⁹, dicho comportamiento estuvo influido principalmente por cuatro factores:

1. El freno de las exportaciones a partir de 2001, como resultado, en buena medida, de la recesión de Estados Unidos
2. Las ventajas en que se basó la economía mexicana, su dinamismo exportador como es el acceso preferencial al mercado norteamericano, mano de obra barata y abundante, e importaciones baratas; no se potencializaron de manera que las ventajas comparativas sustentables, así como la entrada de nuevos jugadores en el comercio internacional como China, hace que las exportaciones mexicanas están siendo desplazadas por la de otros países, destacándose las de esa economía asiática.
3. El modelo de manufactura de ensamble que fue predominante en la dinámica exportadora, también mostró signos de erosión pues no sólo sus ventas al exterior crecieron 0 9% en promedio durante los años 2000-

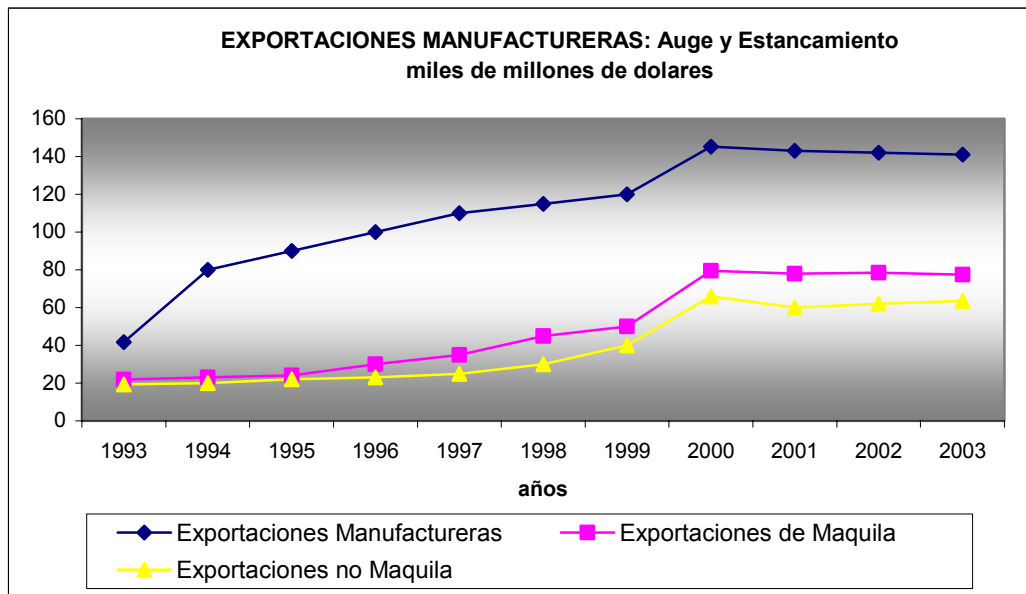
⁵⁸ UNCTAD. Reporte Mundial de Comercio y Desarrollo., 2002. www.unctad.org.

⁵⁹ Datos del Banco Mundial de México. www.bancomundial.org.mx.

2003⁶⁰, sino que su participación en las exportaciones totales comenzó a disminuir e incluso se ha presentado una alarmante migración de maquiladoras de México a Asia en un tiempo muy corto, particularmente China.

4. La política macroestabilizadora anticompetitiva con un tipo de cambio real apreciado que influye, asimismo, negativamente sobre el sector industrial y exportador de la economía mexicana

Grafica 4



Fuente: CECIC, 1993-2003

El modelo exportador y la industrialización de manufacturas de ensamble no solamente tienen baja capacidad de arrastre y encadenamiento de los sectores productivos, sino que además no propician la acumulación de capital de manera sostenible y mucho menos fomentan la innovación (productividad). En cuanto a la acumulación de capital, la proporción de la inversión con respecto al PIB pasó del 26% en 1997 al 20% en el 2003, mientras que el ahorro interno como proporción

⁶⁰ Ibíd.

del PIB paso del 24% en el año 1997 a 18% en el 2003, esto es, se redujo en seis puntos porcentuales en tan solo seis años⁶¹.

El empleo en la industria manufacturera creció de manera importante desde 1995 hasta principios de 1998, de este año hasta el 2000 se estanco y de finales de este año hasta la actualidad he decrecido de manera vertiginosa. El índice de empleo en la industria manufacturera bajo de 122,4% en al año 2000 al 103,47% a enero del 2004. En la industria maquiladora de exportación, el personal ocupado creció de manera importante desde principios de 1993 y llegó a su máximo nivel a finales del año 2000, cayó de manera importante desde principios del año 2001 hasta el mes de enero del año 2002 y de esta fecha hasta la actualidad esta industria no genera nuevos empleos⁶².

Por lo que se refiere a las remuneraciones reales, durante el periodo 2000-2003 se observa una tendencia descendente en toda la industria manufacturera y en la industria maquiladora de exportación el decrecimiento de las remuneraciones medias por persona ocupada es mayor, pasa de 4,41% en el 2000 a 0,08 al cierre del 2003⁶³.

El déficit en la balanza comercial total de 5,7 mmd en 2003 no refleja la dependencia de México de las exportaciones netas de maquila y del petróleo. Las exportaciones netas de maquila redujeron el déficit en la balanza comercial total en 18,3 mmd, es decir, la balanza comercial sin maquila es de menos 24 mmd. De igual manera, la balanza comercial sin exportaciones petroleras es de menos 24,3 mmd, reflejando la dependencia de México del sector⁶⁴. Esto obedece a que, al desagregar la balanza comercial en petrolera y no petrolera se puede observar que la mejora en la balanza comercial de México se atribuye a un aumento en las

⁶¹ Datos del Banco Mundial de México. www.bancomundial.org.mx.

⁶² *Ibíd.*

⁶³ *Ibíd.*

⁶⁴ *Ibíd.*

exportaciones petroleras, no a un aumento en la productividad o competitividad del sector manufacturero.

2.5.1.5. LA INDUSTRIA DE CALZADO

La industria del calzado en México es un sector importante en la economía por su participación en el PIB total y manufacturero, por la generación de divisas vía exportaciones y por el número de empleos. Además, ésta cadena productiva tiene un efecto de arrastre hacia atrás y hacia delante y hacia otras ramas de la economía. Adicionalmente, la producción de calzado es un artículo de primera necesidad, ubicado sólo después de la alimentación, vivienda y vestido.

A pesar de su importancia, la participación de la industria del calzado en la economía se ha reducido de forma significativa en los últimos cuatro años, debido al bajo crecimiento de su producción. Lo anterior se debe a que la industria del calzado es altamente globalizada y, por lo tanto, altamente sensible a los cambios en la competitividad internacional y a las estrategias de las principales compañías transnacionales.

La industria del calzado es global, pues las actividades que definen su ciclo de valor – desarrollo de productos, abastecimiento de materias primas y componentes, manufactura, distribución logística, comercialización y venta- están interconectadas a escala mundial mediante alianzas estratégicas entre empresas, segmentos de la producción, regiones productoras y países.

Actualmente, en el desarrollo de la industria a nivel global, las empresas más competitivas no se insertan en el mercado global de manera aislada. En el juego de la hipercompetencia (que considera al mercado nacional e internacional como uno solo), la lucha competitiva es entre Cadena empresarial vs. Cadena

empresarial, Polo regional vs. Polo regional, Distrito industrial vs. Distrito industrial y País vs. País.

En los últimos años en México, las importaciones totales de calzado se han incrementado de forma considerable lo cual ha reducido el superávit comercial del sector (en 2000 y 2001, las importaciones aumentaron 30 por ciento en promedio). La información por regiones muestra que desde 1999 las importaciones de origen asiático han aumentado su participación en el mercado mexicano (en 2000 y 2001 las importaciones originarias de Asia crecieron 40.5 por ciento en promedio y su Programa para la Competitividad de la Industria del Cuero y Calzado participación en las importaciones totales de calzado de México pasó de 32 por ciento en 1999 a 38 por ciento en 2001), destacándose las importaciones de países como Vietnam, Indonesia, Taiwán, Corea del Sur, China y Tailandia.⁶⁵

El aumento acelerado en la participación del calzado asiático en el mercado mexicano representa ya una amenaza a la industria nacional. Actualmente México aplica cuotas compensatorias a las importaciones de calzado chino, sin embargo, con el ingreso de China a la OMC, en el (2006) las investigaciones por prácticas desleales de comercio se regirán por lo establecido según las reglas de la OMC. Es por ello indispensable una estrategia de fortalecimiento a la competitividad de las empresas nacionales de la industria del cuero y calzado para poder enfrentarse a la competencia global de forma exitosa, pues la amenaza al sector ya está presente y será cada vez mayor en el futuro.

A raíz de lo mencionado, se realizó un estudio de diagnóstico de la cadena productiva cuero-proveeduría-calzado con el fin de conocer sus fortalezas y debilidades. El estudio fue realizado por el Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC) en Guanajuato (región que concentra mas de la mitad de

⁶⁵ SE. Secretaria de Economía de México. Programa para la Competitividad de la Industria del Cuero y Calzado, 2005, p, 5.

la industria de cuero y calzado) por lo que es representativo del sector a escala nacional.

Los resultados obtenidos en la investigación del CECIC mostraron que en promedio, la competitividad de la industria del cuero-calzado es baja. Sin embargo, se encontró que existe un grupo de empresas con altos niveles de competitividad a escala internacional y otro grupo de empresas en transición; ambos, con posibilidades de jalonar a un tercer grupo de empresas más rezagadas de la cadena productiva. El estudio señaló además que la industria cuenta con una serie de ventajas competitivas importantes que a la fecha han sido subutilizadas por las empresas del sector y con posibilidades de potenciarse al máximo.

Ante este escenario, y considerando que este sector es de gran importancia en la producción, empleo y exportaciones a escala nacional y regional, la necesidad de una estrategia y de un programa para fortalecer y aprovechar las ventajas competitivas de las empresas de la cadena cuero-proveeduría-calzado tiene un carácter prioritario.

El *Programa para la Competitividad de la Industria del Cuero y Calzado* que actualmente se está implementando, tiene como objetivo desarrollar diez capitales de la competitividad que permitan la formación y desarrollo de empresas con organización inteligente, flexibilidad productiva y agilidad comercial y de un sistema de innovación, marketing y manufactura a lo largo de la cadena, apoyado por el capital institucional, gubernamental y social que dan la base del entorno de competitividad.

2.5.1.5.1. INDICADORES ECONÓMICOS.

❖ Producción y Consumo.

Según datos del INEGI, la industria de cuero-calzado participa con 0.22% del PIB nacional, con 1.0 por ciento del PIB manufacturero y con 13.7% del PIB de la división de textiles, prendas de vestir e industria del cuero y calzado⁶⁶.

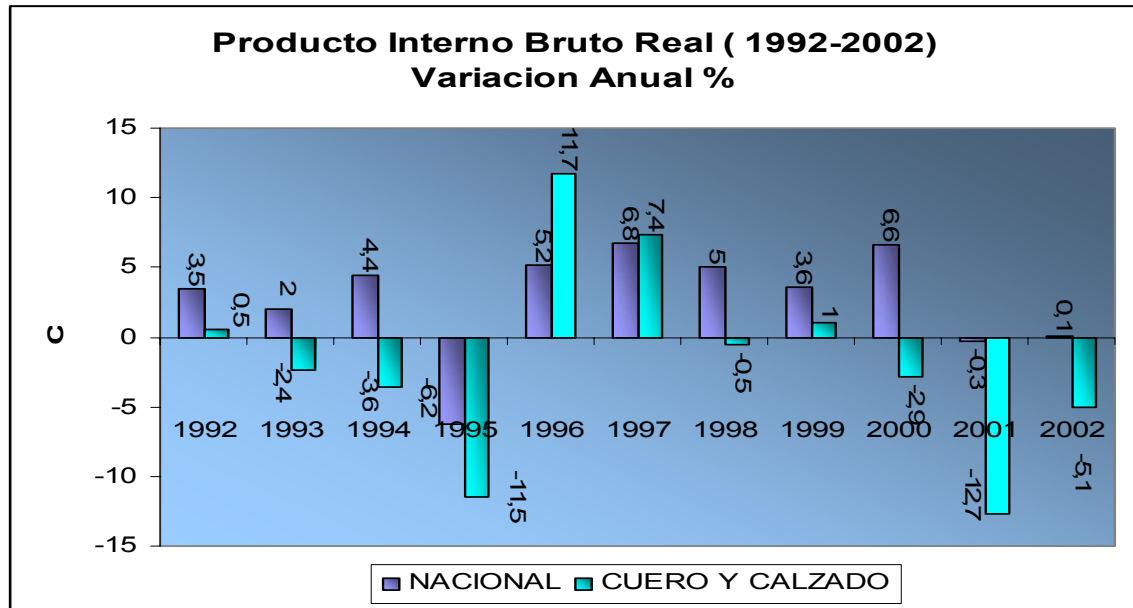
La importancia de la industria ha variado notablemente desde mediados de la década de los noventa, pues a partir de entonces, el desempeño de la industria se volvió aún más sensible a los cambios en la competitividad internacional y a las estrategias de compañías transnacionales. Hasta 1994, la competitividad de la industria nacional se encontraba rezagada pues se mantenían elevados salarios en dólares y una balanza comercial deficitaria que derivó en una caída de la producción de 3.6 por ciento en ese año.

En 1995, se reactivaron las exportaciones, pero la caída del ingreso per cápita derivada de la crisis provocó una reducción de la producción de 11.5 por ciento. Al mismo tiempo, la crisis aumentó la competitividad del sector pues los salarios en dólares se redujeron drásticamente. En los dos años posteriores, el incremento en la competitividad se capitalizó. El gran dinamismo de las exportaciones y la recuperación gradual del poder de compra reactivaron la producción 11.7 y 7.4 por ciento en 1996 y 1997 respectivamente. Sin embargo, tiempo después las exportaciones comenzaron a perder dinamismo. La crisis asiática colocó en desventaja competitiva a México en la industria del calzado, lo cual provocó una caída en la producción en 1998 de 0.5 por ciento seguida de un modesto crecimiento en 1999 (1.0 por ciento)⁶⁷.

⁶⁶ Ibíd. p, 7.

⁶⁷ Ibíd. p, 8.

Grafica 5.



FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales. INEGI.

En el 2000, el dinamismo exportador se redujo y la producción nacional registró una caída del 2.9 por ciento. La reducción del PIB total nacional en 2001 y el bajo dinamismo de las exportaciones provocaron una caída en la producción real el año pasado de 12.7 por ciento⁶⁸.

En 2002, el panorama no es alentador, pues en el primer semestre la producción real de la industria cuero-calzado ha caído 5.1 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que el PIB total nacional creció sólo 0.1 por ciento en ese periodo.

Considerando sólo al eslabón de calzado, datos del Centro de Investigación y Asesoría Tecnológica en Cuero y Calzado (CIATEC) muestran que durante la década pasada, la producción nacional tuvo un comportamiento muy irregular que podemos dividir en tres periodos:

⁶⁸ Ibíd. p, 8-9.

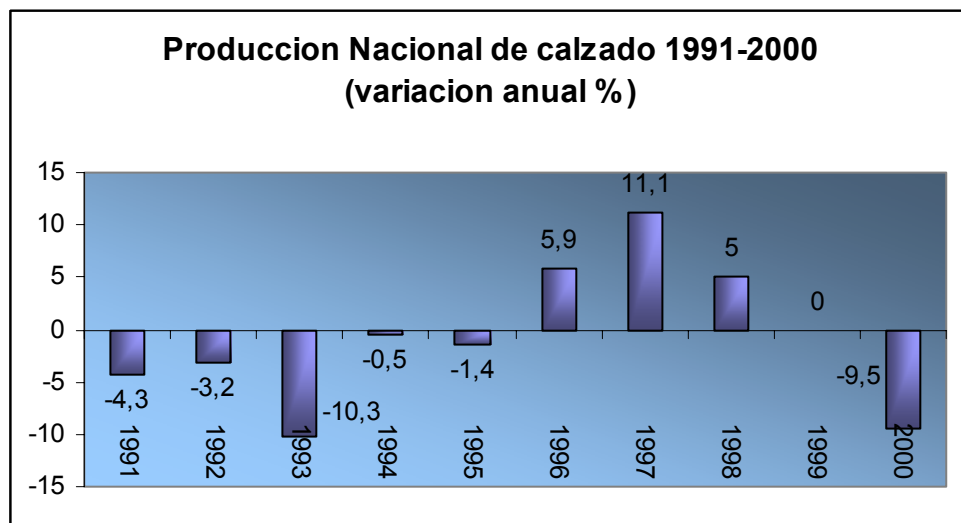
a) 1990-94, en la que se observa una caída en la producción y un incremento de las importaciones.

b) 1995-98, donde se registró una recuperación de la producción y de las exportaciones y una caída de las importaciones.

c) 1999-2000, en donde la producción y exportación se estanca, mientras que las importaciones aumentan.

Los datos del CIATEC sobre producción de calzado se presentan en la siguiente gráfica:

Grafica 6.



FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales. INEGI.

❖ Comercio exterior

Los datos del INEGI muestran que al igual que la producción, el comportamiento del comercio exterior de la industria esta marcado por los periodos divididos por la entrada en vigor del TLCAN. Antes de 1994, la balanza comercial de los productos de cuero y calzado estaba relativamente equilibrada aunque las exportaciones e importaciones crecían a un ritmo similar. A finales de 1994 se presentó un

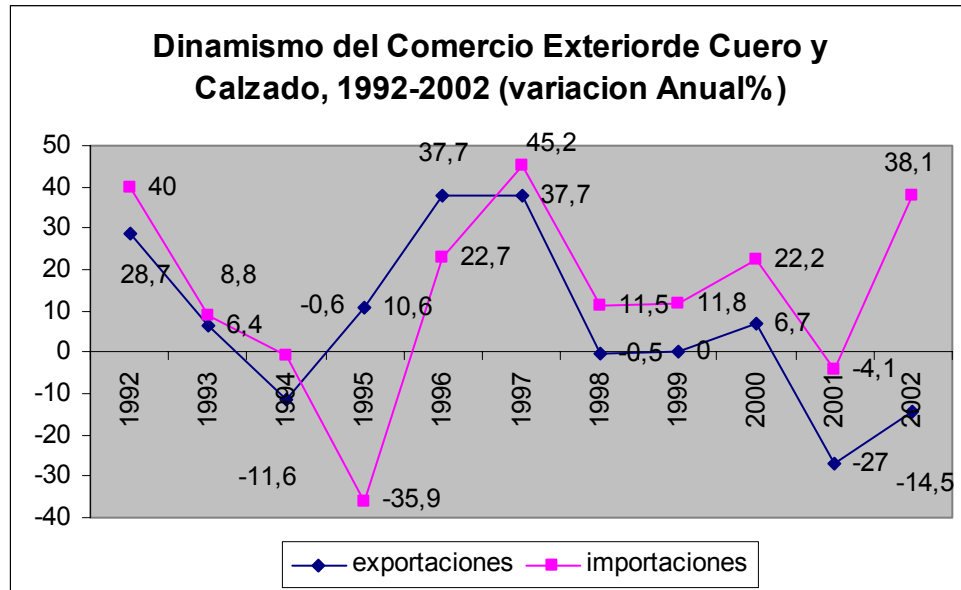
aumento de la competitividad de la producción nacional y un consecuente aumento de las exportaciones y reducción de las importaciones mejorando así el saldo comercial.

En los tres años posteriores (1995-97) el dinamismo de las exportaciones fue en promedio superior al de las importaciones (28.7 y 10.7 por ciento respectivamente). Para el periodo 1998-2000 el dinamismo de dichos indicadores se invirtió (2.0 y 15.2 por ciento respectivamente). Sin embargo, el saldo positivo de la balanza comercial se mantuvo (200 millones de dólares en promedio). En el 2001, tanto las exportaciones como las importaciones sufrieron una reducción significativa (27.0 y 4.1 por ciento respectivamente) y la balanza comercial se volvió deficitaria⁶⁹.

Los indicadores a junio de 2002 muestran que las exportaciones sufrieron una caída de 14.5 por ciento mientras que las importaciones presentaron un crecimiento positivo del orden de 38.1 por ciento comparados con el mismo periodo del año anterior.

⁶⁹ Ibíd. p, 11.

Grafica 7.



Fuente: BIE-INEGI

Datos de la Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales de la Secretaría de Economía muestran que en el 2001, México realizó exportaciones de calzado por 356.6 millones de dólares (md), cifra 12 por ciento inferior a la registrada en el 2000. Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones (93.3 por ciento de las totales), el segundo destino principal fue Puerto Rico (1.5 por ciento) y Canadá (1.1 por ciento). Estos tres países representaron 96 por ciento del total exportado. Los principales productos fueron: Calzado para hombres, calzado con suela de cuero, otro calzado que cubre el tobillo, calzado para mujer y partes de calzado de cuero o piel.

Cuadro 4. Exportaciones de calzado por países 1999-2002								
Países	1999		2000		2001		2002	
	(md)	%	(md)	%	(md)	%	(md)	%
Total	426.9	100	405.1	100	356.6	100	148	100
Estados Unidos	371	86.9	368.4	90.9	332.6	93.3	139	93.7
Puerto Rico	5.9	1.4	4.9	1.2	5.3	1.5	3	2.0
Canadá	14.6	3.4	5.2	1.3	3.8	1.1	1.3	0.9
Italia	0.3	0.1	0.5	0.1	0.7	0.2	0.7	0.5
Guatemala	2.2	0.5	2.1	0.5	1.7	0.5	0.7	0.5
Costa Rica	4.1	1.0	1.8	0.4	1.1	0.3	0.5	0.3
Cuba	3.7	0.9	3.6	0.9	2.6	0.7	0.4	0.3
Alemania	2.4	0.6	1.1	0.3	0.6	0.2	0.4	0.3
El Salvador	1.1	0.3	1.3	0.3	0.5	0.1	0.3	0.2
Japón	0.5	0.1	0.3	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1
Resto del Mundo	21.1	4.9	15.9	3.9	7.4	2.1	1.8	1.2

Fuente: Secretaria de Economía de México, 2002.

En el mismo periodo, México importó calzado por un monto de 271.3 md. Ello significó un crecimiento de 42.1 por ciento respecto al 2000. Los países de mayor importancia en nuestras importaciones fueron: Estados Unidos (28.2 por ciento), Brasil y España (10.4 por ciento cada uno), Italia (8.5 por ciento), Vietnam (8 por ciento), Indonesia (7.8 por ciento) y Taiwán (7 por ciento). Estos siete países representaron 80 por ciento del total importado⁷⁰.

Cuadro 5. Importaciones De Calzado Por Países 1999-2002								
Países	1999		2000		2001		2002	
	(md)	%	(md)	%	(md)	%	(md)	%
Total	162.4	100	190.9	100	271.3	100	156	100
Estados Unidos	77.6	47.8	71.4	37.4	76.4	28.2	29.1	18.7
Brasil	3.5	2.2	10.2	5.3	28.2	10.4	24.7	15.9
España	12.1	7.5	16.2	8.5	28.3	10.4	17.1	11.0
Vietnam	7.9	4.9	14.3	7.5	21.7	8.0	16.7	10.7
Italia	8.1	5.0	10.6	5.6	23	8.5	15.6	10.0
Indonesia	17.9	11.0	18.7	9.8	21.2	7.8	10.4	6.7
Taiwán	10.5	6.5	14.4	7.5	19.1	7.0	10.4	6.7
Corea del sur	3.8	2.3	5.3	2.8	11.8	4.3	9.4	6.0
China	6.1	3.8	8.6	4.5	11.3	4.2	7.1	4.6
Tailandia	4.1	2.5	6.2	3.2	11.4	4.2	5	3.2
Resto del Mundo	10.8	6.7	14.9	7.8	18.7	6.9	10.3	6.6

Fuente: Secretaria de Economía de México, 2002.

⁷⁰ Ibid. p. 14.

De las importaciones de origen estadounidense (76.4 md en 2001), los principales productos son: partes de calzado, suelas y tacones, calzado con suela de caucho o plástico, calzado impermeable, calzado desechable y calzado para mujer; que en conjunto representan 82.5 por ciento de las importaciones originarias de Estados Unidos⁷¹.

Cabe destacar que dos países asiáticos aumentaron significativamente y en un periodo corto de tiempo su participación en el mercado mexicano: Vietnam e Indonesia, por lo que México debe considerar que dichos países son ya verdaderos rivales en la competencia por el mercado interno. Adicionalmente aunque China tiene una participación menor hay que considerar que también es un rival importante.

El saldo de la balanza comercial de la industria del calzado ha sido positivo desde 1995 hasta 2001, sin embargo se ha deteriorado paulatinamente pues mientras que en 1999 fue de 264.5 md para el 2001 descendió a 85.3 md y para el primer semestre de este año el saldo fue deficitario en 7.6 md. Por regiones, el saldo comercial es positivo con Estados Unidos (256.2 md en 2001) y negativo con los países de la Unión Europea, Asia y Resto del Mundo (50.8, 102.5 y 17.5 md respectivamente).⁷²

2.5.1.5.2. FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA

En un estudio de campo elaborado por el Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC) se obtuvo información relevante respecto a la situación competitiva de la cadena productiva para las empresas ubicadas en Guanajuato (estado que contribuye con la mayor parte de la producción del país) por lo que se

⁷¹ *Ibíd.* p, 16.

⁷² Fuente: Secretaría de Economía de México ,2002.

puede tomar como una muestra representativa de la situación de la cadena en el resto de las principales regiones productoras (Jalisco, Estado de México y Distrito Federal). El total de las empresas encuestadas del eslabón de curtiduría fue 25, de proveeduría 25 y de calzado 101. El parámetro de competitividad se midió de acuerdo a una escala de calificaciones de forma ascendente, de 1 a 10 (donde 10 es muy bien). El CECIC considera que las empresas que califican con 6 o más tienen el nivel mínimo para emprender una estrategia competitiva de alto nivel. Los principales resultados de la investigación realizada por el CECIC contemplan, los planteamientos elaborados por los empresarios sobre la problemática actual del sector en cada nivel.

El estudio elaborado por el CECIC precisa que al evaluar los capitales en conjunto, se obtiene el grado de competitividad de cada nivel. Los resultados sobre la situación competitiva de las empresas de cuero y calzado por niveles y capitales se presentan a continuación.

1) Nivel Macroeconómico

A este nivel, el fortalecimiento de la competitividad requiere de la formación de los capitales empresarial y laboral. Es decir, se requieren empresas que aprendan e innoven de forma continua, con capacidad de respuesta al cambio. Las empresas deben tener tres características fundamentales: a) inteligentes en la organización, b) flexibles en la producción y c) ágiles en la comercialización (estas tres características se engloban en el concepto de empresas tipo IFA). Lo anterior requiere de empresarios con nuevas capacidades gerenciales y administrativas modernas y trabajadores eficientes.

2) Nivel Mesoeconómico

La competitividad a nivel de empresa (nivel microeconómico) es condición necesaria más no suficiente para tener éxito en un entorno de competencia internacional, las empresas de la industria del cuero y calzado deben entender que hoy se compite empresa vs empresa, cadena empresarial vs cadena empresarial, distrito industrial vs distrito industrial y país vs país. En éste contexto, la competitividad de las cadenas y distritos industriales se desarrolla en donde fluye la comunicación sobre la reputación de las empresas (calidad o formalidad). Es por ello que el nivel mesoeconómico es indispensable pues en él se crean las condiciones para la formación de los tres capitales que lo integran: organizacional, intelectual y logístico.

3) Nivel Macroeconómico

La competencia actual en el mercado local e internacional implica que las empresas requieren de un entorno macroeconómico competitivo. La competitividad macroeconómica debe desarrollarse en sus dos vertientes: a) crecimiento de la demanda agregada y b) eficiencia y estabilidad macroeconómica.

La demanda agregada es importante porque no puede haber modernización sin un crecimiento continuo y sostenido del producto que genere incentivos para el cambio tecnológico. En la muestra de empresas de la cadena cuero-calzado, las empresas consideran dos variables determinantes de su desempeño: la demanda y el tipo de cambio, dichas empresas en general consideran que la caída de la demanda les afecta más que los movimientos en el tipo de cambio.

2.5.1.5.3. COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO DEL CALZADO EN EUA

En el 2000, el mercado de Estados Unidos tuvo un valor de 14,854 millones de dólares, lo que lo hace el principal mercado a escala mundial. Dicho mercado es abastecido principalmente por importaciones, las cuales en 1999 representaron 96.4 por ciento del consumo total⁷³.

En 2000, China realizó exportaciones de calzado hacia Estados Unidos por un monto de 9,195 millones de dólares, lo cual representa 61.9 por ciento de las importaciones totales, ello lo colocó como líder en el mercado estadounidense. Le siguen en importancia: Italia, Brasil e Indonesia (8.5, 7.9 y 4.9 por ciento). México ocupó el quinto lugar en la participación del mercado estadounidense con 351 millones de dólares, lo cual representa 2.4 por ciento de ese mercado.

Cuadro 6. Participación de los Países Líderes en las Exportaciones de Calzado a Estados Unidos.			
Lugar	País	Millones de US\$	%
1	China	9195	61.9
2	Italia	1264	8.5
3	Brasil	1151	7.7
4	Indonesia	731	4.9
5	México	351	2.4
6	Tailandia	328	2.2
7	España	325	2.2
	Resto del Mundo	1509	10.2

Fuente: CECIC con datos de Magic (CEPAL), 2000.

Al hacer una comparación de la posición competitiva de México con sus principales rivales en el mercado de Estados Unidos, encontramos que las exportaciones de México son 26 veces inferiores respecto al líder (China), 4 veces menores a las de Italia y Brasil, y dos veces inferiores a las de Indonesia. Lo

⁷³ Ibíd. p, 42.

anterior pone en evidencia el gran reto de la industria mexicana del calzado para mejorar su posición competitiva en dicho mercado.

Respecto a la ventaja competitiva revelada en el mercado de Estados Unidos, China también es el líder, pues después de haber ocupado la tercera posición en 1990 (con 15.43 por ciento del mercado), en 2000 tuvo más de la mitad del mercado (61.9 por ciento), el cambio es notable pues significa un enorme aumento tanto en su participación como en el valor de sus exportaciones y en la velocidad con que ello se ha dado. Resultado de ello es la ampliación de la brecha con sus principales competidores⁷⁴.

❖ Principales productos de exportación de calzado de México a EUA

A continuación se presentan los diez principales tipo de productos de calzado de exportación de México al mercado de Estados Unidos en 2000 por fracción arancelaria a diez dígitos, cabe mencionar que las diez fracciones representaron en ese año 69 por ciento de las exportaciones totales de México hacia dicho mercado⁷⁵.

Entre los principales productos de exportación destacan las partes de calzado y otros cortes (27 por ciento de las importaciones totales de Estados Unidos). En éste producto, México ocupó el segundo lugar. La ventaja competitiva de México en éste tipo de productos es muy grande, tanto en valor de las exportaciones como en precio promedio.

Otro importante producto mexicano de exportación es el calzado para caballero con suelas y corte exterior de cuero, donde México ocupó el primer lugar en el mercado de Estados Unidos (87 por ciento). En el mercado de éste producto

⁷⁴ Ibíd. p, 43.

⁷⁵ Ibíd. p, 46.

México tiene una gran ventaja en todos los niveles, en valor, en participación de mercado, precio promedio y tasa arancelaria.

En calzado con suela de caucho o de plástico y de corte exterior de cuero, México ocupa el quinto lugar con 2 por ciento del mercado (muy por debajo de sus competidores). En calzado para dama México ocupó el segundo lugar (9 por ciento) muy por debajo de las exportaciones de China.

En partes de calzado y otros cortes, México exportó 8 millones ubicándose en primer lugar con 88 por ciento del mercado y le sigue muy de lejos China con 9.5 por ciento del mercado. En este rubro tiene una gran ventaja competitiva que incluso puede aprovechar para ampliarla hacia otros países.

Otros productos importantes son partes de calzado con suelas y tacones de caucho o plástico donde México ocupa el tercer lugar, calzado con suelas externas de caucho o plástico, donde participa con 9 por ciento y ocupa el tercer lugar, calzado con suelas externas de cuero y corte exterior de cuero (primer lugar), calzado de trabajo para caballero con pliegues, suelas de caucho o plástico (quinto lugar con 10 por ciento del mercado) y calzado para caballero con suela de caucho o plástico (cuarto lugar).

En general destaca que los productos mencionados compiten prácticamente en todos los casos con los productos chinos y en menor medida con los dominicanos, brasileños, italianos y canadienses. Además el precio unitario de las exportaciones chinas es significativamente inferior al de las mexicanas. También es relevante que las tasas arancelarias entre los países competidores aunque difieren, en general benefician a México, lo cual contrasta con la posición competitiva en la mayoría de estas fracciones.

2.5.2. CHILE

En los últimos doce años, Chile ha negociado acuerdos de libre comercio con la mayor parte de sus socios comerciales. Primero, entre 1990 y 1999, con la totalidad de América Latina y Canadá, abarcando cerca del 80% del intercambio comercial total del país⁷⁶. Luego, el año 2002, concluyeron las negociaciones con la Unión Europea, Corea y Estados Unidos y en el primer trimestre de 2003, con la Asociación Europea de Libre Comercio. Hoy cerca del 75% del comercio exterior esta regido por los acuerdos de libre comercio que el país ha suscrito⁷⁷. Adicionalmente, Chile ha celebrado aproximadamente 50 acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones, 37 convenios de transporte aéreo y 13 acuerdos para evitar la doble tributación.

En este contexto, el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos implica para Chile consolidar y ampliar el acceso de sus productos a la economía más grande, estable y aquella que comanda la orientación de la nueva economía. Significa contar con reglas bilaterales claras y permanentes para el comercio de bienes y servicios y para las inversiones, facilitando la toma de decisiones de las empresas chilenas que hacen negocios con este país, que es el mayor socio comercial de Chile, y estimulando una mayor inversión estadounidense en el país.

Una premisa central de la negociación, consistió en la convicción que mayores tasas de crecimiento, mejorar la calidad y cantidad del empleo, así como la remuneración, supone acceder a mayores niveles de productividad y competitividad. Por ello, en la negociación primó el espíritu ofensivo, antes que uno de resguardo de sectores autodefinidos como sensibles.

⁷⁶ DIRECON. Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Chile. http://www.direcon.cl/index.php?accion=tlc_eeuu

⁷⁷ *Ibíd.*

En las negociaciones con Estados Unidos, el gobierno se planteo los siguientes objetivos:

1. Mejorar y consolidar las condiciones de ingreso de los productos y servicios chilenos al mercado de Estados Unidos, asegurando que ningún exportador desmejore sus actuales condiciones de acceso. Ello se tradujo en :
 - ❖ Reducir o eliminar las barreras arancelarias al comercio de bienes, incluyendo el escalonamiento de los aranceles aduaneros
 - ❖ Consolidar los beneficios del sistema general de preferencias (SGP)
 - ❖ Establecer plazos de desgravación mayores para los productos considerados más sensibles.
2. Obtener reglas claras y permanentes para el comercio de bienes, de servicios y de las inversiones.
3. Favorecer a los consumidores y usuarios de bienes y servicios que provienen de Estados Unidos por la vía de una disminución y eliminación en los aranceles que Chile cobra por ellos, a la fecha actual del orden del 6%.
4. Regular adecuadamente los mecanismos de defensa comercial, tales como las salvaguardias y derechos compensatorios.
5. Disponer de normas y estándares técnicos, sanitarios y fitosanitarios que aseguren el libre comercio, otorgando un trato no discriminatorio entre productos nacionales y extranjeros, a través del uso de normas internacionales homologables y permitiendo la certificación en Chile de bienes exportados a Estados Unidos
6. Establecer mecanismos de solución de controversias conocidos, transparentes y eficaces que permitan defender adecuadamente los intereses nacionales en la resolución de conflictos comerciales, en el caso que aquellos se produzcan.
7. Estimular los flujos de comercio e inversión entre ambas partes

8. Preservar los espacios necesarios de autonomía en la política económica y, en particular, en los aspectos regulatorios⁷⁸.

2.5.2.1. CARACTERISTICAS DEL TLC

El tratado suscrito con Estados Unidos creó una sólida y profunda zona de libre comercio entre ambos países y constituye un acuerdo equilibrado e integral, que incluye todos los aspectos de la relación económica bilateral, tales como el comercio de bienes, las contrataciones públicas, la promoción y protección de las inversiones extranjeras, los servicios transfronterizos y la protección de los derechos de propiedad intelectual.

También incorpora temas de la nueva economía, como el comercio electrónico y las telecomunicaciones. Además, aborda en forma innovadora los temas relativos a asuntos ambientales y laborales, los que han ido adquiriendo una relevancia creciente en la agenda del comercio internacional. El tratamiento de estos últimos temas, minimiza el riesgo que sean utilizados como barreras proteccionistas, mediando el compromiso de ambas partes de garantizar el cumplimiento de su propia legislación.

Este tratado refuerza la estabilidad de la política económica chilena y de sus bases institucionales, mejorando probablemente aun más la clasificación de riesgo de Chile, rebajando con ello el costo del crédito, consolidando la estabilidad del mercado de capitales y avanzando en su profundización⁷⁹.

⁷⁸ Tratado de Libre Comercio Chile - Estados Unidos. Pagina Web: http://www.direcon.cl/index.php?accion=tlc_eeuu

⁷⁹ Impacto de un Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos. Un enfoque de Equilibrio general. Santiago de Chile, 1992.

2.5.2.2. BENEFICIOS DEL TLC

La población chilena se verá favorecida por distintas vías:

1. Rebajas arancelarias que significan una reducción neta de impuestos, incluso después de la compensación por la menor recaudación fiscal derivada de la desgravación arancelaria, aumentando su ingreso disponible frente a un incremento en la oportunidad y variedad del consumo.
2. Un mayor crecimiento, derivado de las mejores oportunidades de empleo y de salario, contribuirán también a incrementar el ingreso disponible de la población.
3. El menor riesgo-país se verá reflejado en menores tasas de interés, incluso en las tasas de los créditos hipotecarios y de consumo, con el consiguiente efecto positivo para el ingreso real disponible.
4. La productividad de las empresas chilenas será incrementada con este tratado al facilitar la adquisición de tecnologías, equipos y bienes más modernos y a menos precios.
5. Lo anterior redundará en mejores oportunidades para aumentar el valor agregado de la oferta exportable chilena impulsando las exportaciones de pequeñas y medianas empresas y reforzando la presencia de manufacturas y de servicios calificados en las exportaciones. Este incremento en competitividad opera como una importante externalidad, rebajando costos de producción para las exportaciones a terceros mercados.
6. Participación de las empresas chilenas en las compras públicas del gobierno federal de Estados Unidos e incluso en las compras de treinta y siete gobiernos estatales, lo cual constituye la mejor oferta de acceso concedida en esta materia por Estados Unidos, abriendo un mercado totalmente nuevo a los proveedores chilenos de bienes y servicios.
7. Cubre la totalidad de bienes y servicios, constituyendo así una valiosa herramienta para generar condiciones más propias para el desarrollo

equitativo de las regiones del país, a través de la expansión exportadora y de la atracción de inversión extranjera.

Considerando todo lo anterior, este acuerdo genera un escenario propio para profundizar el desarrollo exportable, diversificando las ventas externas, ampliando el universo de empresas exportadoras e incorporando a las pequeñas y medianas empresas chilenas al esfuerzo de modernización e internacionalización, teniendo en cuenta que el 63% de estas exportan a Estados Unidos representando así un 20% de las exportaciones totales a Estados Unidos⁸⁰.

2.5.2.3. IMPACTOS DEL TLC

2.5.2.3.1. EN LOS FLUJOS DE COMERCIO: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.

❖ Exportaciones:

Según estimaciones conservadoras de la DIRECON, el incremento en exportaciones inducido por el TLC Chile – Estados Unidos, cuando opere plenamente la desgravación arancelaria, será de US\$ 504 millones, que representan un incremento en el comercio exportable de 13,8% y significa 0,76% del PIB⁸¹.

Este incremento es gradual y la magnitud en que crecen las exportaciones corresponde a la participación en el valor exportado de los productos liberados de arancel cada año⁸². Se estima el efecto hasta el cuarto año de vigencia del

⁸⁰ *Ibíd.*, p. 10.

⁸¹ Estimaciones realizadas por DIRECON. Evolución de las exportaciones de tendencia (2001-2010), octubre de 2003. www.direcon.cl/

⁸² Los productos liberados en el año 0 explican un 87% de las exportaciones, en el año 2 participan con un 7,8% y en el año 4 con un 0,2%. *Ibíd.*

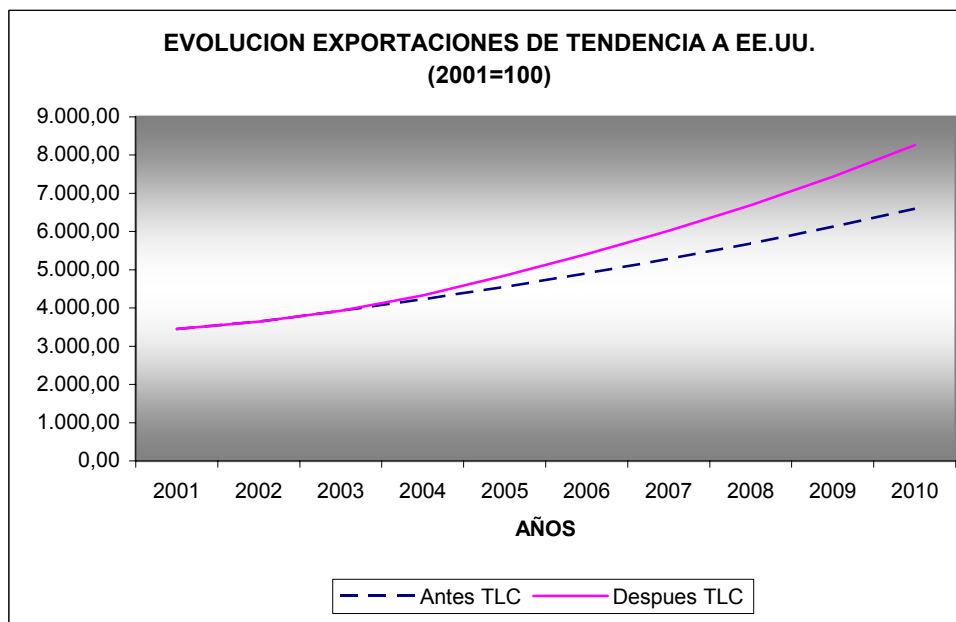
Tratado, donde se ha liberado el 95% de los valores exportables a ese mercado. El crecimiento tendencias de los envíos chilenos a Estados Unidos fue de 7,7% promedio anual, entre los años 1990 y 2002. Por tanto, se puede estimar que las exportaciones para el 2003 alcanzaran los US\$ 3.925 millones FOB. Con la entrada en vigencia del TLC en el 2004, se tiene para el periodo del 2004 - 2007 un crecimiento promedio anual de las exportaciones de 3,6%⁸³.

Cuadro 7. Evolución de las Exportaciones de Tendencia (Mill. Uss Fob)				
Año	Antes TLC		Después TLC	
	Tendencia	CREC%	Tendencia	CREC%
2001	3,445.70	6.2	3,445.70	6.2
2002	3,645.10	5.8	3,645.10	5.8
2003	3,925.58	7.7	3,925.58	7.7
2004	4,227.65	7.7	4,325.62	10.2
2005	4,552.97	7.7	4,845.38	12
2006	4,903.31	7.7	5,407.81	11.6
2007	5,280.62	7.7	6,019.65	11.3
2008	5,686.96	7.7	6,689.58	11.1
2009	6,124.57	7.7	7,434.07	11.1
2010	6,595.85	7.7	8,261.42	11.1

Fuente: DIRECON, octubre de 2003.

⁸³ Estimaciones realizadas por DIRECON. Evolución de las exportaciones de tendencia (2001-2010), octubre de 2003. www.direcon.cl/

Grafica 8



Fuente: Elaboración propia con datos de DIRECON, Octubre de 2003

Sin el TLC las exportaciones crecerán a una tasa tendencial del 7,7%, como resultado del TLC, esta tasa histórica aumenta hasta niveles de 11,1%, permitiendo duplicar las exportaciones en 6 años, a partir de la vigencia del acuerdo, es decir en el 2009⁸⁴.

El efecto del TLC sobre las nuevas exportaciones es el comercialmente más importante y también es el más relevante en términos de diversificación exportadora y generación de actividad económica en las regiones. En efecto, productos que antes no eran competitivos, en razón de elevados aranceles, ahora si podrán ser exportables. Por otra parte, el TLC generara nuevas oportunidades de negocios, oportunidades derivadas de alianzas comerciales, de un conocimiento mas detallado de las características del consumidor norteamericano, de mayor experiencia en el trato con cadenas de transporte, importación, distribución y comercialización.

⁸⁴ Ibid.

❖ Importaciones

Desde el punto de vista de las importaciones, Chile compró de Estados Unidos US\$ 2.568 millones en 2002, lo cual representó 16% del total de las importaciones. El impacto estimado sobre las importaciones estadounidenses derivados del TLC es del orden de US\$ 341 millones, lo que representa un incremento de 11% de las importaciones desde Estados Unidos y de 2,7% en la variación global de importaciones⁸⁵.

En lo que se refiere al grueso de la oferta de productos de Estados Unidos importables, inducida por el TLC, estos son más bien complementarios que directamente competitivos con la producción interna chilena. El 86% del incremento global de importaciones provendría de la desviación de comercio importador chileno que actualmente proviene de terceros países que compiten con Estados Unidos y solo el 14% (US\$ 48 millones), correspondería a la creación de nuevos flujos importadores que podrían tener un riesgo competitivo para la producción interna⁸⁶.

Así mismo, un 77% de ese monto de creación de comercio, es decir, las importaciones netas que generara el acuerdo, corresponde a demanda de bienes de capital e insumos tecnológicos, complementarios a la producción interna. La creación de comercio se dará entonces en maquinaria, instrumentos profesionales, productos químicos e hidrocarburos.

Las importaciones industriales norteamericanas representan la mayoría del total importado (95,8%), mientras que las importaciones de productos agrícolas apenas representan el 4,2% de ese total. La mitad de las importaciones totales de Estados

⁸⁵ *Ibíd.*

⁸⁶ *Ibíd.*

Unidos se concentra en dos capítulos arancelarios de bienes de capital (maquinaria eléctrica y no eléctrica). Le sigue en importancia productos químicos, material de transporte e instrumentos profesionales. En los lugares 13 y 18 del ranking de importancia aparecen dos productos agrícolas relevantes, como maíz y trigo.

Esto refuerza el argumento de complementariedad entre las importaciones norteamericanas y la estructura productiva, en tanto las importaciones se orientan a cubrir de preferencia los requerimientos de equipos e insumos tecnológicos que la base industrial y tecnológica no esta en condiciones de proveer. Por otra parte, no debe olvidarse que el sector productivo de Chile lleva varias décadas expuesto a condiciones intensas de competencia externa, con rebajas unilaterales de aranceles, así como con otras derivadas de acuerdos comerciales.

2.5.2.3.2. EN LOS FLUJOS DE INVERSIÓN

Las favorables condiciones de acceso a la economía más grande de mundo y la estabilidad de reglas contempladas en el TLC con estados Unidos constituyen un atractivo para las decisiones de inversión en Chile de las principales empresas internacionales, tanto de Estados Unidos, como europeas y asiáticas. Desde este punto de vista, la participación de Chile en la cartera de proyectos de inversión de la región y las economías emergentes, incluyendo las oportunidades que también se abren para inversionistas latinoamericanos crecerá. El TLC con Estados Unidos también abrirá importantes oportunidades de inversión en tecnología de la información posicionando a Chile como plataforma de servicios en este sector. En este sentido, se trata de remplazar servicios que se proveen desde Estados Unidos, o en la región, para eventualmente producirlos en Chile⁸⁷.

⁸⁷ Ya se han instalado en el país 12 centros de servicios internacionales de importantes empresas multinacionales (call center, soporte y servicios compartidos de tecnologías de la información, centros de desarrollo de software regional, contact center). Programa de Atracción de Inversión de Alta Tecnología de CORFEO.

De acuerdo con un estudio de la Universidad Católica, una caída de medio punto en la tasa de descuento aplicada a Chile puede hacer aumentar la inversión externa hasta en 2% del PIB por año. Así mismo, la elasticidad de la inversión es de 1,7 respecto de la tasa de rentabilidad esperada, de tal suerte que si esta última aumenta en un punto porcentual a causa del TLC, la tasa de inversión aumentaría en 1,7% del PIB, aumentando la tasa de crecimiento del PIB entre 0,6 a 0,7%⁸⁸.

En síntesis considerando tanto los efectos comerciales como de inversión, podríamos decir lo siguiente:

1. La expansión de las exportaciones de tendencia ya indicadas, suponiendo un incremento medio del PIB de 4% anual entre 2003 y 2010, llevaría la presencia de las exportaciones chilenas a Estados Unidos desde un 5,5% del PIB a un 9,5% de tal variable en el año 2010. Tales cifras indican que las exportaciones debieran aportar varias décimas al incremento del PIB⁸⁹.
2. Medio punto de caída en la tasa de descuento aplicada a Chile, en virtud de mejorías adicionales en riesgo – país, podría elevar la inversión externa hasta en 2 puntos del PIB.
3. La suma de ambos elementos hace plausible esperar un efecto favorable en el PIB potencial en rangos de ½ punto y hasta un punto de mayor crecimiento.

⁸⁸ COEYMANS, Juan Eduardo. Estudio sobre Modelos de Equilibrio General Computable (MEGC). Pontificia Universidad Católica de Chile. 1992

⁸⁹ *Ibíd.*

2.5.2.4. EFECTOS SECTORIALES DEL TLC

Las exportaciones de todos los sectores se verán favorecidas con el TLC ya que, los aranceles llegaran a cero a un plazo máximo de 12 años, incluyendo aquellos sectores donde existe más proteccionismo a nivel mundial, como la agricultura y la industria textil, el vestuario y el calzado.

Para casi todo el conjunto de los productos favorecidos por el SGP, el arancel será cero de un modo permanente e inmediato, lo cual permitirá planificar mejor las estrategias empresariales de expansión de las exportaciones hacia Estados Unidos.

Otro cambio fundamental es la eliminación de los aranceles escalonados que limitaban la diversificación exportadora y, particularmente, la expansión en los rubros con mayor grado de elaboración. Al efecto tarifario, se agrega la eliminación de la tasa aduanera, lo que representa un beneficio importante para los pequeños exportadores chilenos.

El acceso al mercado estadounidense se vera también facilitado por el compromiso de no aplicación de tasas aduaneras, cuando se haga uso de los siguientes regimenes aduaneros especiales:

- ✓ Admisión temporal de mercancías
- ✓ Reimportación de mercancías que han salido temporalmente para reparación o alteración
- ✓ Importación de muestras comerciales y materiales de publicidad impresos.

Durante los 12 años siguientes a la entrada en vigencia del acuerdo, Chile podrá hacer uso del draw back para los productos exportados a Estados Unidos. Se eliminaran además los subsidios a las exportaciones agrícolas estadounidenses

destinadas a Chile y se reconocerá como productos distintivos, al “pisco chileno”, “el pajarete” y el “vino asoleado”.

Este acuerdo será la piedra angular para el desarrollo de todos los sectores de la economía nacional. En el sector industrial, el 97% de los productos exportados a Estados Unidos y el 88,5% de los montos, gozaran de una desgravación inmediata. Solo el 0,4% de los productos industriales quedaran sujetos a 10 años para la desgravación, ninguno a 12 años⁹⁰.

Una amplia gama de productos industriales exportables, que incluye a los derivados del cobre, manufacturas de la madera, textiles, cuero y calzado, así como la gasolina y aceites combustibles destilados, ingresaran libres de arancel y sin cuotas en forma inmediata. Prácticamente la totalidad de los productos químicos se desgravaran, destacando los fertilizantes, el metanol y la sal, grupo al cual se agrega la gran mayoría de los productos exportados por Chile en el sector metalmeccánico.

2.5.2.4.1. SECTOR TEXTIL.

Será el sector que mas beneficios y oportunidades recibirá del TLC, pues los productos de este sector se desgravaran totalmente, abriendo grandes oportunidades en un megamercado existente y de alto poder adquisitivo, para un sector competitivo e intensivo en el uso de mano de obra, tanto directamente como a través de la subcontratación de pequeños talleres.

En Estados Unidos los aranceles aplicados a los productos textiles se elevan al 15%, 20% y hasta el 32%, según el grado de elaboración del producto, de modo

⁹⁰ C. de Miguel. Impacto económico del TLC entre Chile y EE.UU. 2002.

que el TLC dará un fuerte impulso a la inversión productiva, a mejoras tecnológicas y al aumento de las exportaciones sectoriales con valor agregado⁹¹.

Aunque los productos de la industria textil entrarán al mercado estadounidense con 0% de arancel, de poco servirá la eliminación de aranceles si no se implementan reglas de origen que los productos chilenos puedan cumplir para ingresar al mercado de Estados Unidos, y que por otra parte resguarden al mercado chileno de productos que podrían provenir de terceros países con costos mas bajos que los de Estados Unidos. En el caso de los productos de lana, según los análisis del Instituto Textil, no habría problemas para cumplir con los requerimientos de origen de Estados Unidos.

Para los productos derivados del algodón y ciertos productos sintéticos se negociaron cupos de acceso con una regla de origen mas laxa, ya que estos requieren insumos que Chile no produce. En términos relativos, las más favorecidas son las industrias del vestuario y la confección, de mayor valor agregado en la cadena productiva sectorial, ya que allí existen los mayores niveles arancelarios.

2.5.2.4.2. SECTOR CALZADO.

En la década del 70, prácticamente se autoabastecía de calzado y el sector enfrentaba buenas perspectivas de desarrollo. En la actualidad se producen al año 16 millones de pares y se importan 35 millones de pares al año, 24 millones de los cuales proceden de China, 3 millones de Brasil y otras cifras menores de Taiwán, Hong Kong, Indonesia y Vietnam⁹².

⁹¹ *Ibíd.*

⁹² BARIESTAIN, Pedro. La industria Exportadora de Calzado en Chile, p, 217.

El precio promedio del calzado chileno es de \$15.000 el par, en tanto el grueso de tales importaciones ingresa a valores medios entre \$2.000 y \$9.000. El fuerte incremento en importaciones de los últimos años responde a la fuerte expansión del rubro supermercados que se ha convertido en un actor relevante del sector. Además de la diferencia en calidad, la industria nacional disfruta de otra ventaja, cual es la cercanía al consumidor, toda vez que los envíos desde Asia demoran hasta 8 meses, por ende, el carácter relativamente obsoleto o la discontinuidad de los modelos importados actúa a favor de la competitividad de la industria local⁹³.

El sector ha puesto grandes expectativas e el TLC con Estados Unidos. Hay contactos con grandes importadores y distribuidores norteamericanos para cubrir nichos de precios comparativamente bajos y calidad elevada, privilegiando el diseño e incluyendo conjuntos de zapatos, carteras y cinturones.

Debido a la recuperación de la economía chilena a partir de 1986 se produjo un fuerte incremento de las inversiones originando un crecimiento espectacular hasta 1994 en este pequeño subsector de la industria. Contrariamente a lo que ocurrió en la industria del calzado, los lotes de producción en este sector son pequeños, la demanda mucho más diferenciada y muy sensible al diseño, razones que dejan un cierto margen de acción a las empresas del rubro. Sin embargo, a partir de 1994 la oferta importada de Asia aumentó considerablemente, también en marroquinería.

La producción nacional e importaciones de calzado satisfacen una demanda estimada en 2,4 pares por habitante al año, considerando el consumo promedio de los últimos 5 años. Utilizando las cifras del censo poblacional de 1992, ello implica alrededor de 32 millones de pares consumidos en Chile al año. En mercados altamente desarrollados, el consumo alcanza cifras promedio de S-6 pares per cápita anual⁹⁴.

⁹³ *Ibíd.* p, 219.

⁹⁴ *Ibíd.* p, 220.

El mayor volumen de pares consumidos corresponde a calzado inyectado para niños y adultos, con capellada de lona o material sustituto de cuero. Este consumo asciende, aproximadamente, a 11,5 millones de pares, tanto producidos en el país como, en forma creciente, importados del lejano oriente, Argentina y Brasil.

El consumo nacional de calzado deportivo inyectado, cementado y vulcanizado de marcas internacionales, elaborado con cuero natural, sintético o la combinación de estos, se estima en 3,5 millones de pares anuales. De estos, el 70% se produce en el país y el 30% restante procede de Asia, Europa y Argentina. El consumo de calzado de vestir para hombre y mujer, elaborado en cuero natural, sintético o combinado, se estima en 10 millones de pares anuales, con 80% de producción nacional y 20% importado de diversas regiones. El consumo de zapato escolar, estacional por definición, es de aproximadamente 4 millones de pares anuales y su producción es prácticamente 100% nacional. Otro segmento de importancia es el calzado de seguridad y trabajo, con 1 millón de pares anuales y producción nacional cercana al 95%. Finalmente, está el segmento de calzado infantil elaborado en cuero natural y plantas de suela, goma o sintético, para el cual se estima un volumen de 2 millones de pares anuales y producción nacional superior al 90%. Estos segmentos son similares en perfil, aunque no en tamaño, tanto en Chile como en los mercados más importantes. Se definen por rango etario, materiales empleados y uso del calzado y, se podrían especificar en numerosos grupos a partir de variables tales como imagen de marca, moda, diseño, precio, estilo de vida de sus compradores y beneficios buscados por el consumidor (Ahorro, durabilidad, status, confort, funcionalidad, etc.)⁹⁵.

⁹⁵ Ibíd. p, 218.

2.5.2.4.3. SECTOR PESQUERO.

Este sector es también beneficiado en su totalidad con la desgravación inmediata. Aun cuando muchos de estos productos contaban ya con arancel cero, es importante consolidar estas condiciones con el fin de otorgar seguridad a los inversionistas y de crear las condiciones para una expansión del sector.

Los productos más beneficiados son los pescados y mariscos congelados y en conserva y dentro de estos, la carne de mero, merluza, centollas y centellón congelados, además de los pescados salados. Por el contrario el TLC con la Unión Europea y Corea, los aranceles para el sector pesquero son altos y solo se espera que se reduzcan en el mediano y largo plazo, manteniéndose cuotas permanentes en algunos casos, debido a que este sector tiene la mayor protección en estos países⁹⁶.

2.5.3. CENTRO AMERICA

La crisis de la deuda de los años ochenta en la región centroamericana, evidenció la fragilidad de sus economías, haciendo necesario, modificar su esquema de desarrollo, de la sustitución de las importaciones a la diversificación de sus exportaciones y su inserción en la economía mundial.

La inserción de los países centroamericanos en la economía mundial, fue mucho más apremiante que para otros países y regiones, ya que el espacio regional de integración económica es muy pequeño tanto en términos de población como en términos de poder adquisitivo.

La negociación de un Tratado de Libre Comercio entre los países Centroamericanos y Estados Unidos, su principal socio comercial, es quizás el

⁹⁶ Documento: Expansión de la Industria Pesquera. 2002

evento de mayor importancia acaecido en la región centroamericana en el año 2003, ya que representó un gran paso hacia la consolidación del proceso de apertura económica y de la inserción en la economía mundial, la cual han venido impulsando desde hace ya veinte años.

Este proceso se ha caracterizado por acciones en diversos campos:

1. **Unilateral:** Con programas de ajuste estructural aplicados durante los años ochenta amparados al denominado Consenso de Washington⁹⁷.
2. **Bilateral:** Mediante la negociación y firma de tratados de libre comercio con México, Chile, república Dominicana, Canadá y los países del CARICOM.
3. **Subregional:** Mediante el perfeccionamiento de la zona de libre comercio Centroamericana
4. **Regional:** Participación activa en las negociaciones para el establecimiento del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)
5. **Multilateral:** Mediante la participación activa e implementación de los acuerdos de la Ronda Uruguay y en las negociaciones Multilaterales de la Ronda Doha de la Organización Mundial del Comercio (OMC)⁹⁸

2.5.3.1. EL SECTOR INDUSTRIAL ANTES DE LAS NEGOCIACIONES.

La participación del sector industrial en el PIB es de 21.7% en Costa Rica, 23.5% en el Salvador y, 13.5% en Guatemala, 15.2% en Honduras y 19.2% en Nicaragua⁹⁹.

⁹⁷ En 1990. Incluía mayor disciplina fiscal, mas gasto publico destinado a educación y salud, tasas de interés determinadas por el mercado, tipos de cambio competitivos, políticas de libre comercio, apertura a inversión extranjera directa, privatizaciones, desregularización y respeto a los derechos de propiedad. Banco Interamericano de Desarrollo. Progreso Económico y Social de América Latina. 2003.

⁹⁸ Lizano A. González. El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos de América-Oportunidades, desafíos y riesgos-Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe. Documento de Divulgación 9 de Marzo de 2003.

Desde inicios del proceso de apertura económica, a mediados de la década de los ochentas se ha insistido en la necesidad de diseñar y ejecutar programas tendientes a mejorar la competitividad de los sectores productivos, mediante procesos de reconversión a nivel sectorial y subsectorial, más allá de la corrección de los precios relativos con la política macroeconómica.

Sin embargo, ha sido relativamente poco lo que en la región se ha hecho para el mejoramiento de la competitividad del sector industrial. A pesar de que se han ejecutado proyectos, algunos de ellos precisamente auspiciados por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), estos no han tenido el impacto requerido para verdaderamente mejorar el desempeño competitivo de los sectores y subsectores industriales, desde el punto de vista de contribuir a identificar y reducir sus debilidades así como de identificar sus fortalezas y mejorarlas.

A nivel nacional, existe en la actualidad una serie de planes y programas que ejecutan diversas instituciones del sector público y privado, pero dichos programas son incidentes, pero eficaces y poco integrados. A nivel regional, el Banco Centro Americano de Integración Económica (BCIE) ha desarrollado programas de financiamiento para el sector industrial y existe una propuesta para la ejecución de un programa de modernización industrial regional, que a la fecha no ha encontrado el financiamiento respectivo para su ejecución.

Podría afirmarse que en los últimos veinte años no ha existido en los países de la región centroamericana una política industrial tendiente a mejorar la competitividad del sector, ni acceso a financiamiento, asistencia técnica y fomento de las cadenas productivas, entre otros. Lo que se ha hecho, y lo cual algunos consideran que es

⁹⁹ ALONSO, E. Políticas para el fomento de los sectores productivos en Centroamérica. Comisión Económica para América latina y el Caribe. Serie Desarrollo Productivo N° 140, Septiembre 2003.

la política industrial de la región, es la creación de condiciones para que todos los sectores productivos, incluyendo el sector industrial, logren mejorar su competitividad internacional para las exportaciones fuera de la región, mediante el establecimiento de regímenes de incentivos, fundamentalmente a través del otorgamiento de exoneraciones a las importaciones y al impuesto sobre la renta.

A lo anterior se suma la promulgación de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC) a partir de 1984, una ley de Estados Unidos que otorga el beneficio del acceso libre de impuestos a ese mercado a todos los productos, con algunas excepciones, provenientes de los países de la Cuenca del Caribe.

Esta política industrial, deja de lado aquellas empresas que no exportan, sino que se dedican al abastecimiento del mercado local y regional. Dentro de este grupo de empresas se encuentra una gran cantidad de empresas pequeñas y medianas que no reúnen los requisitos para exportar fuera de la región, pero que han sabido subsistir en un ambiente de mayor competencia, como producto de la creciente apertura comercial, gracias a un nivel mínimo de protección (15% para bienes nacionales, 0% para materias primas y bienes intermedios no producidos en la región, y franjas intermedias entre 0% y 15% para materias primas y bienes intermedios producidos en la región)¹⁰⁰. Otras empresas industriales, especialmente del sector agroindustrial, han mantenido su participación en el mercado gracias a niveles de protección más altos, por ser considerados como productos sensibles, tales como el sector lácteo, avícola, azucarero y textilero.

¹⁰⁰ SIECA. Secretaría de Integración Económica Centroamericana. Evolución del comercio intraregional, 1950-2003.

2.5.3.2. EL SECTOR INDUSTRIAL Y SU INFLUENCIA EN LAS NEGOCIACIONES.

La forma en que se ha desarrollado la política industrial en los últimos años en los países de la región enfrentan serias dificultades debido a:

1. La eliminación de los subsidios a las exportaciones a partir del año 2007¹⁰¹.
2. Expiración del Acuerdo Multifibras, que regula el comercio internacional de productos textiles por el sistema de cuotas, expiró a partir del año 2005.
3. La creciente negociación bilateral de tratados de libre comercio, los cuales han venido reduciendo la protección arancelaria mínima que los países centroamericanos establecieron dentro del marco de la apertura unilateral.

Esto a generado una creciente preocupación por la competitividad de la producción industrial, tanto de aquella dirigida a los mercados extraregionales como de aquella dirigida al abastecimiento del mercado regional, lo que ha creado conciencia en la necesidad de emprender programas de fomento de la competitividad de forma paralela a las negociaciones de TLC y, en especial, del TLC con Estados Unidos.

Es así como en todos los países de la región se han venido diseñando programas de competitividad, con el financiamiento del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Dichos programas abarcan temas desde el clima de negocios, la facilitación de trámites y procedimientos, la capacitación, la infraestructura, hasta la selección de sectores prioritarios de fomento, definidos por la agenda Centroamericana para el siglo XXI, desarrollado por el instituto

¹⁰¹ Se estableció en los acuerdos de la organización Mundial del Comercio, de la cual todos los países centroamericanos son miembros. CLACDS. Centro Latinoamericano para la competitividad y el Desarrollo Sostenible. Centroamérica en el Siglo XXI: Una agenda para la competitividad y el Desarrollo Sostenible, 1999.

Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), con el apoyo del BCIE, la fundación AVINA y la Universidad de Harvard¹⁰².

Por otra parte, en todos los países de la región ha surgido, en los últimos años, un renovado interés por las micros, pequeñas y medianas empresas. Según FUNDES, el parque empresarial no agrícola centroamericano está constituido por alrededor de 700.000 empresas, con una altísima concentración en empresas de pequeña dimensión (89.4% son microempresas). Las pequeñas y medianas empresas (PYME) no agrícolas representan el 9.6% del total, mientras que la empresa grande representa únicamente el 1% del total.¹⁰³

Este interés por las PYME se ha traducido en acciones concretas, fundamentalmente en el caso de El Salvador y Costa Rica. El Salvador es tal vez el único país de la región en el que se maneja conceptualmente una lógica del modelo económico de manera integral, con una clara integración entre lo macro y lo micro, bajo la dirección del Ministerio de Economía (MINEC). El MINEC ha venido trabajando dentro del Programa Nacional de Competitividad (PNCES)¹⁰⁴, conjuntamente con otras instituciones del estado, en los siguientes campos¹⁰⁵:

1. Infraestructura
2. Capacitación, permitiendo a las empresas utilizar el 1% de aportes de la planilla al Instituto Salvadoreño de Formación de Profesionales (INSAFORP).
3. Promoción de exportaciones, mediante el diseño y la pronta creación de agencias estatales de promoción de las exportaciones e inversiones.

¹⁰² Centroamérica en el siglo XXI: Una agenda para la competitividad y el desarrollo sostenible, 1999.

¹⁰³ FUNDES. El papel de las pequeñas y medianas empresas en Centroamérica: Presente y Futuro. Noviembre 2002.

¹⁰⁴ Programa Nacional de Competitividad. Ministerio de Economía.

¹⁰⁵ Políticas para el fomento de los sectores productivos en Centroamérica. Alonso E. Pág.32.

4. Asociatividad, mediante el desarrollo de clusters
5. Recursos financieros, canalizando recursos del sector privado a través del Banco Multisectorial de Inversiones (BMI) que actúa como banco de desarrollo y que canaliza fondos internacionales únicamente al sector privado, en especial a las PYME¹⁰⁶.

El BMI y el Banco Central de Reserva de El Salvador, han venido apoyando la modernización del Sistema nacional de Garantías Recíprocas, mediante la promulgación de la Ley del Sistema de garantías recíprocas para la micro, pequeña y mediana empresa rural y urbana.¹⁰⁷ Así mismo, a partir de la elaboración de un libro blanco, que identifica problemas y propone soluciones para las micro, pequeña y medianas empresas, se creó la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), adscrita al Ministerio de Economía y se anunció una política nacional de apoyo a la micro y pequeña empresa, que consta de cuatro elementos:

1. Fortalecimiento Institucional.
2. Fomento de una Cultura Empresarial.
3. Fomento a la Asociatividad.
4. Acceso a Servicios Financieros y no Financieros.

Los programas que se están ejecutando son de reciente creación, pero son una articulación clara de la política de fomento de las MYPE. No obstante, muchos de los programas que se desarrollan no están institucionalizados legalmente y no cuentan con financiamiento permanente.

¹⁰⁶ Programa nacional de Competitividad. Ministerio de Economía.

¹⁰⁷ la SGR es una institución financiera que otorga garantías, avales, fianzas y servicios financieros. Es una empresa de servicios especializada en actividad de micro PYME. Es una sociedad anónima de capital variable, conformada por dos tipos de socios: Socios Protectores y Socios Particulares, pueden ser personas naturales, jurídicas, nacionales, extranjeras, públicas o privadas. www.srg.com.sv

En Costa Rica, se destaca la promulgación de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. La ley contempla varios elementos que son dignos de destacar:

1. Creación de un marco normativo integral de fomento del desarrollo de las PYME en el largo plazo y una organización institucional, con el Ministerio de Economía como ente rector¹⁰⁸.
2. Creación del Consejo Asesor Mixto de la Pequeña y Mediana Empresa, con la participación de los Ministerios de Economía, Industria y Comercio (MEIC), Ciencia y Tecnología (MICIT), el presidente ejecutivo del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el gerente general de la promotora del Comercio Exterior (PROCOMER), el presidente del Consejo Nacional de Rectores de Conare¹⁰⁹, el gerente general del banco Popular y de Desarrollo Comunal¹¹⁰, dos representantes de la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones de la Empresa Privada (UCCAEP), siendo DIGEPYME la Secretaria de dicho Consejo.
3. Creación de un Fondo de Desarrollo de la Micro, pequeña y Mediana Empresa (Fodepyme), a partir de un porcentaje de la utilidades del Banco Popular y de Desarrollo Comunal¹¹¹.
4. Creación de un programa de fortalecimiento para la innovación y el desarrollo tecnológico de las PYME (Propyme), con recursos provenientes del presupuesto del gobierno central administrados pro el Consejo de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT)¹¹².
5. Establecimiento de mecanismos novedosos para privilegiar a las PYME en las compras del sector privado.

¹⁰⁸ Se crea la Dirección General de pequeña y mediana empresa (DIGEPYME).

¹⁰⁹ Conare es la organización cúpula de las universidades estatales en el país.

¹¹⁰ El Banco Popular es la entidad que administra el Fondo de desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fodepyme), creado por la misma ley.

¹¹¹ Dado que los recursos del fondo no provienen directamente de la intermediación financiera, se establece que el fondo no estará sujeto a las regulaciones emanadas por la Superintendencia general de Entidades Financieras (SUGEF)

¹¹² Ley para el Desarrollo Científico y Tecnológico N° 7169

Por otra parte, en materia de financiamiento para las PYME, se destaca el programa BN Desarrollo, un programa que desarrolla el Banco Nacional de Costa Rica. Originalmente, el programa estaba orientado únicamente al crédito, pero con los servicios se han ampliado al sector financiero, mediante mecanismos de coordinación y atención a clientes con otras instituciones. En la actualidad, BN Desarrollo cuenta con 19.000 clientes, que representan el 8% de total de las 400 mil PYME que existen en el país¹¹³.

Adicionalmente, se están desarrollando dos proyectos importantes con el apoyo del BID:

1. Proyecto Costa Rica Provee, cuyo propósito es incrementar los encadenamientos productivos entre las empresas grandes de exportación y las empresas nacionales
2. Proyecto Prosoftware, diseñado para el mejoramiento del desempeño competitivo de la industria del software

Finalmente es importante destacar las acciones que desarrolla la Cámara de Industrias de Costa Rica. Esta organización ha sabido reorientar su misión para convertirse en una institución proveedora de servicios a sus asociados, siendo la venta de los servicios la principal fuente de ingresos.

Las negociaciones del TLC con Estados Unidos, que implican una profundización de la apertura, además de la reafirmación de la eliminación de los subsidios a las exportaciones, generó una mayor presión competitiva a las empresas industriales de los países de la región, ha hecho necesario que los gobiernos se aboquen a la elaboración de los programas de competitividad mencionados. Costa Rica y El Salvador han avanzado bastante en la definición de planes y programas para el

¹¹³ Banco Nacional de Costa Rica. Programa BN desarrollo.

fomento de la competitividad, mediante acciones concretas. Los otros países de la región apenas inician este proceso.

2.5.3.3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL TLC PARA EL SECTOR INDUSTRIAL CENTROAMERICANO

El TLC negociado con Estados Unidos se caracteriza por la asimetría en cuanto al tema de acceso a los mercados, en el sentido de que se tiene un acceso inmediato para la totalidad de los productos industriales a ese mercado, mientras que ello no es así en cuanto al acceso de productos industriales de Estados Unidos a los países centroamericanos.

La gran mayoría de productos industriales que entra al mercado de Estados Unidos libre de impuestos, al amparo de la ICC, con la excepción de textiles, atún enlatado, azúcar, etanol, derivados del petróleo, entre otros¹¹⁴. Con el TLC estos productos entran libres de impuestos al mercado de Estados Unidos o se incrementan las cuotas de exportación; tal es el caso del azúcar, el etanol y los textiles, para los cuales se lograron cuotas de exportación mas altas, además de un tratamiento mas flexible en cuanto al origen de las materias primas, cuando hay desabasto de ellas en el mercado estadounidense. (Caso de textiles).

Por su parte, de la totalidad e productos industriales provenientes de Estados Unidos, el 82.1% entra libre de impuestos al mercado centroamericano, mientras que se tendrán plazo de desgravación más amplia para algunos productos industriales, según la categoría a la que pertenezcan:

- Libre Comercio
- Desgravación en 5 años
- Desgravación lineal a 10 años

¹¹⁴ <http://www.elsalvador.com/noticias/2005/12/29/negocios/neg2.asp>

- Desgravación no lineal a 10 años¹¹⁵

Ahora bien, entrando a las ventajas y desventajas para el sector industrial centroamericano, ciertamente la presión competitiva que se generara sobre las empresas pequeñas y medianas industriales será grande, pero la capacidad de las empresas de competir no solo depende del entorno económico en general, sino también de las políticas complementarias que se ejecuten en apoyo a la competitividad de las empresas. Como se mencionó anteriormente, el gran reto es la definición de las políticas complementarias al proceso de apertura. Estas políticas son de índole interna y es responsabilidad de los países ejecutarlas, con el objetivo de aprovechar las ventajas que represente el TLC. Claro esta que la cooperación internacional para ayudar a los países a definir y ejecutar esas políticas es de trascendental importancia.

La gran ventaja del TLC es la consolidación del acceso al mercado de Estados Unidos, mediante la creación de una certeza jurídica en las relaciones comerciales entre la región y este país, además de la abolición de la unilateralidad, en el sentido de que ya no es una ley de Estados Unidos, con amplios poderes para el Presidente de ese país a la hora de evaluar el desempeño de la economía y las exportaciones a ese mercado en materia laboral, ambiental, etc.

La desventaja, es una creciente desprotección del sector industrial centroamericano, pero a cambio de una mejor asignación de los recursos, los que, complementando con las políticas requeridas, más bien puede constituirse en una mayor competitividad del sector industrial.

¹¹⁵ Revista Centroamericana. Programa de desgravación, negociación en el área industrial. 2004

2.5.4. BRASIL

El establecimiento de una nueva trayectoria de desarrollo y la superación de los desequilibrios internos y externos enfrentados por la economía brasileña, en las últimas décadas, requiere, igualmente, políticas públicas y reformas que aumenten la eficiencia de la actividad productiva y estimulen el aumento de la tasa de inversiones y de ahorro como parte del PIB.

La política industrial implementada por Brasil busca desarrollar un conjunto de acciones que contribuyen al crecimiento económico, con base principalmente en decisiones privadas. Estas decisiones son complementarias a las acciones que busca la estabilidad macroeconómica y a las inversiones del Estado en la Infraestructura.

Históricamente durante las décadas de los años 40 a los años 90 se adelantó en Brasil un proceso de sustitución de importaciones basado en industrias básicas, reservándose el mercado interno para las naciones. A partir de los noventa se inició un proceso de apertura comercial e integración competitiva, que tuvo como eje a MERCOSUR, y que buscó la ampliación del mercado interno con la integración regional, capacitación, reestructuración de las empresas, privatizaciones y atracción de inversiones en las infraestructuras básica y avanzada.

Fue necesario formular una nueva política industrial porque la existente condujo en los últimos 20 años a una estancación económica y a una mayor vulnerabilidad externa de la economía de Brasil, en particular, y de MERCOSUR, en general, considerándose que el adecuado manejo macroeconómico es insuficiente para alcanzar los objetivos del desarrollo. Además la inserción del país en el proceso de globalización es aun muy limitada y el desarrollo tecnológico es insuficiente para la competencia en el mercado abierto.

Teniendo en cuenta esta situación, se diseñó y aprobó en abril de 2004 una **nueva política tecnológica y de comercio exterior** que tiene como objetivos aumentar la base productiva y la competitividad, así como desarrollar la base productiva del futuro. Las metas para alcanzar estos objetivos buscan estimular la capacitación para la innovación de la industria, desarrollar nuevos productos, formas y usos y la expansión de las exportaciones.

2.5.4.1. LA POLÍTICA INDUSTRIAL, TECNOLÓGICA Y DE COMERCIO EXTERIOR DE BRASIL

La política industrial tecnológica y de comercio exterior se hace posible por un conjunto diferenciado e instrumentos que son de responsabilidad de diferentes agencias del sector público, inclusive estatales, departamentales y municipales. Las líneas de acción que serán considerados por el gobierno federal en la implantación de la política industrial, tecnológica y de comercio exterior son:

1. Innovación y desarrollo tecnológica

Brasil necesita estructurar un sistema nacional de innovación que permita la articulación de agentes orientados al proceso de innovación del sector productivo, especialmente de empresas, centros de investigación públicos y privados, instituciones de fomento y financiación al desarrollo tecnológico .

Para garantizar este sistema, es necesario armonizar la base legal, definir su institucionalidad y definir sus prioridades. Con base en la armonización de la base legal, es fundamental la aprobación de instrumentos que favorezcan la innovación, como proyectos de ley en el Congreso. En el campo de la institucionalización, un primer paso es garantizar que el flujo de recursos pueda servir de instrumento efectivo de la política de innovación.

2. Inserción externa

Las acciones están orientadas hacia la expansión de las exportaciones y ampliación de la base exportadora, por medio de la incorporación de nuevos productos, empresas y negocios. Incluye:

- ❖ Apoyo a las exportaciones, con financiación, simplificación de procedimientos y reducción tributaria.
- ❖ Promoción comercial y estudio de mercado
- ❖ Estimulo a la creación de centros de distribución de empresas brasileñas en el exterior y a su internacionalización
- ❖ Apoyo a la inserción en cadenas internacionales de suministros
- ❖ Apoyo a la consolidación de la imagen de Brasil y de marcas brasileñas en el exterior

3. Modernización Industrial

Hay tres aspectos que se refieren a las necesidades de modernización:

- ❖ Muchas empresas enfrentan problemas de capacitación productiva y de capacitación de gestión, presentando equipos obsoletos. Esto lleva a la conclusión de que estos problemas deben ser tratados simultáneamente y de manera articulada, mediante programas sectoriales.
- ❖ La dimensión regional, donde los programas de modernización deben actuar con prioridad en los arreglos productivos, aprovechando la proximidad de las empresas y la facilidad de cooperación entre ellas, y con instituciones tecnológicas y financieras para la difusión de técnicas de producción y de gestión y ampliación de los negocios.
- ❖ La atomización empresarial justifica la adopción de programas concentrados espacialmente. O sea, que las instituciones involucradas con esos programas deben estimular el trabajo atomizado, por empresa, y organizar su acción para atender a un conjunto de empresas al mismo tiempo.

4. Capacidad y escala productiva

Se sabe que la capacidad exportadora y de innovación tiene correlación positiva con el tamaño de la firma. Se sabe también que el tamaño de las firmas brasileñas es pequeño para los estándares internacionales. Ante esta situación, el Estado puede actuar de dos maneras:

- ❖ Aprobando instrumentos legales, que faciliten la adopción de financiación por consorcios de empresas o semejantes.
- ❖ Estimulando la difusión de empresas o la actuación conjunta para posibilitar desarrollo tecnológico e innovación cooperativa o una inserción mas activa en el comercio internacional.

5. Opciones Estratégicas.

Al mismo tiempo que las acciones anteriores, es necesario concentrar esfuerzos en algunas áreas intensivas en conocimiento, estas son opciones estratégicas en actividades que:

- ❖ Presentan dinamismo creciente y sostenible
- ❖ Son responsables por parcelas expresivas de las inversiones internacionales en investigación y desarrollo
- ❖ Abren nuevas oportunidades de negocios
- ❖ Se relacionan directamente con la innovación de procesos, productos y formas de uso
- ❖ Promueven la consolidación del tejido productivo
- ❖ Son importantes para el futuro del país y presentan potencial para el desarrollo de ventajas comparativas dinámicas.

2.5.4.2. INDUSTRIA DE CALZADO

Brasil es la decimotercera economía mundial con un PIB de 604.71 millones de dólares en 2004 y un crecimiento del 2,3% en 2005, lo que representa cerca de la

mitad del Producto Interior Bruto latinoamericano, y uno de los principales mercados mundiales con 178 millones de consumidores¹¹⁶.

El país es también el líder económico de MERCOSUR, que agrupa Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay – al que en principio se unirá Venezuela próximamente -, formando un mercado de 225 millones de consumidores. En el año 2005, la aportación al PIB de los distintos sectores de la economía fue: sector agrícola 8,9%, sector industrial 34,2% y sector servicios 49,4%. Sin embargo estas cifras no ponen de manifiesto la verdadera importancia del sector del “agro negocio” que incluiría tanto materias primas agrícolas como productos de la industria agroalimentaria que representa casi un tercio del PIB, genera el 37% del empleo y supone el 30% de las exportaciones de Brasil. Junto a este macro sector también cabría destacar otros sectores industriales en los que Brasil ocupa un lugar relevante a nivel mundial. Así, Brasil es el cuarto exportador mundial de aeronaves comerciales, es el quinto productor siderúrgico mundial, la séptima industria química y el decimoquinto productor de petróleo con un nivel de autosuficiencia superior al 90%.¹¹⁷

En los últimos años Brasil ha adoptado una política de apertura de su economía al capital extranjero. El Plan de Estabilización (Plan Real), el Programa Nacional de Privatizaciones, las reformas de la Constitución Federal en las disposiciones de orden económico y el tratamiento flexible que dan las legislaciones institucional y tributaria al capital extranjero, entre otras medidas, han colocado a Brasil en una posición altamente competitiva para la atracción de capitales. De hecho, tradicionalmente la inversión extranjera ha jugado un papel muy importante en el desarrollo económico de Brasil que, a su vez, ha sido uno de los principales destinos de inversión extranjera directa en el mundo. (Brasil absorbe cerca del 2.5% de los flujos de inversión a nivel mundial). Aunque a partir del año 2002 se

¹¹⁶ Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Río de Janeiro. Sector calzado en Brasil .2006, p. 4.

¹¹⁷ *Ibíd.* p, 5-8

produce una disminución muy importante en los volúmenes de inversión extranjera ante la incertidumbre generada por la transición presidencial en Brasil, en los dos últimos años de la legislatura los niveles parecen haberse recuperado, desde los 18.166 millones de dólares del 2004 a los 15.193 millones de dólares que se han registrado en el 2005¹¹⁸.

Ante la atonía de la inversión privada interna, en gran medida como consecuencia de los muy elevados tipos de interés y las estrecheces presupuestarias del Sector Público que hace que la inversión pública se sitúe muy por debajo de lo deseable, la inversión extranjera está llamada a jugar de nuevo un papel protagonista. Es por ello que el equipo económico de Gobierno está firmemente comprometido con el objetivo de alcanzar el investment grade, del que Brasil se encuentra cada vez más cerca con una tasa de riesgo país que está en los niveles más bajos de su historia.

2.5.4.2.1. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR

Actualmente Brasil es el tercer país productor de calzados en el ámbito mundial. Según datos obtenidos de ABICALÇADOS (Asociación Brasileña de Calzados) en el 2004, 8.433 empresas operaban en el sector, generando 312.579 empleos distribuidos en más de 25 estados. La gran variedad de proveedores de materia prima, maquinaria y componentes junto con la innovación tecnológica constante que se está produciendo en la industria posicionan al sector de calzados brasileño como uno de los más importantes en el ámbito mundial. Brasil cuenta con alrededor de 1.270 industrias de componentes, cerca de una centena de fabricas de maquinaria y equipamiento y más de 400 empresas especializadas en el curtido y acabado del cuero. Los minoristas estiman un crecimiento del 15% de la facturación global con respecto al año anterior en 2005. En ese año 200 de las

¹¹⁸ Ibid. p, 10

mayores empresas del país fueron responsables de la compra del 50%-60% de la producción nacional.

Según Airton Manoel Dias, Director de la ABLAC (Asociación Brasileña de Lojistas de Artefatos e Calçados), cerca del 80% de la producción nacional de calzados es consumida por clientes brasileños. A pesar de ello, el consumo per capita es uno de los peores del mundo, estando muy por debajo del de otros países como Estados Unidos. Por otro lado, el precio real del calzado no está aumentando, ya que el incremento en el precio final de estos se debe fundamentalmente a la inflación. El número de tiendas minoristas también está creciendo en los últimos años, existiendo a principios del 2005 aproximadamente 42.000 puntos de venta y 28.000 razones sociales. Por todos estos motivos, el gobierno brasileño junto con las asociaciones del sector, está promoviendo el crecimiento del sector vía incremento de las exportaciones. Hasta el momento casi el 90% de las ventas externas están basadas en la subcontratación de la producción por parte de empresas extranjeras. Recientemente, las empresas brasileñas están comenzando a desarrollar canales propios de comercialización y a promover la introducción de marcas propias en mercados internacionales. Los buenos resultados obtenidos por el sector tanto en el mercado interno como externo, han llevado a APEX-Brasil (Agencia de Promoción de las Exportaciones Brasileñas) a renovar el proyecto denominado Brazilian Footwear que recibió inversiones de los sectores público y privado por un valor de 25,5 millones de reales para acciones de promoción comercial en el exterior durante el 2005. La meta era elevar el valor de las exportaciones a 2 millardos de US\$ al final del año lo que supone un crecimiento del 11% con respecto al año anterior. El número de empresas exportadoras debía aumentar también en un 6% en el mismo periodo de tiempo¹¹⁹.

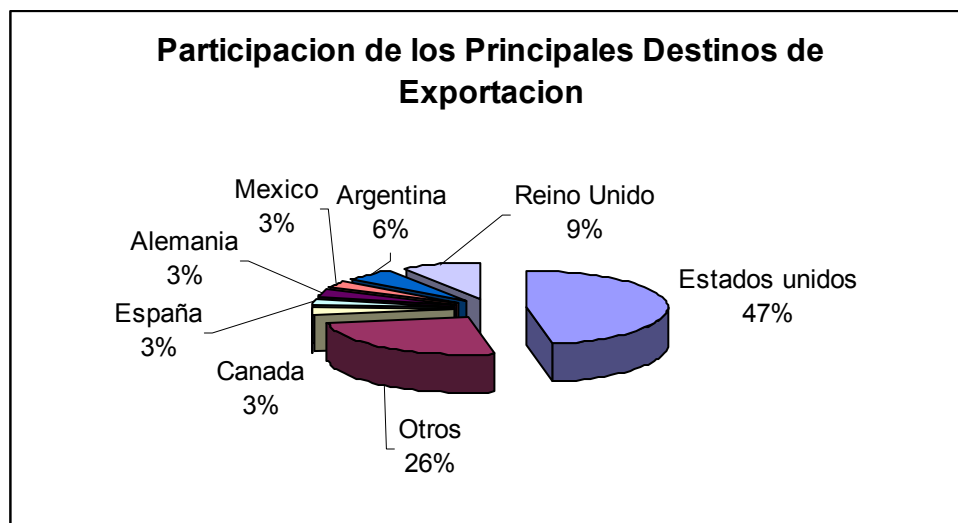
¹¹⁹ Ibid. p, 26.

2.5.4.2.2. INDICADORES

❖ Participación de los principales destinos de las exportaciones brasileñas

Entre 2000 y 2005 las exportaciones brasileñas experimentaron un crecimiento del 22,4% en valor y del 16,5% en cantidad. Hasta 2003 el menor incremento del valor con respecto al incremento de la cantidad se debe a la depreciación del tipo de cambio del real con respecto al dólar. De igual modo, el cambio de tendencia en la evolución del tipo de cambio influye en la evolución creciente del precio medio expresado en dólares en 2004 y 2005, debido a la apreciación del real.

Grafica 9



Fuente: World Trade Atlas, 2005.

El estado responsable de más del 60% de la exportación total es el estado de Rio Grande do Sul, aunque desde el año 2000 está disminuyendo su participación en el volumen total exportado a favor de otros estados como Sao Paulo, que incrementó su participación en un 198% desde el 2004 al 2005 (comparando datos del primer semestre de ambos años). Los estados del nordeste, Ceará, Bahía y

Paraíba, además de ser ya un peso específico grande como principales estados exportadores, no dejan de incrementar su participación en el volumen total exportado llegando a alcanzar cifras de variación de más del 22% en el caso del estado de Bahía en la comparación de los años 2004 y 2005, debido en gran parte al proceso de deslocalización que se ha producido en los estados del sur hacia los estados del nordeste¹²⁰.

En el 2004, Brasil exportó calzado a más de 150 países. Sin embargo, tal como se muestra en el anterior gráfico, donde se representan los 7 países que más calzado importan de Brasil, se puede apreciar que es Estados Unidos el principal destino de dichas exportaciones, recibiendo más de la mitad del volumen total. Dicha participación de Estados Unidos ha disminuido en los últimos 5 años de un 65% en 2000 a un 47% en 2005. De estos 7 países, los que más están incrementando su participación en el volumen total exportado por Brasil con España y México, multiplicándose por 25 y por 6 respectivamente las exportaciones en el periodo de tiempo analizado (2000-2005).

❖ **Importaciones brasileñas**

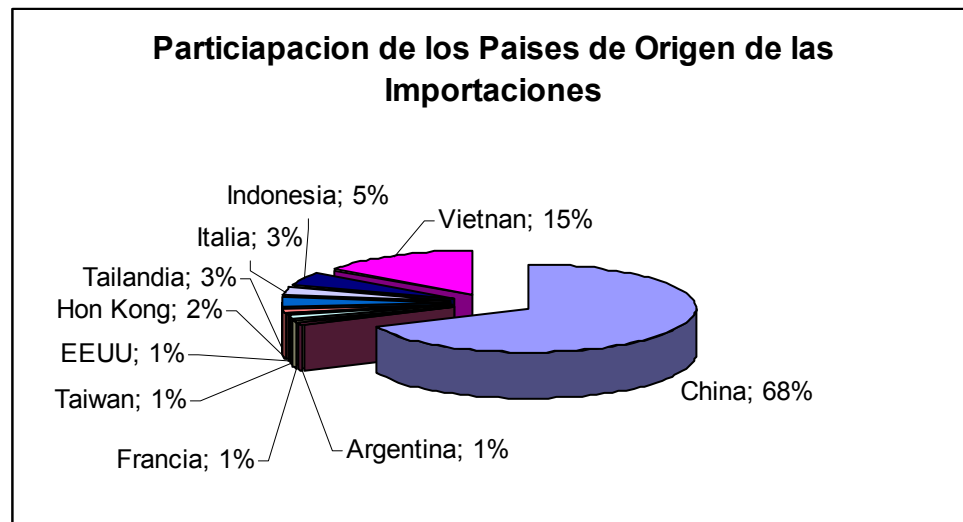
El principal origen de las importaciones brasileñas es el sudeste asiático. En los últimos 5 años son China, Vietnam e Indonesia los principales proveedores del sector, seguidos de Italia, Tailandia y Hong Kong. Lógicamente es China, el principal país proveedor que además ha ido incrementando año tras año su cuota de importación con respecto al volumen total de las mismas. Italia se convierte en el principal país occidental que provee al sector de calzado brasileño superando algunos años incluso a Indonesia.

España por otro lado, ha pasado de ser un socio que mantenía su participación en el total representando a lo largo de los años analizados hasta 2003 una media del 2.4 %, ha reducir claramente su relevancia como exportador con un claro

¹²⁰ Ibid. p, 28.

descenso en 2004 alcanzando una participación de tan solo 0.63% y en el 2005 de tan solo 0.44%. Estados Unidos y Argentina son también dos países que se repiten en el ranking de los principales proveedores, hasta 2003. Pero en 2005 Argentina ha dado paso a Taiwán y Francia a pesar de la proximidad geográfica y la pertenencia a MERCOSUR de ambos países¹²¹.

Grafica 10.



Fuente: World Trade Atlas, 2005.

Solo el Estado de São Paulo recibe casi el 71% del volumen total importado en el 2005. Dicha participación no ha dejado de crecer desde hace 5 años hasta el 2004, siendo en el 2000 del 66%, en el 2001 del 67%, en el 2002 del 68%, en el 2003 del 75% y en el 2004 del 70% del volumen total importado. A continuación y a gran distancia le sigue el estado de Rio Grande do Sul, importando en el 2005 un 14% del total y Espírito Santo y Ceará con un 6% y un 1% respectivamente de participación. La participación del resto de estados es insignificante.

¹²¹ Ibid. p. 32.

3. EL TLC DE COLOMBIA CON ESTADOS UNIDOS Y SUS IMPLICACIONES EN LA CADENA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.

La negociación por parte de Colombia, de un tratado de libre comercio con Estados Unidos, similar al que ya han firmado México, Chile y países Centroamericanos y Perú, se inscribe en un largo proceso de búsqueda de esquemas para alcanzar la integración económica del continente americano.

El TLC entendido como Tratado de Libre Comercio, son acuerdos comerciales que permiten reglamentar el intercambio entre los países, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y, por esa vía, impulsar su desarrollo económico y social¹²². Dicho acuerdo con la primera potencia mundial tiene consecuencias tanto en el nivel macroeconómico del país, como en el de sus economías subnacionales.

3.1. ANTECEDENTES:

La globalización supone la intensificación de los flujos comerciales y financieros a escala internacional, lo que ha generado el resurgimiento de los Acuerdos de Integración Económica (ARIE) como mecanismos para estimular el comercio en el interior de un conjunto acotado de países.

Este giro favorable hacia la Regionalización¹²³ ha sido de gran importancia la presencia y posición de Estados Unidos que va desde el abanderado del multilateralismo en la posguerra hasta la conformación del TLCAN con México y Canadá, bajo un acuerdo regional tanto en términos geográficos como

¹²² www.tlc.gov.co/econtent/tlc.asp.

¹²³ En los últimos años se han conformado más de la mitad de los 193 ARIE notificados a la OMC durante el periodo de 1948-2003, 32 de los cuales son del continente americano. (BID,2002)

comerciales, que hizo posible su consolidación como uno de los bloques regionales mas poderosos del mundo.

Lo anterior sugiere que la ampliación o profundización de los acuerdos regionales existentes insta a los socios comerciales no miembros a buscar su incorporación para no quedarse marginados. Así, la presencia de México en el TLCAN denota una de las características centrales del nuevo regionalismo: la asociación entre países de diferentes grados de desarrollo, sin que haya tratamientos especiales para los menos avanzados.

Por tanto el nuevo regionalismo caracterizado por el desmonte arancelario y la inclusión de temas sociales y políticos dentro de sus agendas, se ajusta más a lo ocurrido en los años noventa en América Latina, que a las primeras iniciativas de integración económica que se inscribieron en la estrategia de sustitución de importaciones. El regionalismo abierto de los noventa es funcional a la estrategia de inserción en la economía mundial.

La extensa lista de acuerdos regionales firmados entre las naciones americanas parecía mostrar su plena culminación en el marco de La Asociación de Libre Comercio de las Americas (ALCA), conformada por 34 países del hemisferio occidental, excepto Cuba, cuya vigencia estaba prevista para el 2005. Sin embargo las negociaciones no llegaron a su plenitud debido al “ambiente político adverso a la liberación comercial de Estados Unidos y a la decisión de este país de trasladar temas como las ayudas internas y los subsidios a las exportaciones de los países miembros de la OMC”¹²⁴

El estancamiento de las negociaciones abrió las puertas a partir del año 2002 a dos vertientes de integración comercial en el hemisferio occidental como son los

¹²⁴ [www.sogeocol.edu.co/sociedad geográfica de Colombia](http://www.sogeocol.edu.co/sociedad_geográfica_de_Colombia)

acuerdos bilaterales de países Latinoamericanos con Estados Unidos y el fortalecimiento de los vínculos intra-suramericanos.

En este marco de ideas, Chile y los países centroamericanos firmaron en los años 2002 y 2003 acuerdos bilaterales con Estados Unidos, Colombia, Ecuador y Perú iniciaron en el 2004 negociaciones tendientes al mismo fin.

3.2. TLC DE COLOMBIA CON LOS ESTADOS UNIDOS.

Históricamente, Estados Unidos ha sido el mayor socio comercial de Colombia, lo cual se refleja en las cifras del comercio bilateral. Durante la década de los años 90 del siglo pasado', Colombia buscó posicionar productos y consolidar su relación comercial con Estados Unidos. En 1991, bajo el principio de responsabilidad compartida en la lucha contra las drogas, el Congreso de ese país aprobó la Ley ATPA, a través de la cual, por 10 años, diversos productos colombianos se vieron beneficiados con la reducción, en algunos casos, y la eliminación, en la mayoría de ellos, del pago del arancel de importación a los Estados Unidos.

En el año 2000, ante el inminente vencimiento de esta Ley se solicitó la renovación y ampliación de la misma, fue por ello que en agosto de 2002, el Congreso de los Estados Unidos aprobó nuevamente un esquema preferencial de aranceles bajo la denominada Ley ATPDEA, ampliando su vigencia hasta 2006, e incluyendo productos representativos de la oferta exportadora colombiana como son las confecciones y el calzado, entre otros.

El 8 de agosto de 2003, el Representante Comercial del USTR (Ministro de Comercio de los Estados Unidos), Robert Zoellick, se reunió en Bogotá con el Presidente Uribe y su equipo de Ministros, así como con el sector privado colombiano. En esta visita, Zoellick anunció la disposición del gobierno norteamericano para iniciar la negociación comercial con Colombia, lo cual

representó un avance importante en las conversaciones tendientes a iniciar la negociación de un TLC con Estados Unidos.

El 18 de noviembre, en el marco de la VIII Reunión Ministerial del ALCA, llevada a cabo en la ciudad de Miami, se anunció oficialmente el lanzamiento de las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y los cuatro países andinos beneficiarios de la Ley ATPDEA, es decir Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Oficialmente Colombia, Ecuador y Perú dieron inicio a la negociación en mayo de 2004; Bolivia ha participado hasta la fecha como observador.

3.2.1. EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

Estados Unidos es el primer importador mundial, tanto de bienes como de servicios. En el año 2005, las importaciones totales de Estados Unidos fueron de US\$ 2 billones 15 mil millones que representan el 16,1% del comercio mundial, de las cuales el 82% corresponden a bienes y el restante 18% a servicios¹²⁵.

Desde 1999 al 2005 las importaciones de bienes de Estados Unidos presentan un crecimiento promedio anual de 8,5%, equivalente a 107,8 mil millones de dólares de incremento promedio anual. Las exportaciones por el contrario presentan un crecimiento promedio anual de US\$ 24 mil millones de dólares, 4 veces inferior al crecimiento de las importaciones¹²⁶.

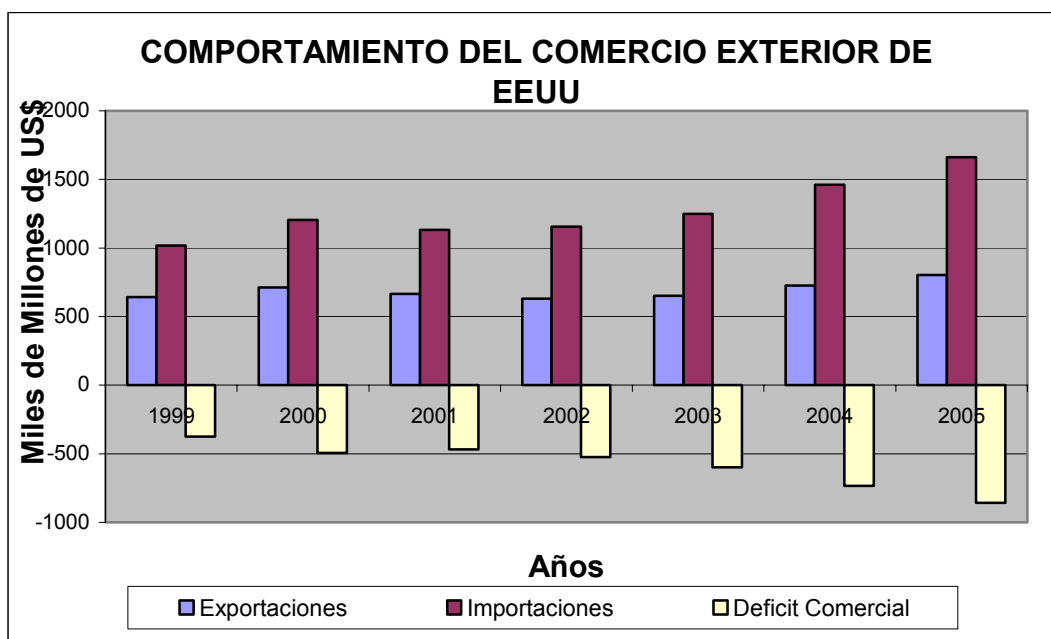
De acuerdo con estas cifras, la balanza comercial de Estados Unidos durante los últimos veinte años siempre ha sido negativa. En el año 2005 el déficit fue de US\$

¹²⁵ MARTIN, Clara Patricia. El impacto económico de un Acuerdo Parcial de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos .Noviembre 25, 2004.

¹²⁶ United Status International Trade Commission

858 mil millones de dólares, el doble del presentado en 1999, cifra que equivale al 8% del comercio mundial de mercancías.

Grafica 11.



Fuente: Elaboración de las autoras a partir de la base estadística.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balance
1999	642	1017	-375
2000	712	1205	-493
2001	666	1133	-467
2002	630	1155	-525
2003	651	1250	-599
2004	727	1460	-733
2005	804	1662	-858

Fuente: Elaboración de las Autoras con base en los datos de United Status International Trade Commission,

Estados Unidos solo presenta una balanza comercial superavitaria en el sector agrícola, textil y en el sector de instrumentos de medida, presión y

medicoquirúrgico. Los sectores que presentan mayor déficit en la balanza comercial son: minerales, combustibles, maquinaria y equipo eléctrico y de transporte.

Cuadro 9. Sectores Superavitarios en EE.UU.						
(Millones de US\$)						
Sector	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Agrícola	9585	10364	11167	13156	13508	11205
Textiles	1416	2124	1654	2919	3899	3150
Instrumentos de Medida y Presión y Medicoquirúrgico	6443	6500	3400	1209	1565	2654

Fuente: United Status International Trade Commission

Cuadro 10 Sectores Deficiarios en EE.UU.						
(Millones de US\$)						
Sector	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Minerales y Combustibles	-109.959	-101.983	-98.490	-133.028	-177.538	-247146,00
Equipo para transporte	-84.944	-82.501	-87.862	-93.226	-100.476	-95032,00
Maquinaria y equipo eléctrico	-62.678	-53.494	-62.055	-66.997	-87.110	-108033,00
Maquinaria y equipo mecánico	-36.274	-30.738	-45.183	-56.311	-72.381	-79587,00
Confecciones	-54.909	-56.343	-58.320	-64.013	-69.696	-75145,00
Metales Comunes y sus Manufacturas	-26.607	-22.808	-25.405	-24.498	-43.810	-47655,00
Muebles y artículos de Alumbrado	-17.812	-17.661	-21.602	-24.774	-28.372	-31293,00
Joyería y relojería	-22.079	-18.100	-20.798	-22.342	-26.767	-28903,00
Otros	-2.628	2.560	2.080	1.293	-26.535	-27336,00
Químicos	-6.247	-9.998	-15.721	-20.863	-18.316	-25869,00
Madera y sus Manufacturas	-9.664	-10.303	-11.300	-12.143	-17.886	-18561,00
Calzado	-14.192	-14.611	-14.860	-15.065	-16.048	-17327,00
Agroindustria	-2.033	-3.033	-6.817	-9.553	-12.131	-14336,00
Minerales no Metálicos	-5.994	-5.688	-6.627	-7.367	-8.469	-9353,00
Pecuario	-3.627	-3.803	-5.243	-4.473	-7.309	-6628,00
Cuero, manufacturas de cuero						
Calzado	-5.463	-5.180	-5.245	-5.344	-5.923	-6,35
Editorial y artes graficas	-2.104	-2.617	-2.927	-3.066	-4.079	-3625,00
Plástico y caucho	-4.884	4.033	2.042	74	-300	-2591,00

Fuente: United Status International Trade Commission

3.2.1.1. IMPORTACIONES POR SECTORES EN ESTADOS UNIDOS.

El 83% de las importaciones de los Estados Unidos son manufacturas, 11% combustibles y 2% productos del sector agropecuario. Dentro de las importaciones de manufacturas, los sectores de minerales y combustibles quipos para transporte son los que registran en el 2005 el mayor valor importado por Estados Unidos¹²⁷. El 69,9% de las importaciones de Estados Unidos están concentradas en los siguientes 10 sectores:

Cuadro 11. Importaciones para consumo de EE.UU. Sectores con mayor tamaño de mercado 8 Millones de US\$)				
Sector	1999	2005	Var. % Promedio Anual	Part. %
TOTAL	1.017.435	1662380	8,50%	100,0%
Minerales y Combustibles	72.033	278.494	25,3%	16,8%
Equipo para transporte	168.896	221.464	4,6%	13,3%
Maquinaria y equipo mecánico	163.378	221.345	5,2%	13,3%
Maquinaria y equipo eléctrico	144.820	206.446	6,1%	12,4%
Químico y farmacéutico	58.708	119.949	12,6%	7,2%
Metales comunes y sus manufacturas	49.130	89.279	10,5%	5,4%
Confecciones	56.347	79.821	6	5
Joyería y relojería	27.656	40.975	6,8%	2,5%
Plástico y caucho	25.994	47.365	10,5%	2,8%
Instrumentos de medida	30.437	46.706	7,4%	2,8
Otros	220.036	310.535	5,9%	18,7

Fuente: United Status International Trade Commission.

¹²⁷ Ídem

Cuadro12. Importaciones para Consumo de EE.UU. (Millones de US\$)					
Sector	1999	2005	Var. % Promedio Anual	Var. US\$ Total	Part. %
TOTAL	1.017.435	1662380	8,50%	644.945	100,0%
Minerales y combustibles	72.033	278.494	25,3%	206.461	16,8%
Químico y farmacéutico	58.708	119.949	12,6%	61.241	7,2%
Muebles y artículos de alumbrado	20.371	37.193	10,6%	16.822	2,2%
Metales comunes y sus manufacturas	4.913	89.279	10,5%	84.366	5,4%
Plásticos y caucho	25.994	47.365	10,5%	21.371	2,8%
Agroindustria	20.991	3.478	8,8%	-17.513	2,1%
Instrumentos de medida, Medicoquirúrgicos y veterinario	30.437	46.706	7,4%	16.269	2,8%
Minerales no metálicos	10.694	1.596	6,9%	-9.098	1,0%
Joyería y relojería	27.656	40.975	6,8%	13.319	2,5%
Madera y sus manufacturas	16.449	24.444	6,8%	7.995	1,5%
Maquinaria y equipo eléctrico	14.482	206.446	6,1%	191.964	12,4%
Confecciones	56.347	79.821	6,0%	23.474	4,8%
Pecuario	1.322	18.651	5,9%	17.329	1,1%
Cuero, manufacturas de cuero, calzado	7.266	9.931	5,3%	2.665	0,6%
Maquinaria y equipo mecánico	163.378	221.345	5,2%	57.967	13,3%
Editorial y artes graficas	19.332	25.543	4,8%	6.211	1,5%
Agricultura	13.548	17.951	4,8%	4.403	1,1%
Equipo para transporte	168.896	221.464	4,6%	52.568	13,3%
Otros	4.459	57.542	4,3%	53.083	3,5%
Calzado	14.074	17.834	4,0%	3.760	1,1%
Textiles	10.071	12.734	4,0%	2.663	0,8%

Fuente: United Status International Trade Commission

3.2.1.2. PAÍSES PROVEEDORES DE LOS ESTADOS UNIDOS

Canadá, China y México son los principales países proveedores de las importaciones de Estados Unidos. El 68% de las importaciones de Estados Unidos provienen de 10 países. China es el país proveedor de Estados Unidos que mas aumento sus exportaciones a ese mercado; de los US\$ 644.944 millones de dólares que aumentó de las importaciones de Estados Unidos, China apporto el

25%, le sigue Canadá y México con el 14% y 9,3% respectivamente¹²⁸.

Cuadro 13. Países proveedores de EE.UU. con mayor crecimiento. (Millones de us\$)			
País	1999	2005	Var. En US\$ 99-05
TOTAL	1.017.435	1.662.380	644.944
China	81.522	242.638	161.116
Canadá	198.242	287.534	89.291
México	109.018	169.216	60.198
Alemania	55.386	84.345	28.959
Venezuela	11.004	32,75	22
Nigeria	10.390	23.875	19.703
Arabia Saudita	31.152	26,15	18.298
Irlanda	7.852	28.385	17
Brasil	4.172	24.346	13.073
Malasia	11.273	33.695	12.303

Fuente: United Status International Trade Commission, 2005.

3.2.1.3. MEDIOS DE TRANSPORTE Y ESTADOS POR DONDE INGRESAN LAS IMPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS.

El 51% de las importaciones de Estados Unidos en el año 2005 se realizaron por vía marítima, el 27% por vía terrestre y el 22% por vía aérea. Las Importaciones ingresaron en el mismo año por 10 estados, siendo California, Texas y New York los estados con mayor participación.

¹²⁸ Ídem

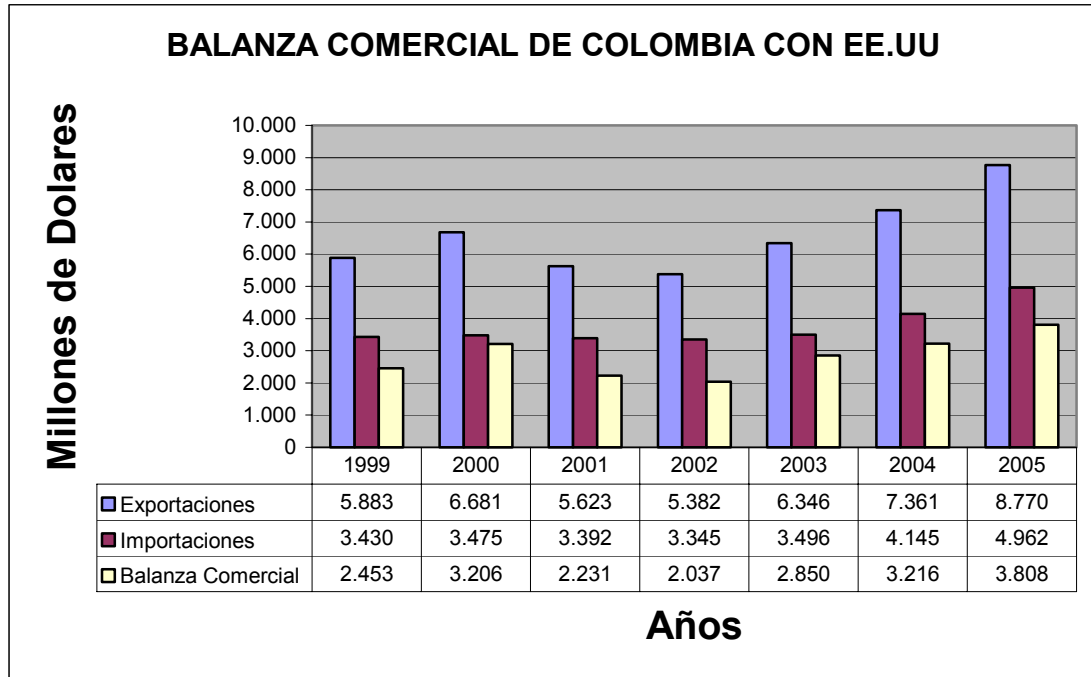
Cuadro 14. Principales Estados de Ingreso de las Importaciones de EE.UU. (2005)	
Estado	Porcentaje
Georgia	2,9%
Florida	3,0%
Washington	3,1%
Ohio	3,1%
Illinois	4,7%
Louisiana	5,7%
Michigan	7,4%
New Cork	14,8%
Texas	14,9%
California	18,3%
Otros	22,2%

Fuente: Elaboración de las autoras con datos de United Status International Trade Commission

3.2.1.4. COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS.

La balanza comercial de Colombia con Estados Unidos desde 1999 al 2005 siempre ha sido positiva y registra un crecimiento promedio anual de 7.6%. El 57% de las exportaciones de Colombia a Estados Unidos son combustibles y minerales, el 28% son manufacturas y el 15% son productos del sector agropecuario.

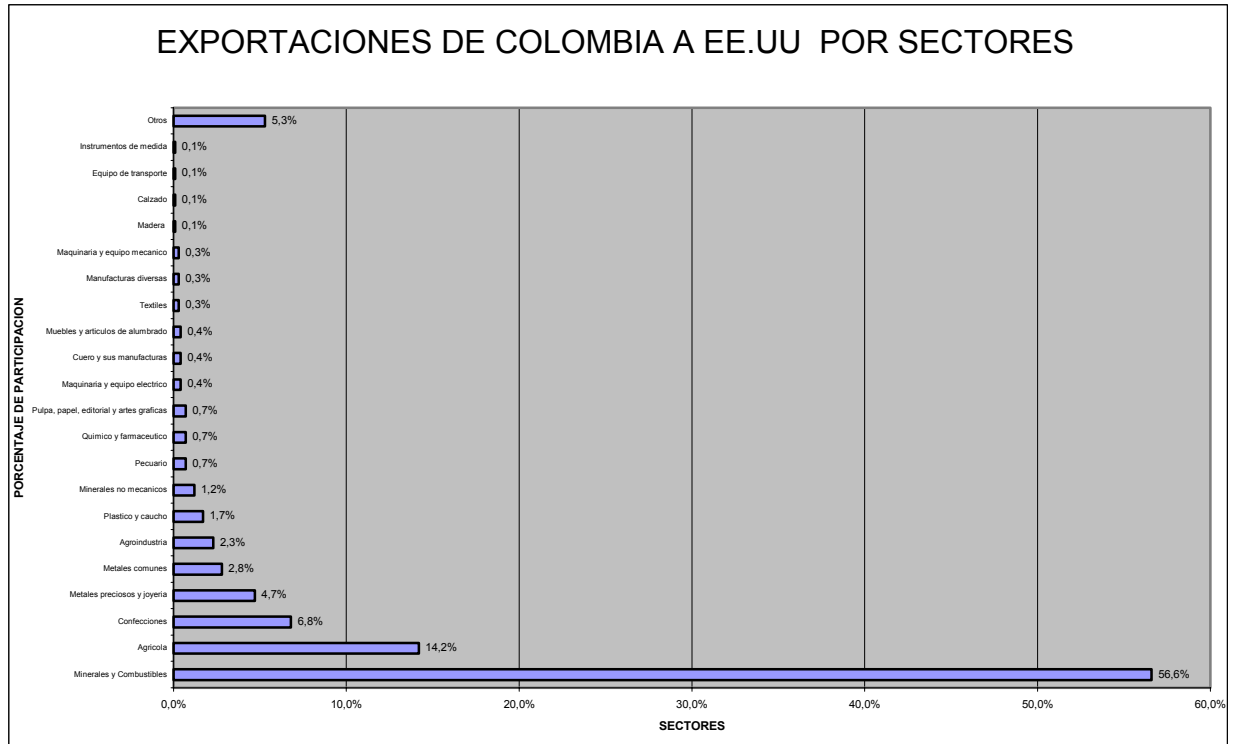
Grafica 12.



Fuente: Elaboración propia con datos de United Status International Trade Commission

En el comercio bilateral de Colombia con Estados Unidos, 14 sectores presentan un saldo positivo, destacándose especialmente los productos de los sectores de minerales y combustibles, agrícola, confecciones y el sector metales preciosos y joyería. Los productos del sector químico y farmacéutico fueron los que mas perdieron participación en ese mercado.

Grafica 13.



Fuente: Elaboración de las autoras con datos de United States International Trade Commission

3.2.1.5. ESTRUCTURA ARANCELARIA.

Estados Unidos es uno de los países con aranceles más bajos a nivel mundial; en efecto, del valor total de las importaciones en el año 2005, el 30,4% pago impuestos por US\$ 23,224 millones de dólares, con un arancel efectivo promedio de 4,6% y un arancel medio de 2,5%. China (4,6%), Japón (7%) y Alemania (2,9%) son los países que más pagan impuestos de importación en Estados Unidos. Las confecciones (14,6%), el cuero y sus manufacturas y el calzado (10,5%), son los productos con mayor arancel efectivo promedio en Estados Unidos.

3.2.2. IMPLICACIONES DEL TLC COLOMBIA-ESTADOS UNIDOS

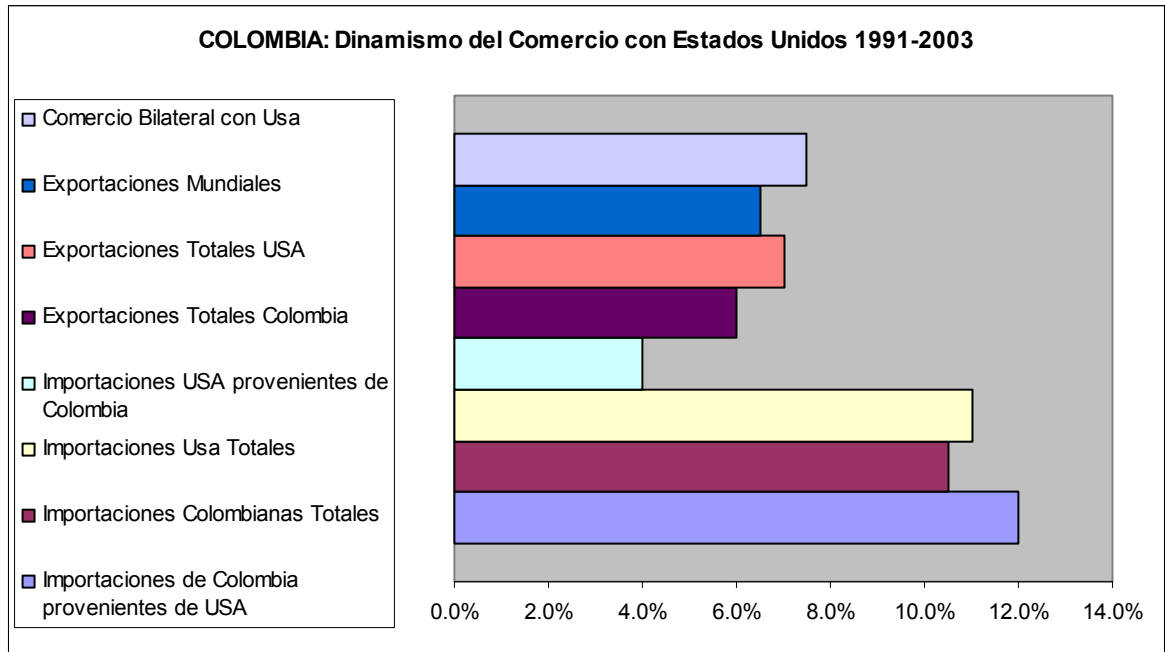
Colombia ha participado activamente en procesos de integración latinoamericana como el ALCA, CAN, G3 y Suramericana de Naciones. Ahora se presta a firmar un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, donde los principales argumentos del gobierno actual para firmar dicho TLC, es que este estimulará las exportaciones a EE.UU. generando un mayor crecimiento del ingreso per capita, (disminución de la pobreza) y del crecimiento del sector agrícola.

Tales argumentos son en esencia los mismos que utilizó la administración de Gaviria para sustentar la apertura económica en los años noventa, quien creía que aumentos en las exportaciones, generaría aumentos en el ingreso per capita y por tanto reducción en los niveles de pobreza. Dichos supuestos no fueron reales durante el proceso de apertura, así que tampoco lo serán en el TLC, conclusión a la que llegaron instituciones gubernamentales como el Banco de la República y el Departamento Nacional de Planeación (DNP).

3.2.2.1. EL COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS OBEDECE A UN PATRON TIPICO DE NORTE-SUR.

El periodo comprendido entre 1991 y 2003, posterior a la apertura, el comercio de Colombia con Estados Unidos creció a una tasa promedio anual del (7%), tasa que es superior a la del crecimiento del comercio internacional del (6,5%), pero muy similar a la de expansión de los intercambios del país con el resto del mundo (ver grafica 14).

Grafica 14



Fuente: DANE, USTIC, OMC

Las importaciones han crecido a un ritmo similar al de las exportaciones, pero con una balanza comercial negativa para Colombia en el lapso de 1993-1998 y positiva desde 1999 en adelante. La Balanza Comercial con Estados Unidos en la fase post-apertura (excepto en 1991 y 1992) ha sido mas favorable para Colombia que la registrada con el resto del mundo; lo cual contrasta con el subperiodo 1977-1990, en la cual la situación es al revés.

Cuadro 15. Colombia: Comercio con Estados Unidos 1977-2003				
Años	Exportaciones	Importaciones	Comercio total	Balanza comercial
1977	690.1	668.9	1359	21.2
1978	858.3	884.8	1743.2	-26.5
1979	968.8	1140.5	2109.2	-171.6
1980	1053.3	1617.0	2670.3	-563.7
1981	678.3	1563.4	2241.7	-885.1
1982	696.1	1676.4	2372.5	-980.3
1983	849.9	1560.6	2410.5	-710.7
1984	1068.8	1362.5	2431.2	-293.7
1985	1130.5	1233.0	2363.5	-102.6
1986*	1449.6	0.0	1449.6	0
1987	1877.8	1352.0	3229.8	525.8
1988	1841.1	1621.0	3462.1	220.1
1989	2343.2	1669.1	4012.2	674.1
1990	2793.0	1802.7	4595.7	990.2
Crecimiento promedio anual 1977-1990	21.7	12.0	14.1	
1991	2517.9	1660.7	4178.5	857.2
1992	2466.1	2233.7	4699.7	232.4
1993	2639.7	3201.7	5841.4	-561.9
1994	2972.3	3986.9	6959.2	-1014.6
1995	3542.9	4719.4	8262.3	-1176.5
1996	4088.9	4853.5	8942.4	-764.6
1997	4262.3	5501.3	9763.6	-1239
1998	4048.5	4807.5	8856.1	-759
1999	5615.5	3853.3	9468.8	1762.2
2000	6527.4	3999.6	10527	2527.8
2001	5254.3	4502.0	9756.2	752.3
2002	5151.2	4082.4	9233.6	1068.8
2003	5758.2	3853.9	9612.2	1904.3
Crecimiento promedio anual 1991-2003	9.8	10.1	10.3	

Fuente: DANE, 1991-2003

Al respecto, llama especial atención el saldo apreciable con EE.UU. a partir de 1999, que obedece al ajuste hacia abajo que sufrieron las importaciones de este país a raíz de la recesión de 1999 y por tanto, del fortalecimiento de las exportaciones minerales de Colombia hacia ese mercado. Tal efecto se aprecia en

el cuadro 6, la cual muestra que por sectores la balanza comercial es ampliamente favorable para el sector minero, en tanto en el sector industrial es negativa.

Cuadro 16. Balanza comercial relativa de Colombia con USA												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agropecuario	48.2	51.3	51.4	48.6	31.1	5.9	20.2	23.4	30.6	35	36.8	24.9
Minería	97.6	97.1	97	97	97.5	98	98.3	98.7	98.9	99.4	99.6	99.3
Industria	-11	-27.9	-42.8	-50.2	-50.5	-47.8	-53	-43.4	-39.9	-32.8	-33.5	-29.6
Otros	-62.3	35.2	73.3	-41.3	-0.7	14	66	72	56.9	28.5	19.5	-9.5
TOTAL	23.5	4.7	-12.3	-17.8	-21.8	-15.4	-13.2	-4.7	1.2	18.1	19.3	13.1

Fuente: DANE, 1991-2002.

De lo anterior se puede inferir que el intercambio comercial entre Colombia y Estados Unidos responde a un patrón típico Norte-Sur (productos primarios por bienes industriales) que se ciñe al modelo de ventajas comparativas. Este modelo podría acentuarse más como consecuencia del TLC.

3.2.2.2. COLOMBIA ES UN PROVEEDOR MARGINAL DEL COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS (EXPORTACIONES).

Entre 1991 y 2003 las exportaciones de Colombia hacia Estados Unidos aumentaron del 38% al 44%, aumento que obedece a la exportación de productos minerales en primer lugar, seguido por productos industriales y en tercer lugar por productos agropecuarios (ver cuadro 17). Esta estructura exportadora contrasta desfavorablemente con la de las ventas a la CAN, en la cual predominan casi exclusivamente las manufacturas (véase cuadro 18). Incluso comparándose con el patrón de exportaciones al mundo, el de Estados Unidos es el más sesgado hacia productos primarios (Ver cuadro 19)

Cuadro 17. Composición de Exportaciones a USA por Sectores (%)													
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agropecuario	7	7	15	16	19	19	15	13	14	15	12	10	13
Minería	35	46	36	33	36	33	41	49	46	47	56	58	50
Industria	42	47	48	49	45	48	43	37	40	38	32	31	37
Otros	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE, 1990-2002

Cuadro 18. Composición de Exportaciones a la CAN por Sectores (%)													
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agropecuario	3	7	6	3	3	3	1	1	4	3	3	3	2
Minería	8	9	10	5	2	14	14	11	7	8	6	1	2
Industria	88	83	84	92	96	83	84	88	89	89	92	96	96
Otros	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE, 1990-2002

Cuadro 19. Composición de Exportaciones Totales por Sectores (%)													
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agropecuario	4	11	12	12	12	10	10	10	11	10	9	9	10
Minería	31	24	24	24	19	25	31	28	28	36	37	31	30
Industria	65	64	63	63	69	65	59	62	61	53	54	60	60
Otros	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE, 1990-2002

De igual forma, Colombia contribuye solo con el 0,49% del total de las importaciones estadounidenses, porcentaje que es apenas una fracción del correspondiente a México, y muy inferior a Brasil, pero superior al de Chile o Argentina, países estos que tienen un comercio exterior mas diversificado geográficamente.

Cuadro 20. Participación en las Importaciones Totales de USA							
	Colombia	Chile	México	Venezuela	Brasil	Argentina	6 Países
1990	0.64	0.26	6.05	1.90	1.58	0.30	10.74
1991	0.56	0.27	6.34	1.67	1.37	0.26	10.46
1992	0.53	0.26	6.56	1.52	1.42	0.23	10.53
1993	0.51	0.25	6.77	1.38	1.27	0.20	10.39
1994	0.47	0.27	7.40	1.25	1.30	0.26	10.96
1995	0.51	0.26	8.29	1.30	1.18	0.23	11.77
1996	0.55	0.28	9.25	1.64	1.09	0.28	13.10
1997	0.54	0.26	9.80	1.54	1.10	0.25	13.50
1998	0.51	0.27	10.32	1.00	1.10	0.24	13.44
1999	0.61	0.29	10.65	1.10	1.10	0.25	14.00
2000	0.57	0.27	11.10	1.52	1.13	0.25	14.84
2001	0.5	0.31	11.46	1.33	1.26	0.26	15.12
2002	0.48	0.32	11.56	1.30	1.35	0.27	15.29
2003	0.51	0.298	10.95	1.36	1.42	0.25	14.78
2004	0.49	0.32	10.58	1.69	1.44	0.25	14.78

Fuente: DANE, 1990-2004.

3.2.2.3. LAS VENTAS COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS ESTAN SUJETAS A TODA CLASE DE BARRERAS NO ARANCELARIAS (BNA)

La BNA incluye tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en normas explícitas sino en prácticas y directivas informales de los gobiernos y sus agencias especializadas. En este caso concreto de los Estados Unidos, alrededor de un 34% de las posiciones arancelarias que representan el 27% del valor de las importaciones están afectadas por BNA (ver cuadro 18).

Algunas de las BNA que dificultan el acceso al mercado de Estados Unidos son: regulaciones y normas ambientales, costos de importación, sellos de calidad y otros requerimientos tecnológicos, medidas antidumping y medidas de apoyo interno. De estas barreras las más relevantes para Colombia son las tecnologías, las cuotas y muy especialmente las medidas de apoyo interno a la agricultura. El apoyo interno a la agricultura, están enmarcadas en la ley agrícola de Estados Unidos de 2002 que estableció subsidios de US\$ 180.000 millones entre 2003 y

2009. Gracias a estos subsidios Estados Unidos puede competir internacionalmente con productos como el algodón, arroz, leche, maíz y oleaginosas, en los cuales no tiene ventajas comparativas.¹²⁹

Cuadro 21. INDICE DE LAS RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS EN ESTADOS UNIDOS	
Total de posiciones en el nomenclador	10,102
Importaciones totales (US\$ millones, 1997)	841,690
Posiciones con restricciones no-arancelarias	3,468
Participación en el total	34%
Importaciones totales con restricciones no arancelarias	225,837
Participación en el total	27%
Posiciones con restricciones no-arancelarias "núcleo"	1,791
Participación en el total	18%
Importaciones totales con restricciones no arancelarias "núcleo"	65,793
Participación en el total	8%
Restricciones no arancelarias "núcleo"	
Licencia de importación no automáticas	70%
Cuotas	20%
medidas antidumping y compensatorias	5%
Aranceles estacionales	3%
Prohibiciones de importación	1%
Participación de posiciones con restricciones no arancelarias en el total	
Productos primarios	74%
Manufacturas de productos agropecuarios	76%
Manufacturas de origen industrial	25%
Combustibles	25%
Participación de restricciones no arancelarias "núcleo" en el total de las posiciones con restricciones no arancelarias	
Productos primarios	90%
Manufacturas de origen agropecuarios	95%
Manufacturas de origen industrial	22%
Combustibles	15%

Fuente: CEPAL, 2002.

3.3. DIAGNOSTICO DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CUERO, CALZADO Y MARROQUIENERIA.

3.3.1. CARACTERIZACION DEL SECTOR.

¹²⁹ MARTIN, Clara Patricia. El impacto económico de un acuerdo parcial de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, noviembre 25, 2004. p, 2-7.

El subsector calzado hace parte de la cadena productiva Cuero-Calzado y manufacturas de cuero quienes se integran entre si para generar valor agregado a los productos terminados. Dicha cadena se caracteriza por el uso de mano de obra poco calificada y la combinación de procesos productivos artesanales desarrollados por pequeñas empresas y la implementación de tecnología de punta por las grandes empresas.

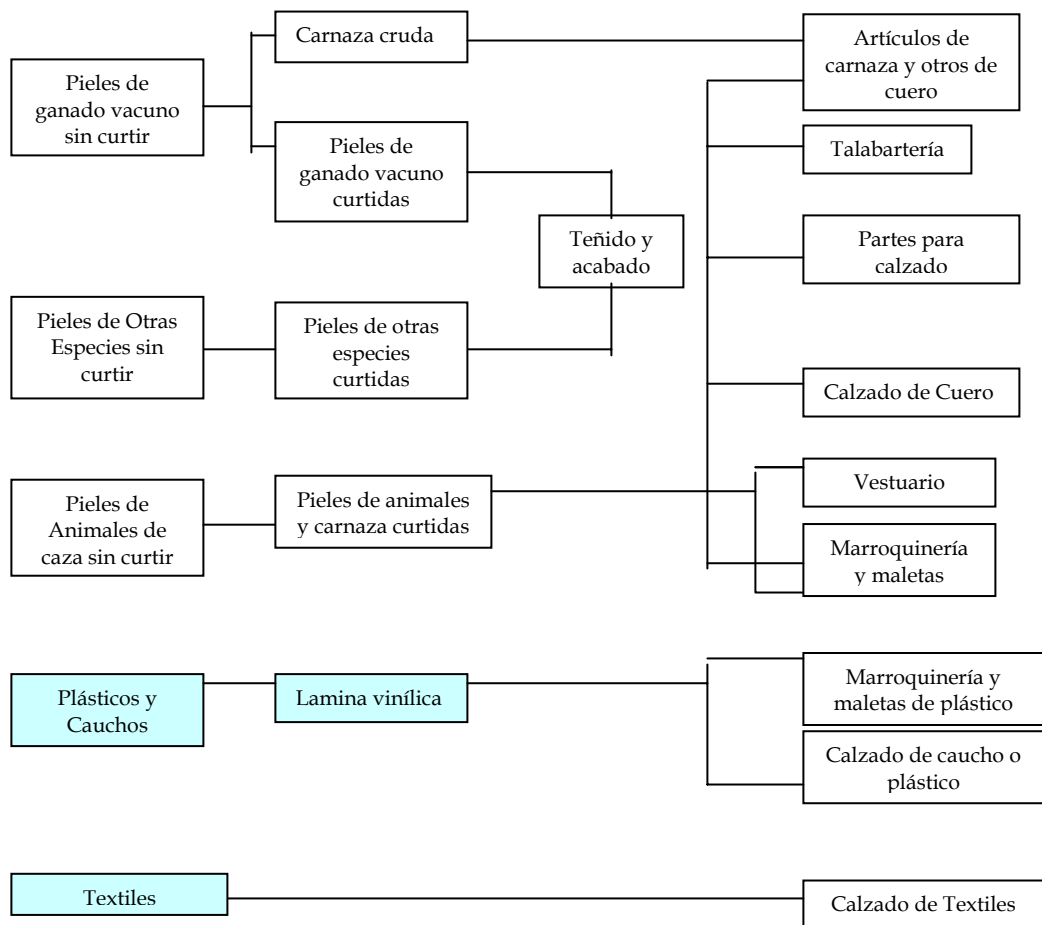
El proceso productivo de la cadena de cuero se divide en cuatro grandes actividades que son: producción de cuero crudo, curtiembre, marroquinería y calzado. Una breve descripción se presenta a continuación:

- ❖ **Producción de cuero crudo:** La obtención del cuero crudo se da después del sacrificio de los animales. Para la producción de la curtiembre, la principal materia prima es la piel cruda de origen bovino.
- ❖ **Curtiembre:** El curtido es el proceso de sometimiento de la piel a acciones fisicoquímicas para convertirla en un material duradero. Esta parte del proceso de producción comprende tres fases: la ribera, el curtido y el teñido y acabado.
- ❖ **Marroquinería y talabartería:** De esta parte del proceso productivo se obtienen las manufacturas de cuero y prendas de vestir de este material. Se compone de cinco pasos básicamente: diseño, modelo, cortado, guarnecido, terminado y empaque.
- ❖ **Calzado:** Una característica importante del proceso de producción del calzado es que requiere insumos diferentes al cuero, como son los textiles, el caucho y el plástico. El proceso de fabricación del calzado se inicia con la fabricación de suelas, luego viene el cortado de la pieza previamente patronada y, posteriormente, el proceso de guarnecido.

Para llevar a cabo el análisis de la cadena productiva se parte del concepto de eslabón, que es una agrupación de productos relativamente homogéneos en

cuanto a características técnicas de producción: materias primas, usos finales o intermedios y tecnologías productivas. A partir de la identificación del proceso productivo del cuero y sus manufacturas, se elaboró un diagrama de flujo que describe la cadena productiva, y en el cual se recogen las principales líneas de producción y los diferentes productos del sector a través de 17 eslabones. En la cadena se distinguen cinco tipos de bienes finales: calzado, vestuario, productos de marroquinería, productos de talabartería y artículos de carnaza.

Cuadro 22. Cadena Productiva del Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander



Fuente: Plan estratégico exportador, 2005.

El eslabón con mayor participación es calzado de cuero (30,4%), seguido por pieles curtidas de ganado vacuno (26,3%). Por línea de producción se observa que los eslabones asociados con la elaboración de calzado participan con 39,8% de la producción, con la elaboración de productos de marroquinería (10,6%), con los artículos de carnaza (5,4%), con los productos de vestuario (2,3%) y los productos de talabartería tienen una participación menor a 1%.

Cuadro 23. SANTANDER: Valor de la Producción por Eslabón (2001)				
Eslabón	Numero de Productos		Producción en fabricas	
	CIU	Posiciones arancelarias	valor (\$ Millones)	Participación (%)
Pieles de Animales de caza sin curtir	3	3	n.d.	n.d.
Pieles de ganado vacuno sin curtir	5	3	10542	1,3
Pieles de otras especies sin curtir	8	6	285	0
Carnaza Cruda	5	1	12601	1,5
Pieles curtidas de animales de caza	3	6	n.d.	n.d.
Pieles curtidas de ganado vacuno	6	8	217875	26,3
Pieles curtidas de otras especies	7	4	648	0,1
Teñido y Acabado	7	7	23506	2,8
Artículos de carnaza y otros de cuero	14	6	44459	5,4
Marroquinería y maletas	15	5	64890	7,8
Talabartería	5	1	50	0,4
Vestuario	23	7	19395	2,3
Marroquinería y Maletas de Plástico	22	9	23023	2,8
Partes para el calzado	17	4	78482	9,5
calzado de cuero	12	11	251661	30,4
calzado de textiles	8	5	30081	3,6
calzado de caucho o plástico	12	9	47779	5,8
total de la cadena	172	95	828278	100

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera Estimados 2002-2003

3.3.2. ESCENARIO INTERNACIONAL DEL SECTOR.

La cadena productiva de calzado presenta un grado importante de internacionalización, siendo Estados Unidos e Inglaterra los países con mayor

ventaja competitiva al lograr ubicar plantas en países como China, Corea, Hong Kong, Taiwán y Brasil. La producción de calzado en estos países se caracteriza por el bajo costo de la mano de obra, la producción de calzado deportivo de baja gama y calidad.

La industria del calzado a nivel mundial ha aumentado en el uso de materiales sustitutos del cuero como son los sintéticos para capelladas y el poliuretano (plástico) para fabricar suelas. Sin embargo, la innovación tecnológica más marcada se desarrolla en el calzado deportivo, que fabrica suelas de plástico inyectadas directamente a la capellada e incorpora como insumos los microprocesadores y computadores, materiales compuestos y fibras textiles sofisticadas combinadas con cuero y caucho. Por su parte, el calzado femenino, que se caracteriza por los constantes cambios en los modelos, incorpora la fabricación y diseño asistido por computadora que permite una mayor flexibilidad productiva para cubrir la demanda.

El comercio mundial de calzado se encuentra concentrado principalmente en China e Italia, quienes para el año 2003 lograron un 29,2% y 18,9% de participación en las exportaciones mundiales. Brasil, es el principal exportador de este producto a nivel latinoamericano, quien ocupó el octavo lugar con un 3,7% del total de las ventas mundiales para el mismo año, por encima de países como Francia, Estados Unidos y Tailandia.

Las importaciones de calzado para el mismo periodo, son de 28% para Estados Unidos y 8,7% para China, países que constituyen como los compradores potenciales de este producto.

Cuadro 24. Exportaciones Mundiales de Calzado.

<i>PAÍS</i>	2001	2002	2003	PARTICIPACIÓN 2003
China	10.096	11.090	12.955	29.2%
Italia	7.570	7.588	8.376	18.9%
España	1.986	2.125	2.297	5.2%
Vietnam	1.630	1.913	n.d.	n.d.
Alemania	1.373	1.648	1.862	4.2%
Bélgica	1.653	1.855	1.663	3.7%
Portugal	1.515	1.497	1.626	3.7%
Brasil	1.684	1.516	1.622	3.7%
Rumania	976	1.158	1.421	3.2%
Francia	956	1.071	1.275	2.9%
Indonesia	1.506	1.148	1.182	2.7%
Países Bajos	893	765	1.132	2.6%
Tailandia	839	n.d.	802	1.8%
India	663	623	758	1.7%
Reino Unido	698	661	691	1.6%
Austria	555	539	643	1.4%
Corea Rep.	702	577	509	1.1%
USA	638	520	495	1.1%
Otros	4.563	4.567	5.046	11.4%
TOTAL	40.494	40.862	44.356	

CUADRO 25 IMPORTACIONES MUNDIALES DE CALZADO.

<i>PAÍS</i>	2001	2002	2003	PARTICIPACIÓN 2003
USA	16.009	16.159	16.413	28.4%
China	5.159	5.030	5.007	8.7%
Alemania	4.180	4.118	4.681	8.1%
Francia	2.940	3.351	4.065	7.0%
Reino Unido	3.279	3.544	3.960	6.8%
Italia	2.747	3.067	3.805	6.6%
Japón	3.045	2.936	3.078	5.3%
Bélgica	1.357	1.418	1.526	2.6%
Países Bajos	1.370	1.307	1.260	2.2%
España	715	871	1.227	2.1%
Canadá	1.016	1.061	1.113	1.9%
Austria	757	773	858	1.5%
Suiza	694	697	790	1.4%
Dinamarca	437	479	603	1.0%
Australia	486	562	598	1.0%
Corea Rep.	311	404	516	0.9%
Otros	7.857	7.623	8.371	14.5%
TOTAL	52.358	53.400	57.870	

FUENTE: Conferencia de las Naciones Unidas Sobre el Comercio y Desarrollo. Estadísticas de Comercio Internacional

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se considera que la industria de calzado a nivel internacional presenta ciertas características tendientes a la automatización de los procesos productivos, la relocalización de dichos procesos, la segmentación del mercado y la hegemonía de ciertas empresas multinacionales.

3.3.3. ESCENARIO NACIONAL DEL SECTOR.

La industria del calzado, en nuestro país, se concentra principalmente en Bogotá, Atlántico, Antioquia, Valle y Santander; quienes en conjunto producen el 88% de la producción nacional. En Colombia más del 95% de las unidades productivas dedicadas a la fabricación de calzado son microempresas, cuya participación no supera el 30% de la producción bruta del sector¹³⁰

En Colombia la cadena del cuero, calzado e industria marroquinera depende en gran medida de la matanza de ganado bovino de la cual se obtiene gran parte de la oferta de cuero y pieles. No obstante, esta oferta no puede ser aprovechada completamente, debido al bajo cuidado que se realiza al cuero durante el proceso de levante del ganado vacuno y durante su sacrificio. Esta situación se debe en gran parte a la baja capacitación que existe dentro del sector ganadero en el manejo del cuero y pieles¹³¹

Entre el 2000 y 2003, el sector calzado, cuero y manufacturas presentaron una participación en la producción nacional de 60%, 25% y 15%. Así mismo una participación en el nivel de empleo de 68%, 15% y 17% respectivamente¹³².

¹³⁰ ICEX. Instituto Español de Comercio Exterior. El sector calzado en Colombia, oficina económica y comercio de la embajada de España en Bogotá. Serie notas sectoriales, marzo 2005, p. 18.

¹³¹ Cerutti, Julia. Estudios sectoriales. Componente: Industria del calzado. Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación. 2003.

¹³² Encuesta Anual Manufacturera, 2004.

El panorama de las exportaciones del sector durante los años noventa es desalentador, al pasar de US\$ 100 millones en 1990 a US\$ 28 millones en 1999. No obstante en el 2002 presenta una recuperación paulatina llegando a exportar en el 2004 US\$ 44 millones.

Los principales países de destino son Venezuela y Ecuador quienes para el año 2004 registran importaciones de 21,9% y 19,6%, destacándose de igual manera el incremento de las mismas hacia Estados Unidos y México. Los departamentos de donde provenían estas exportaciones son Valle del Cauca con un 29,85%, Santander con 27,96% y Cundinamarca 20,30%.

Cuadro 26. Destino de las Exportaciones de Calzado en Colombia

PAÍS	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004 (%)
Venezuela	9.2	12.0	14.9	4.6	2.6	9.6	21.9%
Ecuador	1.8	2.8	7.2	8.3	7.2	8.6	19.6%
USA	2.7	2.7	4.7	2.9	4.5	5.0	11.3%
México	0.5	1.1	0.6	0.8	2.7	4.9	11.1%
Panamá	2.6	2.5	2.1	1.9	2.0	2.6	6.0%
Bélgica	0.0	0.0	0.1	0.0	0.4	1.7	3.8%
Perú	0.0	0.0	0.1	0.6	1.1	1.6	3.6%
España	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	1.4	3.1%
Puerto Rico	2.0	1.4	1.5	1.2	1.4	1.4	3.1%
Costa Rica	0.8	1.0	1.1	1.3	1.2	1.1	2.6%
República Dominicana	0.2	0.7	0.9	0.8	0.3	0.9	2.1%
Portugal	0.0	0.0	0.	0.0	0.1	0.7	1.5%
Guatemala	0.4	0.4	0.6	0.5	0.5	0.4	1.0%

Fuente: DIAN- Ministerio, 1999-2004

Las importaciones Colombianas de Calzado experimentaron una tendencia creciente durante la década de los noventa llegando en el año 2004 a US\$ 95 millones, lo anterior como resultado de un aumento significativo de las compras provenientes de china, las cuales se incrementaron de US\$ 2 millones en 1993 a US\$ 49 millones en 2004, representando más del 57% de las importaciones de

Calzado en Colombia. Igualmente países como Ecuador y Brasil lograron elevar su participación en el mercado Colombiano (17,6% y 10,5% respectivamente en el 2004)¹³³

Los departamentos de destino de las importaciones de calzado para el año 2003, son el Valle del Cauca y Bogota quienes en conjunto representaron el 69,78%. Santander tiene una participación poco significativa del 0,77%¹³⁴.

Cuadro 27. Origen de las Importaciones de Calzado en Colombia.

PAÍS	1993	94	95	96	97	98	99	2000	01	02	03	04	04(%)
China	2.0	3.4	2.9	3.1	8.2	9.1	15.6	26.8	48.0	36.2	40.8	49.6	57.7
Ecuador	0.2	0.6	1.1	0.8	1.9	5.2	5.3	9.6	10.2	13.1	12.9	15.2	17.6
Brasil	1.0	1.4	3.8	4.7	5.5	3.2	3.1	2.9	3.1	3.8	4.9	9.0	10.5
Indonesia	0.1	1.0	2.1	2.6	2.5	0.6	1.9	1.7	1.9	1.9	0.8	2.3	2.7
Vietnam	0.0	0.1	0.5	0.5	2.0	0.4	1.2	4.1	2.6	1.5	1.5	1.8	2.1
Italia	1.1	2.1	2.5	2.0	2.3	3.5	2.5	2.5	3.5	2.8	1.3	1.4	1.6
Venezuela	2.7	2.2	2.6	2.4	2.6	1.5	1.2	0.8	1.4	1.2	0.5	0.8	0.9
USA	1.2	1.7	2.2	1.9	2.1	1.4	2.1	1.1	1.3	0.5	0.8	0.8	0.9
Perú	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.1	0.7	0.8
España	0.3	0.9	2.2	1.7	1.9	2.6	1.2	0.8	1.0	1.3	0.6	0.6	0.7
Panamá	0.7	0.7	0.5	0.1	0.4	0.2	2.9	0.1	3.1	0.3	0.1	0.4	0.5

Fuente: DIAN- Ministerio.1993-2000

De esta forma el comportamiento decreciente de las exportaciones y aumento de las importaciones, han generado un déficit comercial desde 1999, que al 2004 equivale a US\$ 51 millones. Esto significa que el proceso de apertura en Colombia a dado como resultado el cierre de empresas importantes del sector que no lograron insertarse en el mercado, debido a factores como las altas cargas pensionales, el rezago tecnológico e, incluso, la baja calidad de los productos, derivados de condiciones externas como la calidad de los cueros¹³⁵.

¹³³ Ministerio de Comercio Exterior. Dirección de Competitividad, "Perfil del sector cuero, calzado y manufacturas". 2004, p. 23.

¹³⁴ ICEX. Instituto Español de Comercio Exterior. El sector calzado en Colombia, oficina económica y comercio de la embajada de España en Bogotá. Serie notas sectoriales, marzo 2005, p. 18-25.

¹³⁵ DANE. "Análisis de Competitividad Industrial 1990-1997". 1998, p. 59.

3.4. EI DEPARTAMENTO DE SANTANDER

3.4.1. SECTORES COMERCIALES

3.4.1.1. Sector Avícola y Pecuario.

La participación del sector agropecuario dentro del PIB agropecuario del país es del 5.9%, donde sobresalen los cultivos de café, cacao, maíz, caña panelera, palma africana, frijol, papa, plátano y yuca. La ganadería cuenta con vacunos, porcinos, equinos, mulares, ovinos, asnos y fique. Las cadenas productivas con mayores acuerdos están: palma de aceite, avícola, Maíz-yuca, cacao-chocolate, y forestal-madera.¹³⁶

Cuadro 28. Santander: Estructura del PIB Agropecuario, Silvicultura y Pesca. Año 2003 (Millones de Pesos y Participación % Precios Constantes de 1994)		
	Valor	Part. %
Total PIB Agropecuario Colombia	10,991,869	100.0%
Total PIB Agropecuario Departamento	653,286	5.9%
Animales Vivos y productos animales	336,888	51.6%
Otros Agrícolas	254,760	39.0%
Café	5,047	8.0%
Silvicultura y Extracción de Madera	6,684	1.0%
Pesca	2,907	0.4%

Fuente: DANE

3.4.1.2. Sector Industrial

En la Cámara de Comercio de Bucaramanga se encuentran registrados 3.592 establecimientos industriales y 10.625 comerciales, los cuales se dedican a la producción de artículos metálicos, maquinarias, herramientas, productos químicos, textiles, cemento, bebidas, partes de automotores, prendas de vestir y calzado.

¹³⁶ Gobernación de Santander. Plan de desarrollo departamental, Santander 2004-2007.

La industria Santandereana, como se anotó, se desarrolla en dos polos: La zona entre Bucaramanga, Piedecuesta y Girón donde se encuentran las empresas de alimentos, textiles, calzado, partes de automotores, tabaco y la industria avícola ; y la otra zona en Barrancabermeja donde se desarrollan todas las actividades de refinación del petróleo y sus derivados.¹³⁷

3.4.1.3. Sector Minero y Energético.

La participación de este sector en el PIB departamental fue del 1.9%, donde sobresalen actividades de explotación del petróleo en Barrancabermeja con 69.9%. El carbón y los minerales para uso industrial y minerales no metálicos utilizados para construcción representaron el 30.1% restante.

Cuadro 29. SANTANDER: Estructura del PIB Minero, Año 2003 Millones de Pesos y Participación % Precios Constantes de 1994		
	Valor	Part. %
Total PIB Minero Colombia	3,880,059	100.0%
Total PIB Minero Departamento	75,143	1.9%
Petróleo	52,499	69.9%
Otros Minerales no Metálicos	21,612	28.8%
Minerales Metálicos	1,032	1.4%
Hulla Lignito y turba	0	0.0%

Fuente: DANE

3.4.2. ESTRUCTURA EXPORTADORA.

3.4.2.1. Por sectores

Para el año 2005 el sector con mayores exportaciones fue el de manufacturas, quien registro más de la mitad de las exportaciones del departamento, seguido por

¹³⁷ Geografía Económica de Colombia. www.portafolio.com.co

el agropecuario y en menor proporción por el agroindustrial y el de minerales y combustibles.

Cuadro 30. Santander: Estructura de las Exportaciones Totales Año 2005	
Sectores	Porcentaje
Agroindustrial	3,1%
Minerales y Combustibles	3,1%
Agropecuario	32,9%
Manufacturas	60,9%

Fuente: DIAN

3.4.2.2. Por productos.

El renglón que mayor crecimiento ha alcanzado en las ventas externas es el de productos metálicos básicos no ferrosos con el 52%, con algunas participaciones de prendas de vestir y producción agropecuaria. Otros rubros de exportación de Santander incluyen productos que no contiene alto valor agregado como café, prendas de vestir, combustibles, calzado, productos lácteos, entre otros.

Cuadro 31. SANTANDER: Principales Grupos de Productos Exportados. Año 2005. Dólares FOB		
Capítulo	Descripción	Valor
	Total	316,656,629
71	Joyería	130,366,816
9	Café, Te, Mate especias	74,637,791
62	Prendas de vestir tejido plano	20,707,319
1	Animales vivos	16,739,003
27	Combustibles, aceites	9,702,575
87	Vehículos terrestres y su partes	8,228,089
64	Calzado	6,968,296
29	Químicos orgánicos	6,264,064
4	Leche y productos lácteos, huevos, miel	5,748,243
2	Carne	5,556,828
	Otros	31,646,604

Fuente: DIAN

Los principales productos de exportación al mundo son el oro con el 40%, el café sin tostar con el 23.58% y los animales vivos de la especie bovina con el 5.08% de las exportaciones totales de Santander. En menos proporción están el calzado con el 1.22%, las prendas de vestir con el 0.84%

3.4.2.3. Por países de destino

Estados Unidos se sitúa como el principal país de destino de las exportaciones de Santander seguido por Venezuela y Suiza.

Cuadro 32. Santander: Principales Destinos de Exportación. Dólares FOB		
Código País	Valor	Part. %
TOTAL	316,565,629	100.00%
EEUU	124,739,736	39.40%
Venezuela	51,878,173	16.39%
Suiza	47,910,173	14.96%
Japón	10,296,610	3.25%
Ecuador	9,961,588	3.15%
Italia	9,431,357	2.98%
Bélgica	8,320,876	2.63%
Alemania	5,895,146	1.86%
Canadá	5,325,415	1.68%

Fuente: DIAN

Las exportaciones hacia Estados Unidos en el año 2005 fueron de 124.739.736 millones de US\$ FOB, de los cuales 83.089.736 corresponden a joyería y 29.102.741 corresponde a café, te, y mate especies, productos con mayor participación. El calzado y las prendas de vestir, reportaron exportaciones de 713.494 y 686.038 millones de dólares FOB¹³⁸.

¹³⁸ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. DIAN. www.dian.gov.co

3.4.3. EMPRESAS EXPORTADORAS.

El departamento cuenta con 458 empresas exportadoras, de las cuales 138 hicieron ventas en los Estados Unidos, alrededor de 100 mil dólares. Solamente 9 empresas sumaron el millón de dólares hacia ese destino.

Cuadro 33.Santander: Perfil de las Empresas Exportadoras. Año 2005		
Rango valor exportado	N. Empresas Exportadoras al Mundo	N. Empresas Exportadoras a EEUU
TOTAL	458	139
Mayor que US\$50.000.000		
de US\$25.000.000 a US\$50.000.000		
de US\$15.000.000 a US\$25.000.000		
de US\$10.000.000 a US\$15.000.000	6	
de US\$5.000.000 a US\$10.000.000	2	2
de US\$1.000.000 a US\$5.000.000	29	9
de US\$500.000 a US\$1.000.000	17	3
de US\$100.000 a US\$500.000	88	18
de US\$50.000 a US\$100.000	51	22
Menor que US\$50.000	264	84

Fuente: DIAN

3.4.4. MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

3.4.4.1. Exportaciones del Sector de Calzado a Estados Unidos.

En el 2005 Estados Unidos importó de este sector US\$ 17.834 millones, con un crecimiento promedio anual desde 1999 al 2005 de 4%. El arancel promedio efectivo es de 10,4%, por lo que del valor importado por EE.UU. el 94,8% fue gravado pagando 1,767 millones en impuestos. Los productos de este sector entran principalmente por vía marítima (87%), cuyo flete promedio por kilogramos es de US\$ 0,44 y el precio promedio por kilogramo es de US\$ 9,50.

El 96% de las importaciones de los EE.UU. provienen de 10 países, siendo China, Italia y Brasil los principales proveedores. Colombia fue el proveedor número 27 en el año 2005, ganando 16 puestos frente al año 1999, con un crecimiento promedio anual del 14,8% desde 1999 al 2005. De igual forma, el 73% de las importaciones de EE.UU. ingresan por cinco distritos, siendo los Ángeles el principal distrito de entrada, le sigue New York, Seattle, Boston y Louis.

Cuadro 34. Sector Calzado: Principales Países Proveedores de EE.UU. Año 2005								
Puesto 1999	Puesto 2005	País	Impo/ valor FOB EEUU	Dinamismo 1999/2005	Part. %	Arancel pagado (US\$)	Arancel Efectivo	Part. %
		TOTAL	17,834,046,828	4.0%	100.0%	1,766,795,015	10.4%	100.0%
1	1	China	12,654,215,670	7.0%	71.0%	1,289,717,337	10.4%	73.0%
2	2	Italia	1,137,054,066	-0.7%	6.4%	114,445,353	10.4%	6.5%
3	3	Brasil	1,019,198,557	1.0%	5.7%	98,392,731	9.9%	5.6%
11	4	Vietnam	716,621,083	30.4%	4.0%	82,049,960	11.7%	4.6%
4	5	Indonesia	510,191,589	-6.2%	2.9%	58,770,127	11.7%	3.3%
7	6	Tailandia	291,755,166	-1.8%	1.6%	31,500,233	10.9%	1.8%
5	7	México	247,206,108	-5.8%	1.4%	620,594	6.4%	0.0%
6	8	España	192,243,928	-8.5%	1.1%	19,900,927	10.4%	1.1%
9	9	Rep. Dominicana	140,714,978	-8.3%	0.8%	393,139	8.4%	0.0%
13	10	India	139,088,460	4.4%	0.8%	12,135,076	8.9%	0.7%
43	27	Colombia	8,491,150	14.8%	0.0%	51,912	14.8%	0.0%

Fuente: United States International Trade Commission

China, Italia, Brasil y Vietnam son los países que más pagaron impuestos por los productos de calzado que exportaron a Estados Unidos.

Las diversas clases de calzado exportado hacia Estados Unidos son 11, los cuales tuvieron una participación en este mercado de US\$ 5.088 millones con un dinamismo promedio anual del 10%.

3.4.4.2. Exportaciones del sector de cuero y sus manufacturas a Estados Unidos.

En el año 2005, Estados Unidos importó en productos de este sector US\$ 9,931 millones, con un crecimiento promedio anual desde 1999 al 2005 de 5.3%. El arancel promedio efectivo de los productos del sector es de 11.0%, uno de los más altos en EEUU. Del total del valor importado el 86.3% fue gravado pagando 940 millones en impuestos de importación.

Los productos de este sector ingresan principalmente a los Estados Unidos por vía marítima (70%). El flete promedio por kilogramo que ingresó por vía marítima es de US\$ 0.47 y el precio promedio por kilogramo que llegó por esta misma vía es de US\$ 7.13.

El 88% de las importaciones de los Estados Unidos de productos del sector cueros y sus manufacturas provienen de 10 países, siendo China, Italia y Francia los principales proveedores. Colombia fue el proveedor número 22 en el año 2005, ganando un puesto frente al año 1999, con un crecimiento promedio anual de apenas 1.8% desde 1999 al 2005.

Cuadro 35. Sector Cuero y sus Manufacturas. Principales Distritos de Entrada de las Importaciones de EE.UU. (Millones de Dólares)		
Distrito	2005	Part. %
Los Ángeles, CA	2,741	28%
New York, NY	2,419	24%
Seattle, WA	966	5%
Chicago, IL	405	4%
Tampa, FL	324	3%
Otros	3,576	36%
Total	9,931	100%

Fuente: United States International Trade Commission, 2005.

China e Italia, seguidos por Francia y Vietnam son los países que más pagaron impuestos de importación en los productos del sector cuero y sus manufacturas exportados al mercado de EEUU.

El 64% de las importaciones de los Estados Unidos de productos del sector cuero y sus manufacturas ingresan por 5 distritos, siendo Los Ángeles y New York los de mayor participación.

Cuadro 36. Sector Cuero y sus Manufacturas: Principales Países Proveedores de EE.UU. Año 2005								
Puesto 1999	Puesto 2005	País	Impo EEUU valor FOB	Dinamismo 1999/2005	Part. %	Arancel pagado (US\$)	Arancel Efectivo	Part. %
		TOTAL	9,930,984,617	5.3%	100.0%	939,509,500	11.0%	100.0%
1	1	China	6,405,839,960	13.1%	64.5%	726,481,214	11.6%	77.3%
2	2	Italia	829,157,054	5.2%	8.3%	61,462,895	7.6%	6.5%
12	3	Brasil	299,062,645	10.4%	3.0%	32,965,812	11.3%	3.5%
10	4	Vietnam	254,178,200	3.5%	2.6%	15,563,422	8.1%	1.7%
7	5	Indonesia	233,583,940	-2.6%	2.4%	210,639	8.2%	0.0%
4	6	Tailandia	177,741,302	-8.2%	1.8%	250,469	4.3%	0.0%
6	7	México	171,601,539	-8.0%	1.7%	505,731	4.1%	0.1%
16	8	España	133,838,619	9.1%	1.3%	593,195	5.8%	0.1%
58	9	Rep. Dominicana	127,749,598	100.6%	1.3%	19,393,942	16.0%	2.1%
14	10	India	125,916,663	5.6%	1.3%	14,872,857	12.1%	1.6%
23	22	Colombia	36,897,243	1.8%	0.4%	209,173	11.5%	0.0%

Fuente: United States International Trade Commission

Las diversas clases de cuero y sus manufacturas exportadas hacia Estados Unidos, los cuales tienen un mercado de importación de US\$ 2,851 millones y un dinamismo promedio anual de 8.2%.

Colombia no presenta un comportamiento dinámico con productos del sector cuero en el mercado de EEUU, pues registra un crecimiento mínimo de 1.8%, paga un arancel efectivo muy alto, a pesar de haber aumentado ligeramente su participación en el mercado al pasar del puesto 23 en 1999 al puesto 22 en el 2005.

3.4.5. ESCENARIO REGIONAL DEL SECTOR.

"Los fabricantes de calzado y artículos de marroquinería también se perfilan como ganadores con la firma del TLC, aunque el presidente del gremio (Acicam), Luis Gustavo Flórez, hace la salvedad de que aún faltan por negociar 17 partidas arancelarias sobre las que Estados Unidos ha expresado gran sensibilidad y que son de un gran potencial exportador para Colombia"¹³⁹

Pero la realidad que se proyecta con el TLC para el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander es totalmente diferente. La experiencia de la apertura económica en el sector lleva a la conclusión de que con la firma del acuerdo estos sectores desaparecerán.

Dicha afirmación se basa en el estudio que a continuación explicaremos, el cual se realizó teniendo como marco teórico-conceptual de referencia los planteamientos expuestos por North, Schumpeter, Michael Porter y la CEPAL. De otra parte, resulta importante mencionar, que la falta de información y las dificultades para acceder a esta, limitan el desarrollo de la investigación, por lo que los estudios previos y la información obtenida de 1829 empresas dedicadas a la fabricación, producción y comercialización de calzado, cuero y manufacturas, las cuales se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga desde el 13 de mayo de 1957 hasta el 1 de octubre de 2007, fueron complementados con una entrevista a empresarios pertenecientes al gremio (Ver Anexo 1 y 2)

El análisis se hará en periodos de tiempo comprendidos entre 1957-1989, 1990-2000 y 2001-2007. Se compararan teniendo en cuenta fecha de matricula, estado, numero de empleados, ciudad, tipo de sociedad, activos, pasivo, patrimonio, utilidad, ventas, actividad, etc.

¹³⁹ El Tiempo, editorial. Julio 4 de 2005.

Estos fueron algunos de los puntos que nos permitieron llegar a la conclusión antes mencionada:

3.4.5.1. Visión general de Santander.

El Departamento de Santander esta ubicado en la región Centro oriental de Colombia, limitando al norte con el departamento de Cesar y Norte de Santander, al este con Norte De Santander y Boyacá, al sur con Boyacá y al oeste con Antioquia y Bolívar. Esta dividido en 87 municipios, siendo su capital Bucaramanga. Los principales centros productivos y económicos se encuentran en Bucaramanga, Barrancabermeja, San Gil, Vélez, Socorro, Barbosa, Chapará, Málaga, Piedecuesta, Puesto Wilches y San Vicente de Chucurí.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Departamental 2004-2007, Santander por su ubicación geográfica se convierte en el eje central de la unión entre el interior del país, los puertos del caribe y la salida de Venezuela hacia el océano pacifico.

La población del departamento es de procedencia indígena, afro colombiana y Rom-Gitana. Para el año 2005 se estimaron 2.086.649 habitantes y un PIB per cápita al 2003 de 2.381.128.

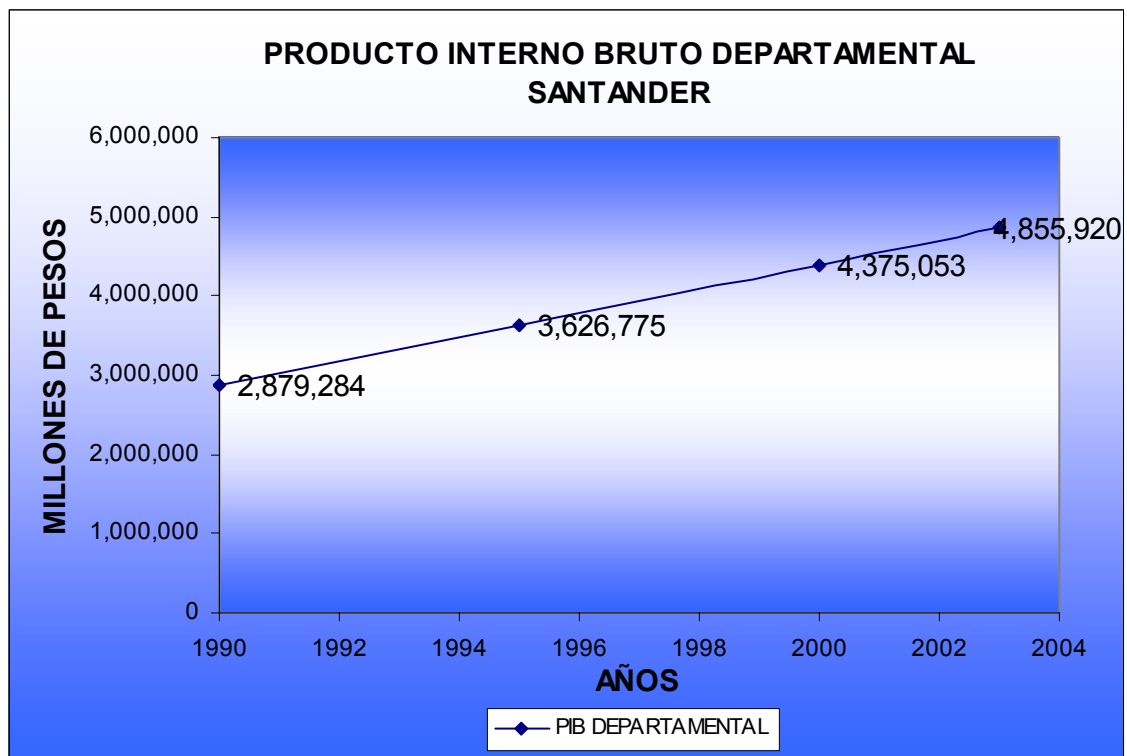
Cuadro 37. Santander-Indicadores de Desarrollo	
Indicador	Valor
Población (hab.)-2005	2.086.649
Tasa de Desempleo(%)-2005	12,01
Población en edad de Trabajar-2005	76,06
PIB Per capital a precios constantes de 1994 (Pesos, año 2003)	2,381,128
Crecimiento del PIB Precios constantes (1990 - 2003)	4,1%
Educación Preescolar (No De Alumnos Matriculados) - 2004	41,345
Educación Básica Primaria (No De Alumnos Matriculados) – 2004	229,090
Educación secundaria Media (No De Alumnos Matriculados - 2004)	187,143
Total Alumnos Matriculados	457,578

Fuente: DANE

El mayor porcentaje del PIB departamental lo constituye el subsector de servicios con el 35.5%, seguido del industrial con el 19%. El sector industrial se ha desarrollado principalmente en dos áreas: En el área metropolitana de Bucaramanga, donde operan empresas del sector de alimentos y bebidas, textiles, cementos y productos metalmecánicos y en Barrancabermeja donde se encuentra la mayor planta de refinería del país¹⁴⁰.

La participación del PIB del departamento en el total nacional ha mostrado un leve incremento en los últimos años pasando del 5.06% en 1990 al 6.08% en 2003, lo cual posiciona a Santander en el cuarto puesto a nivel nacional.

Grafica 15.



¹⁴⁰ Geografía Económica de Colombia. www.portafolio.com.co

Cuadro 38. Producto Interno Bruto Departamental y Participación en el PIB Nacional				
Millones de Pesos - Precios Constantes de 1994				
	1990	1995	2000	2003
PIB Departamental	2,879,284	3,626,775	4,375,053	4,855,920
Participación en el PIB Nacional	5,06%	5,10%	5,88%	6,08%

Fuente: DANE

De acuerdo con lo mencionado, la ubicación geográfica de Santander, facilita el intercambio con diferentes regiones del país, permite el acceso a materias primas e insumos, y brinda la posibilidad de colocar productos locales en otras áreas de Colombia¹⁴¹.

3.4.5.2. Infraestructura existente

Cuadro 39. Santander: Participación del Transporte en el PIB Año 2003 millones de pesos y participación % precios constantes de 1994		
	Valor	Part. %
Total PIB transporte en Colombia	4,340,114	100.0%
Total PIB transporte Departamento	279,854	6.4%
Transporte Terrestre	213,309	76.2%
Transporte complementario y auxiliares	47,100	16.8%
Transporte aéreo	10,052	3.6%
Transporte por agua	9,393	3.4%

Fuente: DANE

❖ Transporte aéreo.

El departamento cuenta con un aeropuerto internacional “Aeropuerto Nacional de Palonegro” ubicado en la ciudad de Bucaramanga y 11 aeropuertos mas ubicados en sus alrededores. La participación del transporte aéreo en el PIB de transporte es del 3.6%, muy bajo en comparación con la participación del transporte terrestre del 76.2%.

¹⁴¹ BUSTAMANTE, Yadira y otros. “Centro asesor en calidad para el sector del AMB”. Bucaramanga, SIC Editorial, Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Tesis de Grado 2005.

De acuerdo con el informe de Coyuntura Económica Regional del departamento de Santander, la carga movilizada del aeropuerto de Bucaramanga al aeropuerto de Barrancabermeja es de 641 toneladas, y viceversa de 637 toneladas en el primer semestre del 2005.

Cuadro 40. Santander : Aeropuertos	
Ciudades	Nombre aeropuerto
Bucaramanga	Palonegro
Barbosa	Barbosa
Vélez	Campo Capote
Cimitarra	Cimitarra
El Carmen de Chucurí	El Carmen de Chucurí
Barrancabermeja	Yariguies
El Socorro	Comuneros
Puerto Wilches	La Ponderosa
Málaga	Málaga
Puerto Wilches	Los gemelos Dorados
Puerto Wilches	Puerto Wilches
Sabana de Torres	Las Cruces

Fuente: DANE

❖ **Transporte carretero.**

Esta conformado por 1.197.09 Km. de red vial nacional, de los cuales 473.43 Km. son pavimentados. De estos, el 3.2% esta en buen estado, el 17.0% regular y el 19.4% esta en mal estado. El departamento cuenta con una gran red de carreteras que conectan todos los municipios entre ellas están:

1. Red troncal Barbosa - Socorro - Bucaramanga
2. Barbosa – Carare – Vélez – Cimitarra - Puerto Olaya.
3. Bucaramanga – Cúcuta – Barrancabermeja - Puesto Wilches
4. Vía que cruza el oriente del departamento pasando por Capitanejo- San José de Miranda- Málaga – Concepción y Cerrito.

❖ **Transporte Fluvial.**

Se encuentran en el departamento numerosos ríos, quebradas y corrientes. Entre las más importantes están: Río Magdalena, Carare, Lebrija, Opón, Sogamoso, Cachira, Chucuri, Fonce, Guaca, Guayabita, Horta, La Colorada, Nevado, Onzaga, Paturia, San Juan y Servita.

El Río Magdalena, considerado como el más importante, tiene en Barrancabermeja el principal puerto fluvial del Departamento. En la actualidad el movimiento de carga en Barrancabermeja es de 1.175 ton/año de hidrocarburos y 72.000 ton/año de carga a granel. Al igual que el río Magdalena, los ríos Carare, Lebrija y Sogamoso, son navegables en algunos sectores¹⁴².

❖ **Transporte férreo.**

El departamento cuenta con dos líneas férreas de Sur a Norte. Una que va desde Puerto Berrio a San Alberto, cuya longitud es de 198 Km. y la de Bucaramanga a puerto Wilches que esta inactiva.

Según argumentos del Centro de Investigación de la Universidad de Colombia (CEIN), la industria del Calzado en Santander, al igual que otros sectores, cuenta con una infraestructura publica adecuada. Tanto para la industria como el sector empresarial, existe en el área una red de servicios públicos de excelente calidad, un desarrollo urbano y una planeación que permite un desplazamiento interno relativamente cómodo¹⁴³. Sin embargo, existe una desventaja al considerar el servicios que presta el aeropuerto de Palonegro, ya que sus condiciones le impiden funcionar como terminal internacional, situación que se ve reflejada en la participación del transporte aéreo en el PIB de transporte (3.6%).

¹⁴² FINAGRO. www.finagro.com.co/

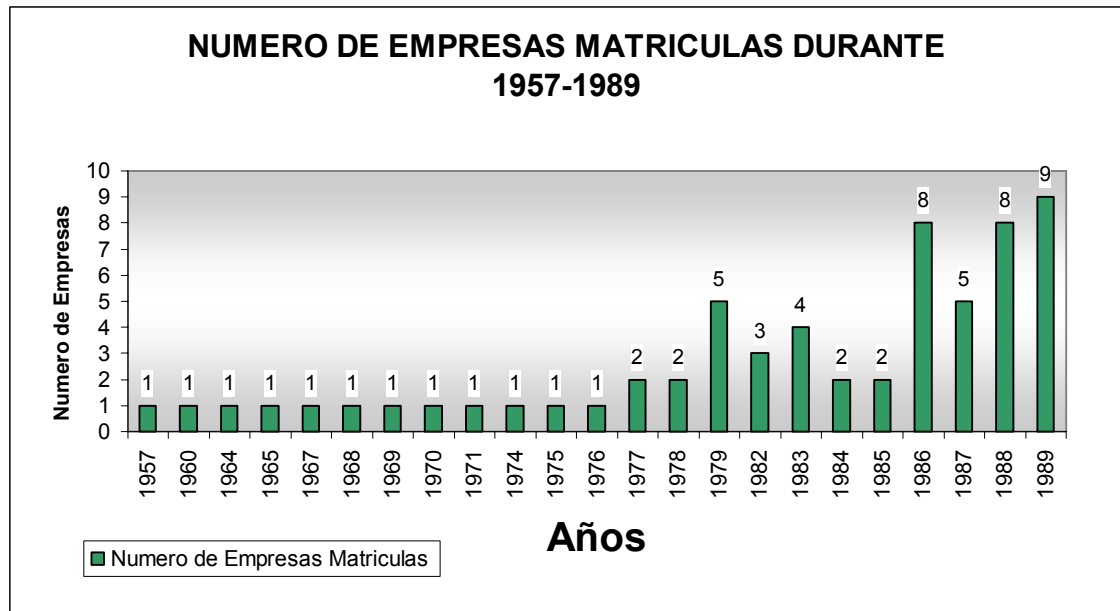
¹⁴³ CEIN. "Distrito Industrial de Calzado Área Metropolitana de Bucaramanga. Un paso al Desarrollo Regional". Bucaramanga: SIC Editorial, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005.

3.4.5.3. Caracterización empresarial del sector. Las empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga al 2007.

La cadena productiva de cuero, calzado y marroquinería en Santander esta conformada por un amplio numero de micro y pequeñas empresas que operan con procesos productivos artesanales, con escasa especialización y abundante mano de obra.

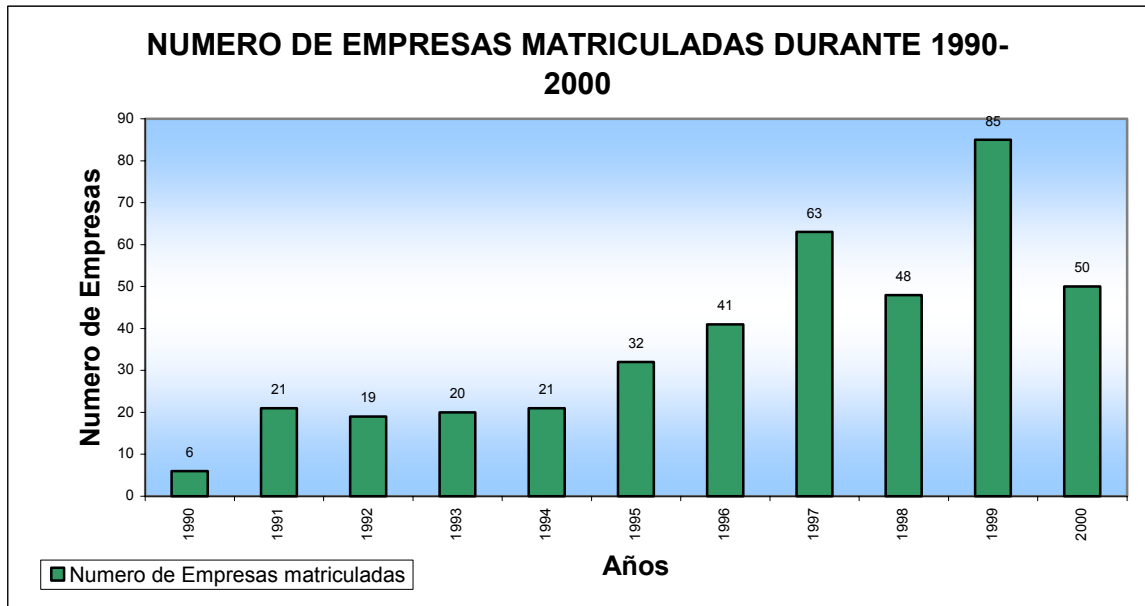
De acuerdo con la base de datos que obtuvimos, encontramos inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga un total de 1830 empresas dedicadas a la fabricación, comercialización, distribución, diseño, importación y exportación de cuero, calzado y marroquinería; de las cuales 62 se inscribieron durante 1957-1989; 406 entre 1990-2000 y 1362 entre el 2001-2007.

Grafica 16.



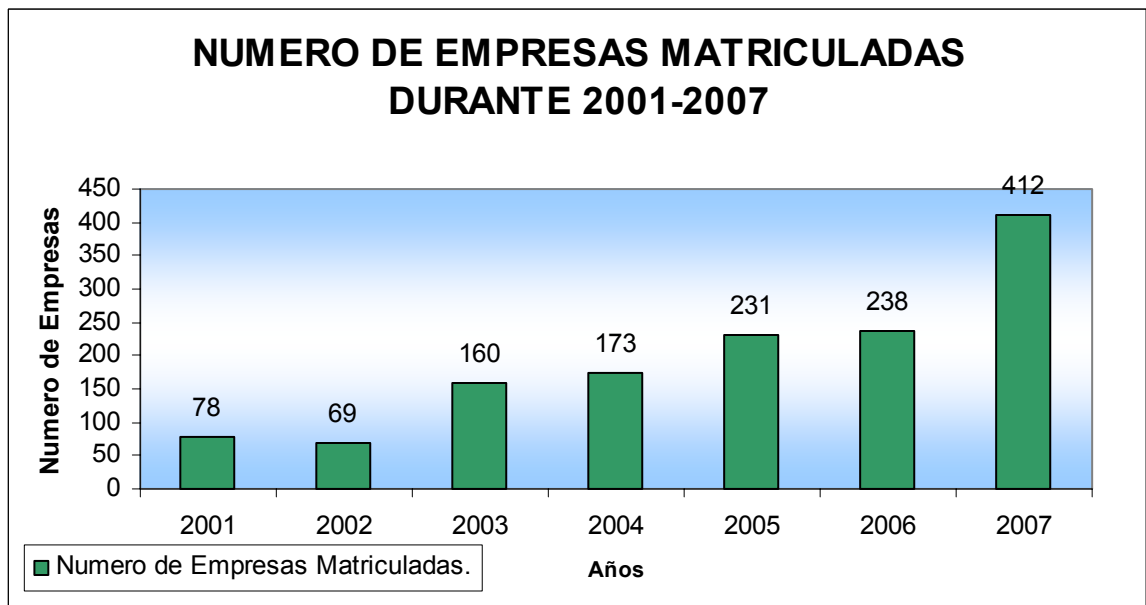
Fuente: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio.

Grafica 17.



Fuente: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio.

GRAFICA 18.



Fuente: Elaboración de las Autoras con la Base de Datos de la Cámara de Comercio.

Para el periodo de tiempo comprendido entre 1957-1987 hay un total de 62 empresas inscritas de las cuales 55 pertenecen al subsector de Calzado y 7 al de Cuero y Manufacturas. De las 55 empresas de calzado, 20 se dedican a la comercialización, 9 a la distribución y 26 a la fabricación; y de las 7 empresas de cuero y manufacturas, 2 realizan actividades de comercialización, 2 de distribución y 3 de fabricación.

Entre 1990-2000 se encuentran inscritas 406 empresas, de las cuales 365 pertenecen al subsector de Calzado y 41 al de Cuero y Manufacturas, distribuidas de la siguiente forma: 83 y 11 comercializan, 2 y 4 diseñan, 74 y 9 distribuyen, 202 y 17 fabrican, 2 importan y 2 importan-exportan respectivamente.

Para el tercer periodo de tiempo 2001-2007 hay 1362 empresas inscritas, de las cuales 1290 pertenecen al subsector Calzado y 72 al Cuero y Manufacturas, cuyas actividades están distribuidas así: 371 y 33 comercializan, 10 y 1 diseñan, 198 y 4 distribuyen, 707 y 4 fabrican y 4 importan.

Cuadro 41. Empresas Inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga 2007			
ACTIVIDAD	CALZADO	CUERO Y MANUFACTURAS	
1957-1989			
COMERCIALIZACION	20	2	
DISTRIBUCION	9	2	
FABRICACION	26	3	
TOTAL	55	7	62
1990-2000			
COMERCIALIZACION	83	11	
DISEÑO	2	4	
DISTRIBUCION	74	9	
FABRICACION	202	17	
IMPORTADORAS	2	0	
IMPORTADORAS-EXPORTADORAS	2	0	
TOTAL	365	41	406

2001-2007		
COMERCIALIZACION	371	33
DISEÑO	10	1
DISTRIBUCION	198	4
FABRICACION	707	34
IMPORTADORAS	4	0
IMPORTADORAS-EXPORTADORAS	0	0
TOTAL	1290	72
		1362

FUENTE: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio.

De esta forma podemos decir, que se generó un incremento en el número de empresas inscritas durante los periodos 1957-1989 y 1990- 2000 del 15,27%, que corresponden a un incremento de la constitución de empresas de Calzado de 15,06% y 17,07% de Cuero y Manufacturas. De igual forma para el siguiente periodo (1990-2000 y 2001-2007) tenemos un aumento de 29,80%, de los cuales 28,29% corresponde a Calzado y 56,94% a Cuero y manufacturas.

De esto podemos concluir que aunque en el mercado existen gran cantidad de empresas dedicadas tanto a la fabricación, comercialización y distribución de calzado, la constitución de las mismas en comparación con las de cuero y manufacturas no es tan notoria. De igual forma se puede apreciar que se ha generado una tendencia hacia la creación de empresas dedicadas al diseño y a la importación-exportación de los productos del sector en su conjunto desde 1990; pues existen actualmente 12 empresas de diseño de Calzado y 5 de Cuero y Manufacturas; así mismo 6 empresas importadoras y 2 exportadoras de Calzado.

Es importante mencionar que del total de empresas (1830), actualmente solo se encuentran constituidas como empresas exportadoras 2 cuyo nombre o razón social son “Gonzáles Tapias Alba Maritza y Avendaño Rodríguez Adolfo” constituidas el 28 de agosto de 1996 y el 12 de abril del mismo año. Esto significa que la exportación e importación de artículos del sector se considera como una actividad adicional o complementaria ya sea a la fabricación, comercialización, distribución, etc.

En cuanto al estado actual de las empresas presentes en el mercado santandereano, encontramos que la mayoría de ellas se encuentran activas desde su año de constitución, solo un 1,61% esta en reestructuración y un 0,25% en disolución anticipada o en vigencia.

Cuadro 42. Estado Actual de las Empresas, 2007

ESTADO	PERIODO		
	1957-1989	1990-2000	2001-2007
	Porcentaje		
Activo	98.39%	99.50%	100%
En reestructuración	1.61%	0%	0%
Disolución anticipada	0%	0.25%	0%
Disolución por vigencia.	0%	0.25%	0%

Fuente: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio.

3.4.5.4. Mano de Obra.

Según argumentos del Centro de Investigación de la Universidad Cooperativa de Colombia (CEIN), la mano de obra implementada en las empresas del sector en estudio, presentan bajo perfil de formación, tanto a nivel operativo como a nivel administrativo, pues, los conocimientos existentes obedecen mas a la experiencia acumulada que a practicas integrales de capacitación, lo que en ultimas genera retardos en los procesos de producción y en la asimilación de las nuevas tecnologías que dichas empresas requieren. Dada esta característica, según las entrevistas realizadas, resulta muy barata su contratación, solo se requiere para ella tener conocimientos y habilidades en cuanto a procesos de manufacturas.

3.4.5.5. Nivel Empleo.

Para determinar el número de empleo que genera el sector en su totalidad tomamos los siguientes rangos: 0 a 10 empleos, de 11 a 50 empleos, de 50 a 200 empleos (Esta clasificación se fundamenta en el Artículo De la Ley 905 de 2004).

Desde 1957 hasta el 2007 la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería ha generado en Santander cerca de 1833 empleos al año, generados en su mayoría por microempresas.

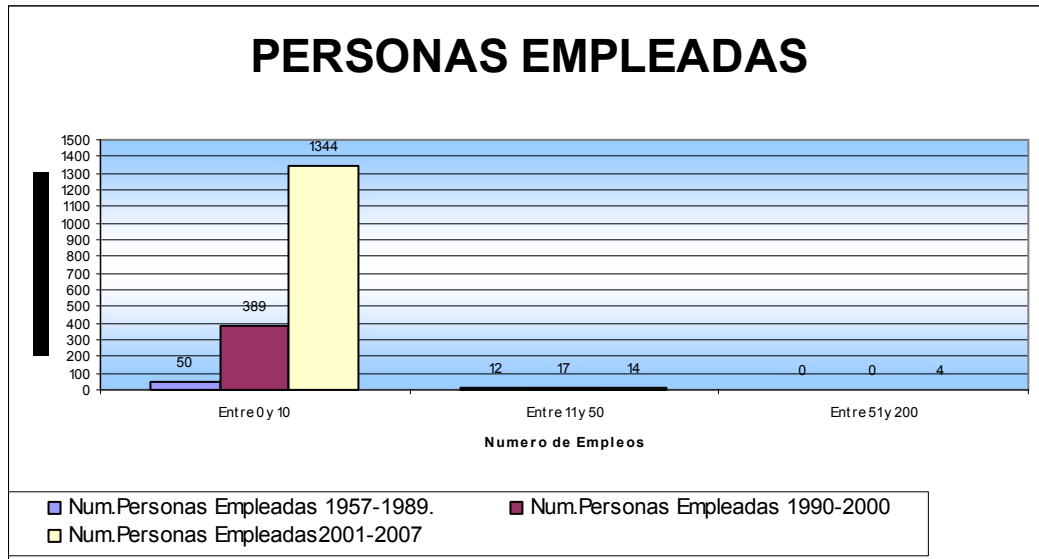
Existen actualmente 1783 microempresas, de las cuales se constituyeron 50 entre 1957-1989, 389 entre 1990-2000 y 1344 entre 2000-2007. Esto significa que existe una alta tendencia a la creación de microempresas generados hasta de 10 empleos al año.

Así mismo, existen en el mercado 46 pequeñas empresas generados entre 11 y 50 empleos al año, constituidas 12 en el primer periodo de estudio, 17 en el segundo y 14 en el último; lo que demuestra la poca participación de estas en Santander. Finalmente, la presencia de medianas empresas en el mercado solo se vislumbra a partir del año 2000 con la constitución de 4 empresas que generan entre 51 y 200 empleos al año.

Cuadro 43 Nivel De Empleo, 2007		
PERIODO	CANTIDAD DE EMPRESAS	NUM. DE EMPLEADOS
1957-1989	50	Entre 0 y 10
	12	Entre 11 y 50
	0	Entre 51 y 200
1990-2000	389	Entre 0 y 10
	17	Entre 11 y 50
	0	Entre 51 y 200
2001-2007	1344	Entre 0 y 10
	14	Entre 11 y 50
	4	Entre 51 y 200

Fuente: Elaboración de las Autoras con la Base de Datos de la Cámara de Comercio

Grafica 19



Fuente: Elaboración de las Autoras con la Base de Datos de la Cámara de Comercio.

Estudiando los empleos generados por el sector en su totalidad, encontramos que las empresas dedicadas a la comercialización crean entre 0 y 10 empleos; las de distribución entre 11 y 50 empleos; las de fabricación de 0 a 10 empleos, excepto 10 empresas que generan 15 empleos; las de diseño generan entre 1 y 10 empleos, y finalmente las importadoras de 5 a 10 empleos.

Por lo anterior, la actividad que requiere mayor personal es la de distribución, ya que por las funciones que realizan (desplazamiento, visitas, ofertas) se hace necesario disponer de mas mano de obra; la fabricación por el contrario requiere de menos personal, pues para ensamblar un par de zapatos, un bolso, una correa y demás solo se necesita disponer de un cortador, armador y soldador.

3.4.5.6. Desarrollo Tecnológico.

La producción del sector de calzado y manufacturero de Santander representa un 0.3% de la producción total del sector del departamento (2000), en donde la

mayoría son microempresas que desarrollan la producción artesanal debido a la escasa especialización pero abundante mano de obra. Así mismo, en la entrevista realizada a los empresarios, se indago acerca de la renovación de su maquinaria o equipo de trabajo, obteniendo como respuesta, que la maquinaria y el equipo industrial empleado por los fabricantes del sector calzado es sometida a unos procesos de adaptación después de un prolongado uso anteriormente aproximadamente cada 11 o 15 años. De igual forma, según datos del centro de investigación, el 80% de los fabricantes de calzado no han tecnificado sus equipos de trabajo.

De esta forma, la maquinaria y equipo industrial especialmente, de las micros y pequeñas empresas, como suele ocurrir en otras partes de nuestro país, ésta, en la mayoría de los casos, corresponde a maquinaria de segunda, que ha sido sometida a procesos de adaptación. El CEIN, señala que la “costura en calzado se realiza con maquinaria de coser, de las cuales el 16% corresponde a tecnología desarrollada en la década de los 90. Esto significa el uso de equipos cuya vida productiva esta vigente pero que no involucran novedad de procesos”¹⁴⁴

3.4.5.7. Diseño.

De acuerdo con la entrevista¹⁴⁵ realizada, se puede afirmar, que la mayoría de los fabricantes de calzado, se dedican a reproducir modelos existentes, ya sea de revistas, imitación o adaptación de los que circulan en el mercado. Esto demuestra la poca capacitación que se tiene en esta actividad, y el desconocimiento de diseñadores especializados para el sector de calzado.

Según el Centro de Documentación e Información Empresarial de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la mayoría de los diseños de calzado son modelos

¹⁴⁴ CEIN. “Distrito Industrial de Calzado Área Metropolitana de Bucaramanga. Un paso al Desarrollo Regional”. Bucaramanga: SIC Editorial, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005, p, 27.

¹⁴⁵ ACICAM (Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas). Directora de la Seccional Santander: Nohora Rodríguez Chacón.

Europeos y en menor proporción de norteamericanos, que van en detrimento de la creatividad local; lo cual desestima las características propias de los clientes¹⁴⁶. De acuerdo con la base de datos analizada, se observa que solo se crearon empresas dedicadas al diseño tanto de calzado como de manufacturas desde 1990 (12 de Calzado y 5 de Manufacturas), lo que significa que su participación en el total de empresas es de solo del 0,65% para calzado y 0,27 % en Cuero y Manufacturas.

Otro aspecto considerado por uno de los entrevistados¹⁴⁷, está relacionado con la no existencia de departamentos de mercado que permitan conocer las necesidades de los clientes y gustos de los mismos, lo cual genera desconocimiento total de la demanda y el poder adquisitivo de estos.

3.4.5.8. Insumos-Materias Primas

Los suministros de insumos y maquinaria para la fabricación de calzado es llevada a cabo por importadores, peleteros y distribuidores. Según la información obtenida (base de datos), solo existen dos empresas de Curtiembres (primer eslabón de la cadena productiva) dedicadas a convertir las pieles de ganado en cuero apto para la fabricación de calzado y otros artículos de marroquinería.

Esto evidencia la poca participación en el suministro de insumos y maquinaria, por lo que se hace necesario traer los cueros de otras regiones del país, especialmente, de Cundinamarca, lo cual genera incrementos en costos de producción y en la utilización de pieles sintéticas. Sin embargo, hoy en día, la fabricación de calzado en Santander, depende en gran medida de la producción de cuero, de los cuales el 73% proviene de lugares distintos a Santander.

De acuerdo con la Agencia de Desarrollo Local, ADEL, de los pequeños fabricantes, los microempresarios no poseen los recursos necesarios para una

¹⁴⁶ *Ibíd.*

¹⁴⁷ Alfonso Naranjo Castro. Empresa Calzado Naranjo

buena fabricación de sus productos por tal motivo no tienen acceso a materias primas con bajos costos y no poseen facilitación de pagos.

3.4.5.9. Acceso a Créditos-Garantías.

Según Sonia Isabel Gómez representante de la empresa “Calzado Joan Sport”¹⁴⁸ una de las principales quejas de los empresarios, especialmente de los más pequeños, es la dificultad para acceder créditos en el sistema financiero, y esto se debe a la falta de garantías que respalden el crédito.

La razón de esto, está, en que, no se requieren grandes cantidades de capital para entrar en la industria del calzado. Según información recopilada durante la investigación, solo se requieren 5 millones de pesos, o menos, para ingresar al negocio de la fabricación de calzado. Según cifras de la Financiera Coomultrasan, los créditos para inversión otorgados a las micro y pequeñas empresas, asciende a \$ 1.605.000 por unidad productiva, situación que según las condiciones de igualdad que se presentan, se traducen en mayor competencia interna.

Respecto al Crédito como se menciono, las entidades del sector financiero consideran al sector microempresarial en general, como de alto riesgo, lo que limita el acceso al capital para dichas empresas. Sin embargo, en la actualidad existen algunas excepciones provenientes del sector solidario, especialmente de Financiera Coomultrasan, que ha contribuido a la evolución de sectores como el calzado, las confecciones y la joyería, otorgando micro créditos por valor de 18.000 millones de pesos.

3.4.5.10. Desintegración de la cadena productiva y asociatividad.

El sector calzado en Santander se caracteriza por la presencia de unidades productivas independientes y con bajo grado de asociatividad, las constantes amenazas del mercado nacional y extranjero han generado la necesidad de

¹⁴⁸ Persona entrevistada.

desarrollar procesos de articulación para dar a conocer la oferta productiva del departamento. Según el CEIN, respecto al empresario santandereano, “pese a la cultura existente en la región donde el liderazgo empresarial sobresale por el miedo a invertir y el temor a asociarse, los empresarios santandereanos se han concientizado de la importancia del cambio y la transformación, a fin de lograr su permanencia en el mercado”¹⁴⁹.

Dentro de la cadena productiva del sector en estudio, se encuentran dos eslabones que son de gran importancia: el de la Comercialización y Distribución, los cuales se subdividen en mayoristas y minoristas.

Cuadro 44 Empresas Inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga		
Distribuidores Y Comercializadores 2007		
ACTIVIDAD	CALZADO	CUERO Y MANUFACTURAS
1957-1989		
COMERCIALIZACION	20	2
DISTRIBUCION	26	3
1990-2000		
COMERCIALIZACION	83	11
DISTRIBUCION	74	9
2001-2007		
COMERCIALIZACION	371	33
DISTRIBUCION	198	4

Fuente: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio.

Según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, encontramos registradas en los diferentes periodos de tiempo 420 y 46 empresas dedicadas a la comercialización de calzado y manufacturas, 298 y 16 empresas que realizan actividades de distribución.

¹⁴⁹ CEIN. “Distrito Industrial de Calzado Área Metropolitana de Bucaramanga. Un paso al Desarrollo Regional”. Bucaramanga: SIC Editorial, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005, p, 25.

Fundamentados en esto, se puede decir, que son los distribuidores quienes imponen las condiciones de entrega y los términos de negociación de los pagos, estos debido a:

1. Poseen gran capacidad de negociación, lo que les garantiza un amplio margen de ganancia.
2. Poseen un canal de distribución amplio debido al volumen de compras que manejan.

De esta forma, los sectores afines y de apoyo no están contribuyendo a la consolidación del sector, ya que la cadena productiva del calzado se encuentra desintegrada en sus componentes. Esto genera desconocimiento total por parte del fabricante de calzado de los gustos y preferencias del consumidor, en la medida en que la forma en que se manejan las relaciones entre comercializadores y distribuidores para las ventas, obstaculiza la comunicación entre los consumidores

3.4.5.11. Ventas

En cuanto al nivel de ventas se presentan alzas y bajas de un periodo a otro en cada una de las actividades del sector. Se evidenciaron los siguientes sucesos

Se generaron incrementos en las ventas del 21.98% y 5.48% en la Comercialización de Calzado y Manufacturas para el periodo comprendido entre 1957-1989 y 1990-2000, sin embargo para el siguiente periodo estas registraron una disminución de 80,21% y 29,24% para la misma actividad, lo cual obedece a la entrada de mas empresas al mercado (la constitución de empresas paso de 24,09% a 22,37% en calzado y 18,18% y 33,33% para Manufacturas)

Del segundo a tercer periodo de análisis solo se presentan incrementos en las ventas de aquellas empresas que se dedican a la distribución de calzado, pues estas pasaron de 34.33% a 51,86, las otras por el contrario presentaron

disminuciones al pasar del 100% de los ingresos al 4,16% (empresas de Distribución de Cuero y Manufacturas).

Cuadro 45 Ventas Primer y Segundo Periodo de Análisis		
	CALZADO	CUERO-MANUFACTURAS
COMERCIALIZACION	21.98%	5.48%
DISTRIBUCION	34.33%	100.00%
FABRICACION	25.25%	28.23%

Fuente: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio

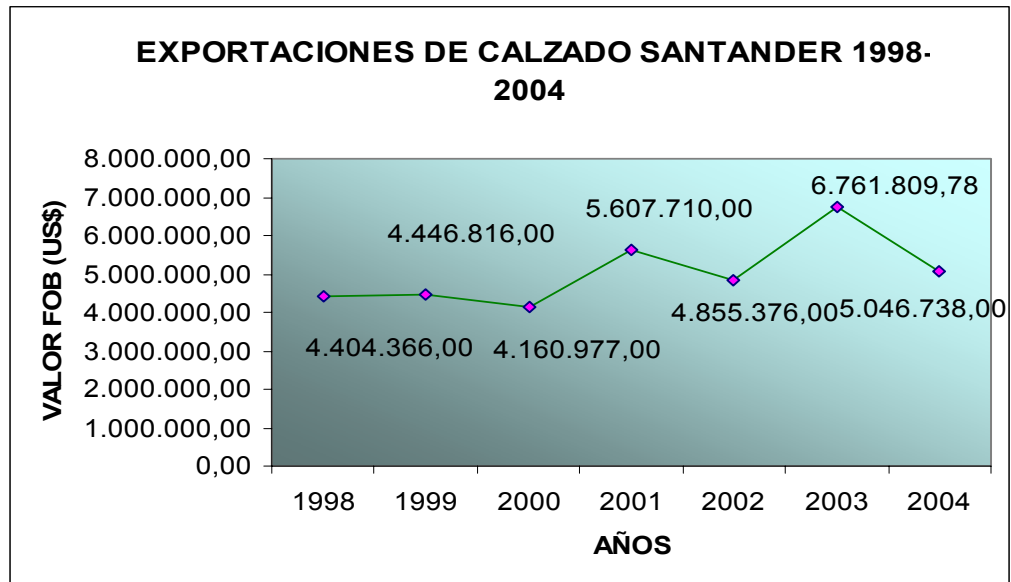
Cuadro 46 Ventas Segundo y Tercer Periodo de Análisis		
	CALZADO	CUERO-MANUFACTURAS
COMERCIALIZACION	-80.21%	-29.24%
DISTRIBUCION	51.86%	-4.16%
FABRICACION	-75.37%	-56.74%

Fuente: Elaboración de las autoras con la base de datos de la Cámara de Comercio

3.4.5.12. Exportaciones-Importaciones

El sector calzado en Santander a pesar de sus dificultades de producción, ha aumentado sus exportaciones a países como Venezuela, Ecuador, Estados Unidos y algunos países de Centro América.

Grafica 20



Fuente: DIAN – SIEIX

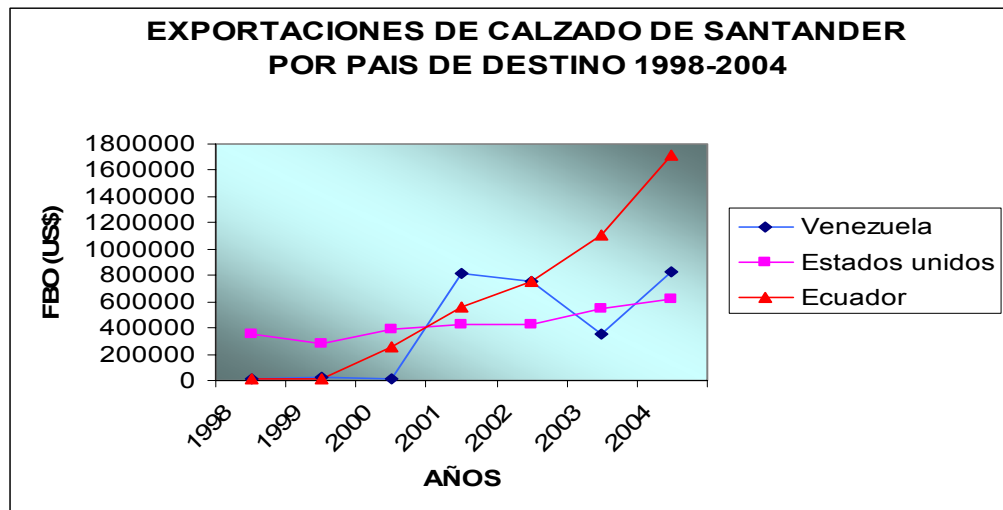
Santander ha experimentado en sus exportaciones en los años 1999-2000 una leve disminución pasando de US\$ 4.446.816 a US\$ 4.160.977 respectivamente y entre los años 2000-2003 han aumentado de una manera muy significativa, aunque en el año 2003 disminuyo de US\$ 5.607.710 a US\$ 4.855.376, pero su punto mas alto de exportación fue en el periodo del año 2003 con unas exportaciones que alcanza niveles de US\$ 6.761.809,78 como lo podemos observar en la anterior grafica.

Los principales destinos de exportaciones del producto en Santander son Venezuela, Estados Unidos y Ecuador. Las exportaciones a países como Venezuela sufrieron un retroceso en el año comprendido por el periodo del 2002 ocasionando una leve crisis económica la cual fue presenciada en el país; en el año 2003 se experimento un leve incremento de las exportaciones gracias a la recuperación que se presentó en el mercado extranjero¹⁵⁰. Entre los años 2000-

¹⁵⁰ ICEX Instituto español de Comercio Exterior. El sector calzado en Colombia. Oficina económica y comercial en la embajada de España en Bogota.

2004 las exportaciones del sector hacia Ecuador ha aumentado de una manera muy significativa como lo podemos observar en el grafico a continuación.

Grafica 21

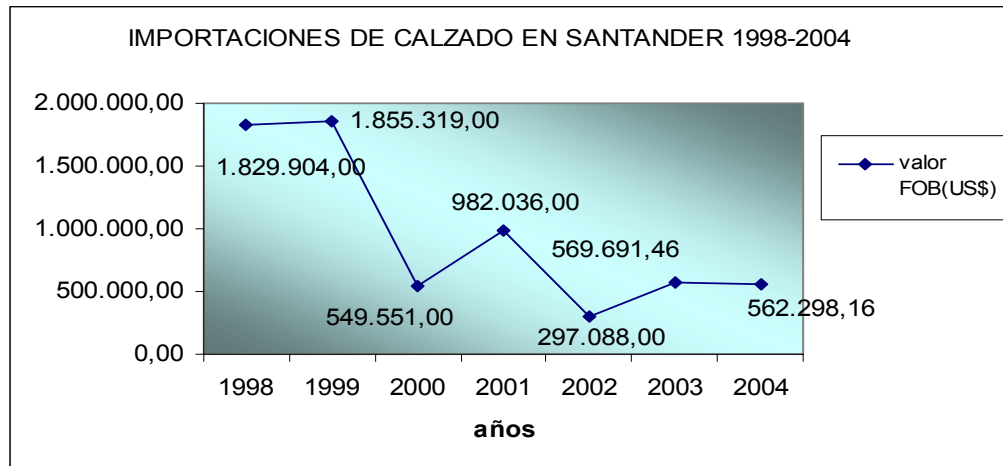


Fuente: DIAN – SIEX

En el departamento de Santander se observa un gran aumento de mercancía del exterior por lo cual se dice que la mayor parte de las importaciones de proveedores al departamento son de los países como China, Ecuador, Brasil e Italia; se han sostenido como unos de los principales proveedores de calzado importado, los importaciones provenientes de países como China son fundamentalmente calzado de cuero por lo que ha generado una mayor competitividad frente a la mayoría de los países¹⁵¹.

¹⁵¹ DNP; Cadena productiva Cuero, Calzado y Marroquinería. 2003.

Grafica 22



Fuente: DIAN – SIEX

3.4.5.13. Entidades de Apoyo

❖ ACICAM (Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas)

ACICAM es un gremio especializado con presencia Nacional e Internacional; representa y protege los intereses de las empresas dedicadas a la producción de calzado, el cuero y sus manufacturas, con base en valores democráticos y políticas de calidad en el servicio, enfocadas al mejoramiento de su productividad y competitividad.

ACICAM ofrece:

- Planeación estratégica gremial para el desarrollo empresarial competitivo
- Servicios tecnológicos que elevaran la productividad y competitividad
- Información ágil y oportuna para que su empresa actúe exitosamente en un mercado globalizado
- Asesorías puntuales con resultados inmediatos

- Representación gremial

ACICAM cuenta con una red de servicios de apoyo conformada por entidades privadas y públicas nacionales e internacionales, con las cuales se articulan proyectos de beneficio directo para los empresarios del sector. El núcleo y coordinador de la red es CEINNOVA, Centro Tecnológico para la Industria del Calzado, Cuero y afines; aliado estratégico para la prestación de servicios.

❖ **ASOINDUCALS (Asociación de industriales del calzado & similares)**

La Asociación de Industriales del Calzado y Similares ASOINDUCAL'S, entidad sin ánimo de lucro, trabaja con criterios de calidad en todos los aspectos con el único objetivo de agrupar a los industriales del gremio y a todos los empresarios de este renglón industrial. La institución busca integrar esfuerzos para promover el mercado y la comercialización de sus asociados a través de sus productos fortaleciendo la industria y la generación de empleo.

La asociación fue Fundada el 28 de septiembre de 1998, con el objetivo de promover la organización industrial del Calzado y Similares en todas sus modalidades, gestionar procesos, programas y proyectos de desarrollo económico, social y cultural de diferente índole que permitan el mejoramiento de las condiciones de vida de nuestros asociados.

La Asociación de Industriales del Calzado y Similares, es una entidad autónoma de derecho privado, sin ánimo de lucro, organizada bajo las Leyes Colombianas vigentes, abierta a la Comunidad vinculada, al sector del Calzado y Similares, que se dedica a la producción y comercialización del Calzado o de sus materia primas, empleando tecnologías apropiadas, orientada a la organización y gestión empresarial en el proceso de producción, comercialización, capacitación, investigación y a todas aquellas actividades que tengan por objeto promover y estimular beneficios en pro de los Asociados, contribuyendo al mejoramiento de

las condiciones de vida y de trabajo de los Industriales del Sector del Calzado y Similares.

Asoinducals ha logrado establecer convenios con personas naturales y/o jurídicas públicas o privadas que redunden en el beneficio de nuestros asociados.

❖ **ALCALDÍA DE BUCARAMANGA**

La alcaldía de Bucaramanga brinda aportes económicos, con el fin de apoyar al empresario en los eventos feriales e invitando los compradores de calzado a nivel nacional e internacional para incentivar la generación de empleo y la reactivación de la economía.

❖ **GOBERNACIÓN DE SANTANDER**

Se vincula al evento ferial, haciendo algunos aportes económicos para el pago del alquiler de las Instalaciones del Centro de ferial CENFER, posibilitando su realización y participación de los expositores quienes pueden adquirir su Stand a precios cómodos, beneficiando al comerciante y al consumidor final.

❖ **UDESOFTE INTERNACIONAL**

Se firmo un convenio interinstitucional de alianza estratégica, para el fortalecimiento del tejido empresarial y social; interesado en promover la calidad, capacitación, sistematización para el mejoramiento de la productividad y competitividad en las empresas mediante el uso intensivo de las nuevas tecnologías, propietario del Software Pilot con tecnología en Microsoft y de otros desarrollos para el manejo de las organizaciones públicas y privadas.

❖ **SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE “SENA”**

Por medio del Sena, Asoinducals y la Presidencia de la República está capacitando al personal que labora con los empresarios del gremio, y también a

todos aquellos interesados que quieran especializarse sin ningún costo, así pueden ubicarse en algunas empresas para satisfacer sus necesidades generando impacto social a la Demanda de la Mano de Obra Especializada.

❖ **INVERCALZA S.A.**

Invercalza es una alianza de BIP-ACOPI del sector calzado santandereano que nace como una sociedad anónima de empresarios productores de calzado de Bucaramanga, emprendedores, comprometidos y dispuestos a afrontar el reto de la globalización.

Invercalza cuenta con el apoyo empresarial de entidades como el Sena, Conciencias, Fomipyme, Fondo Nacional de Productividad y Competitividad

Empresas Importantes en Santander: Calzado Fuego, Calzado Joan Sport, Calzado Helga, Calzado Pie Chico, Creaciones Laura Mini, Calzado Naranjo, Calzado Gary, Calzado G´Sabatini, Suelas Gallego

❖ **ACOPI (seccional Santander)**

ACOPI seccional Santander busca representar a la pequeña y, micro y mediana empresa, identificando las necesidades de los empresarios con el propósito de diseñar y ofrecer productos y servicios que contribuyan al mejoramiento de la calidad de los empresarios. Con los cuales se cuenta con un consultor empresarial, y exposiciones empresariales internacionales.

De igual forma, la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas “ACICAM”, se encarga del fortalecimiento productivo y comercial de sus asociados.

4. CONSIDERACIONES FINALES

4.1. QUE SE DEBE HACER, ANTES DE FIRMAR UN ACUERDO COMERCIAL.

Durante los últimos tres gobiernos y a raíz de la revolución tecnológica y los procesos de apertura y globalización de la economía mundial, sus dirigentes han generado mecanismos tendientes a transformar sus estructuras empresariales e institucionales con el fin de adaptarse a estos cambios con resultados poco satisfactorios. Dada la magnitud de dicha situación, Colombia tiene que hacer esfuerzos encaminados a mejorar su nivel de crecimiento y bienestar social, aprovechando las experiencias de México, Chile, Centro América y Brasil en la firma de Tratados Comerciales con Estados Unidos.

De la experiencia de México queda claro que el esfuerzo de inserción internacional no debe limitarse a la apertura externa y en la negociación de acuerdos de libre comercio. Aunque logró con esta estrategia aumentar sustancialmente sus exportaciones y la inversión extranjera, hoy en día a pesar de que se encuentra dentro de los países mas desarrollados del mundo, no ha podido avanzar en materia de competitividad según lo muestran las cifras del WEF. Así mismo, aunque logró colocarse en el segundo lugar como socio comercial de Estados Unidos en el año 2002, perdió este lugar en beneficio de China, debido a que baso su ventaja competitiva en factores temporales y no sustentables, como la industria de maquila de bajo valor agregado y la mano de obra barata. A raíz de esto, actualmente México ha iniciado una política de competitividad sistémica, que incluye el desarrollo de clusters y políticas industriales activas, con el objetivo de corregir los desequilibrios regionales que generó el proceso de apertura.

Chile, por su parte, busca darle un fuerte impulso a la productividad por encima de las políticas de competitividad y desarrollo de clusters, no limitándose a los sectores tradicionales como el pecuario, acuícola y pesquero, sino que busca posicionarse en la economía de servicios, para ser un país digital en el año 2010.

Esta adelantando programas para evitar desequilibrios regionales, mejorar la infraestructura y apoyar en forma decidida el desarrollo de las PYME.

Los países centroamericanos no se han limitado a celebrar un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos, sino que tanto a nivel nacional como regional, buscan adelantar políticas de competitividad y desarrollo sostenible. En este sentido piensan adelantar cuatro clusters prioritarios: turismo, industria textil, agroindustria de alto valor agregado y la industria de componentes eléctricos u la producción de software.

Brasil puso en funcionamiento en abril de 2004 una política industrial basada en la tecnología y comercio exterior, que busca aumentar la competitividad y desarrollar la base productiva del futuro como son los software, bienes de capital, nanotecnología, biomasa, etc.

Teniendo en cuenta estas experiencias, Colombia no debe limitarse a negociar un tratado de libre comercio con Estados Unidos, sino que debe antes adelantar una política de competitividad y productividad que ocupe un lugar prioritario dentro de los proyectos nacionales de desarrollo, la cual no puede quedar supeditada a la ejecución de otras políticas.

Adelantar un esfuerzo de esta magnitud, exige avanzar hacia un concepto de *Competitividad Sistémica* que tenga en cuenta *factores estructurales, institucionales y sociales, que garanticen el acceso a servicios vitales que apoyen la innovación tecnológica y el aprendizaje*. En estas circunstancias, los componentes básicos que debe tener en cuenta una buena política de competitividad y productividad, son aspectos macroeconómicos, institucionales, macroeconómicos y meso económicos, incluidos todos dentro del concepto de competitividad sistémica.

Con base en esos elementos, se procede a evaluar los instrumentos políticos, económicos, sociales y culturales, que el gobierno, y demás agentes deben considerar antes de firmar un tratado Comercial con Estados Unidos, si se quiere que los efectos de éste sobre el Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander sea nulo.

4.1.1. NIVEL MACRO:

Un elemento esencial a tener en cuenta para la inserción en el mercado de Estados Unidos, es una adecuada coordinación de la política comercial e industrial con la política cambiaria, y en general con la política macroeconómica, ya que esta última, según la forma como se maneje, se puede convertir en un instrumento de competitividad o de desprotección industrial.

La experiencia Colombiana es muy importante al respecto, pues la apertura de los años 90 coincidió con una reevaluación del tipo de cambio lo que fue muy negativo para las exportaciones y el sector productivo en general. Las devaluaciones de los años 92-97 destruyeron muchas plantas y forzaron a varias firmas a retirarse de la actividad exportadora. Un tipo de cambio sobrevaluado es un subsidio al dólar, a la importación y un impuesto al exportador.

Otro aspecto a tener en cuenta son los recursos fiscales y financieros destinados a elevar la productividad empresarial. En este caso, Colombia no debe olvidar que en el reporte de Competitividad Mundial del IMD 2004, el país ocupa el lugar 41, mientras Estados Unidos ocupa el primero, por tanto existe una brecha que exige un esfuerzo descomunal, no solo del gobierno central, sino también de las entidades particulares y el sector privado.

4.1.2. NIVEL MICRO:

El gran reto que tiene los empresarios colombianos es mejorar su productividad e innovación para aumentar la competitividad de sus productos y las exportaciones con mayor valor agregado. En Colombia las empresas no investigan, como se debería, para mejorar su productividad, por dos razones principales:

1. Falta de competencia, de incentivos fiscales y de calidad de la investigación
2. El bajo nivel de competencia interna hace que existan pocos incentivos para competir a través de la innovación. El hecho de que las empresas puedan ser rentables sin invertir en investigación e innovación. Si estas actividades les producen pocos beneficios, los empresarios no ven la necesidad de tal inversión.

Quizás la mayor competencia que se origine con la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos obligue a los empresarios a cambiar su actitud en estas materias. Ello es tanto más imperativo si se tiene en cuenta también que, inducidos por la globalización, se están produciendo grandes cambios en el concepto de las empresas y en los conceptos de gestión de las mismas.

Por eso, el gran desafío que tiene el país es que las empresas, especialmente las existentes, piensen y actúen de forma innovadora. Para ello se requiere crear una cultura empresarial, que entienda que el concepto de empresa es cambiante. Estos cambios se traducen en el paso de las materias primas a insumos y la información como insumo en el proceso de producción; que el desarrollo de las empresas se base en dar prioridad a la capacitación del talento humano; que se ha dejado la organización jerárquica para poner en funcionamiento estructuras mas planas; que se esta pasando a un sistema de trabajo interdisciplinario definido por proyectos; y al cambio de habilidades simples por habilidades múltiples de los trabajadores.

El concepto cambiante de gestión empresarial implica el paso de la Planeación Estratégica tradicional a la Gestión Estratégica, que tiene que estar estrechamente vinculada a la tecnología y las ventajas competitivas, lo que implica la capacidad de adelantarse al futuro en entornos que son altamente volátiles.

Se requiere también hacer esfuerzos para adelantar programas para aseguramiento de la calidad y del diseño industrial. Los primeros permiten la aplicación de prácticas administrativas y operativas aceptadas en el mercado internacional, las cuales mejoraran la productividad y los índices de gestión así como también evitaran la imposición de barreras técnicas para el ingreso de los productos al mercado internacional.

Una estrategia esencial, sería la incorporación de las empresas colombianas a las cadenas mundiales de valor, más aun cuando hoy en día se habla de reconfiguración mundial, la cual implica una reingeniería de las empresas y en algunos casos, nuevas localizaciones con el fin de capturar nuevas eficiencias a través del rediseño de procesos y aprovechamiento de las ventajas de diferentes combinaciones de capital-trabajo en el mundo.

El proceso de reingeniería y relocalización de la producción en cuanto se inicie implicara más que una simple reducción de costos. Implicara un replanteamiento de los procesos de negocio de las empresas, que les exija comprometerse con otras empresas tanto nacionales como extranjeras, con el fin de fortalecer los aspectos más críticos de la empresa para penetrar en el mercado de Estados Unidos, teniendo en cuenta que requerirá trabajar con el gobierno, las universidades y otras entidades que contribuyan a adelantar los cambios.

Esta estrategia exigirá una valoración del trabajo en grupo y una estructura altamente participativa, instalación de filiales en otros países a través del joint ventures o mediante alianzas estratégicas internacionales, disminución de la

dependencia de insumos adquiridos a terceros, adicionar valor agregado a través de desarrollos innovativos, selección de proveedores a través de procesos de calificación y desarrollo de los recursos humanos.

4.1.3. NIVEL MESO:

Desafortunadamente lo que se ha logrado en política de infraestructura hasta el presente no es muy bueno, pues el país se encuentra muy atrasado y los proyectos que se están realizando miran principalmente al mercado interno.

Mientras que en Colombia hay 350 kilómetros de vías por cada millón de habitantes, en Chile esta relación es de 360 kilómetros y en México de 900 kilómetros. La red nacional de carreteras tiene 16.000 kilómetros y para alcanzar estándares internacionales se necesitarían 35.000 kilómetros¹⁵².

El Plan de Desarrollo (2003-2006) y el llamado Plan 2500, que busca pavimentar 3.200 kilómetros, están diseñadas fundamentalmente, en materia de transporte, para desarrollar el mercado interno¹⁵³. Por tanto, en estos aspectos del transporte es necesario tener una visión global de la red troncal de carreteras en la optimización y cobertura de puertos y aeropuertos, en la operación de red férrea y navegabilidad de los ríos y en el sistema de transporte masivo.

Esta visión tiene que estar acompañada con la evaluación a largo plazo del tipo de transporte que necesita el país para exportar. Al respecto deberá tenerse en cuenta, los tipos de corredores que son más eficientes para el transporte de determinados productos, las inversiones asociadas a su desarrollo y la puesta en marcha de estaciones de transferencia.

¹⁵² CONFER: Federación Colombiana de Transportadores por Carretera.

¹⁵³ Ídem, 5 de Octubre de 2004.

Para lograr una alta competitividad se necesita un alto grado de eficiencia en el manejo logístico de las cargas, para lo cual es necesario lograr una mayor integración de los medios de transporte a través del sistema de transporte multimodal.

Como lo ha venido sosteniendo la CEPAL, las inversiones en infraestructura requieren de significativos esfuerzos públicos y privados. Desde la perspectiva de la inversión pública las propuestas apuntan a una mayor flexibilización en el manejo de las cuentas fiscales, mediante perfeccionamiento de los instrumentos de control fiscal y presupuestal que den un tratamiento diferente a las erogaciones del capital respecto a las erogaciones corrientes

Una primera forma para introducir mayor flexibilidad y promover una política fiscal orientada al crecimiento es reconocer que las inversiones que generan un flujo de ingresos con adecuadas tasas de retorno deben excluirse del gasto público computable en los acuerdos con los organismos internacionales. Una segunda vía es el fortalecimiento de los mecanismos que estimulen diferentes formas de asociación pública-privada. La tercera modalidad se refiere al papel que debe desempeñar la banca multilateral de desarrollo.¹⁵⁴

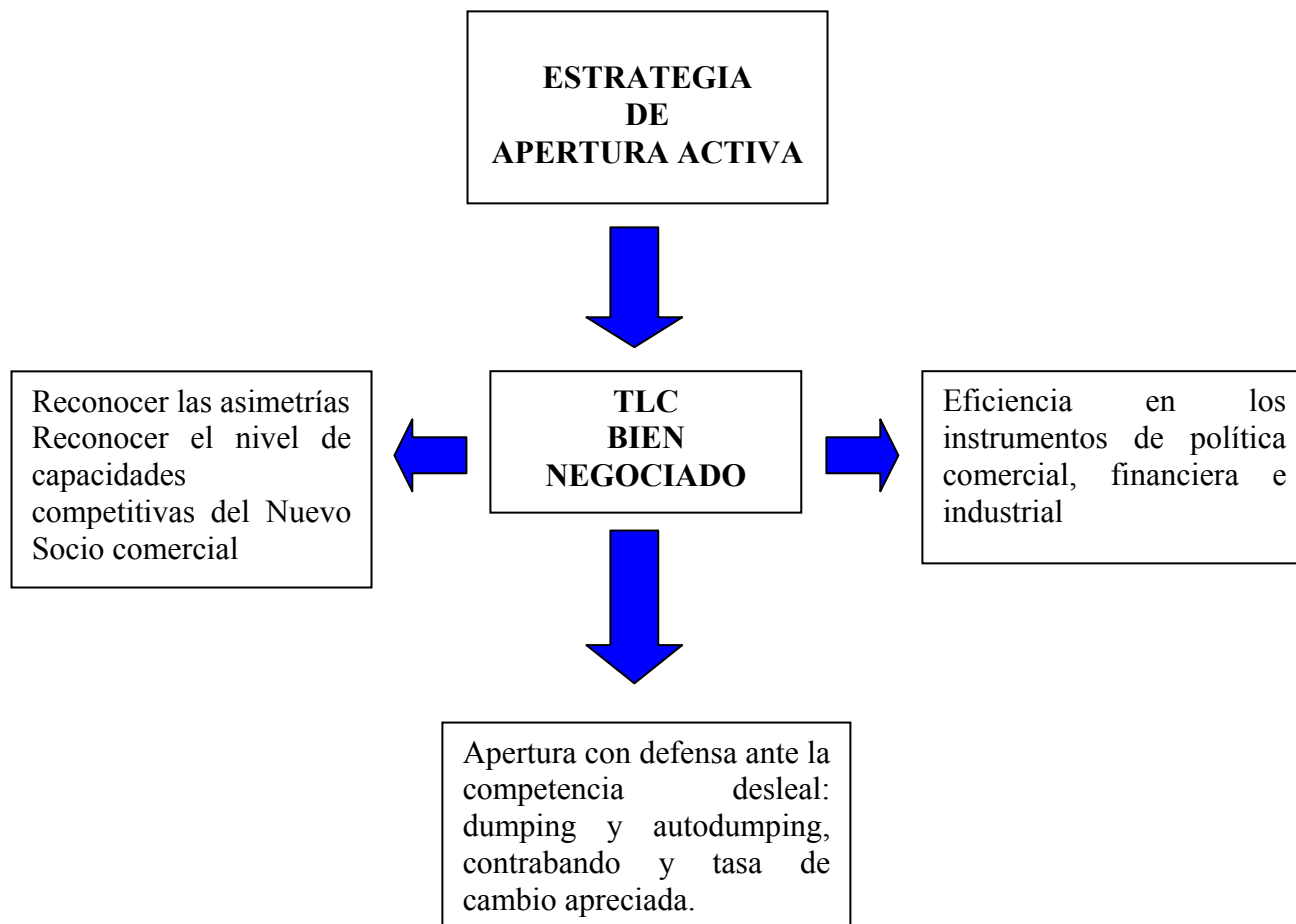
¹⁵⁴ ANDRES URIEL GALLEGU. Ministro de Transportes. Intervención en plenaria del Senado de la Republica, 2004.

4.2. ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR.

En este marco de ideas y teniendo en cuenta la experiencia de otros países en la firma de acuerdos comerciales con Estados Unidos, podemos concluir que existen varias vías que pueden ser adoptadas por el gobierno a fin de que el Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander puede entrar a competir en el mercado internacional.

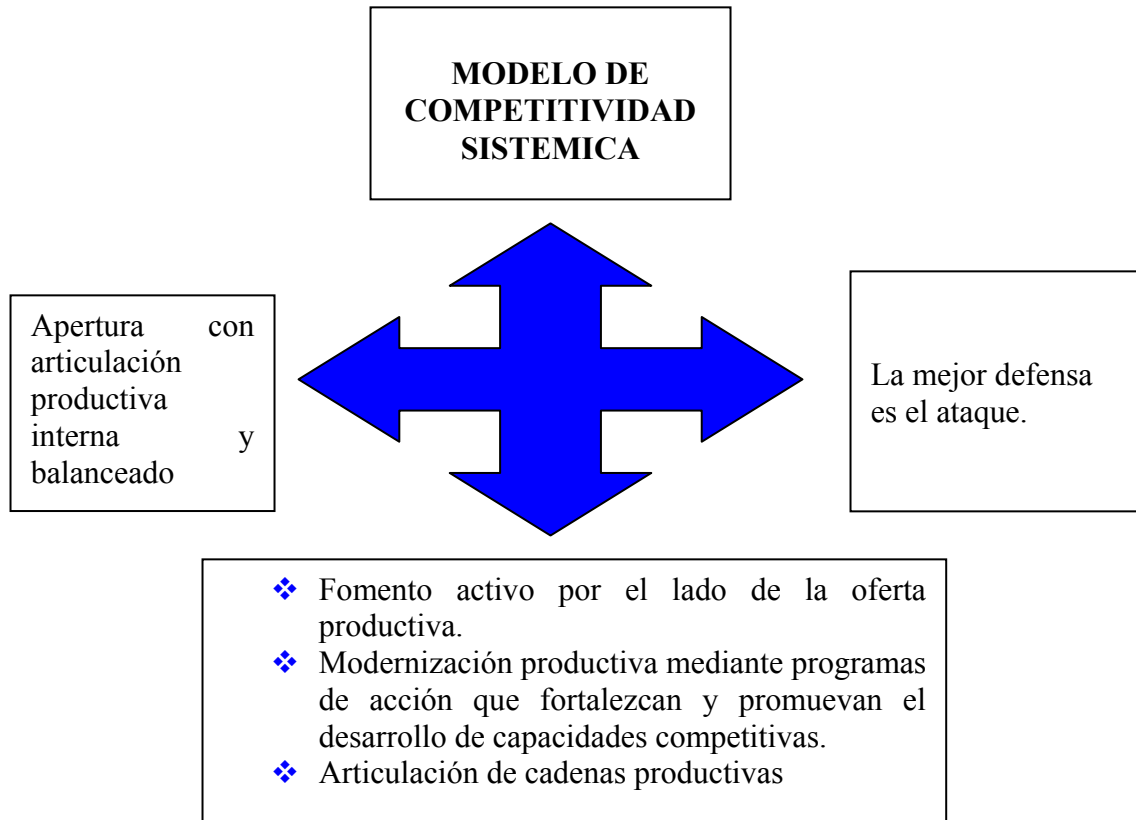
La primera de ella es una estrategia de apertura activa con acuerdos de libre comercial bien negociados, reconociendo las asimetrías y capacidades competitivas, acompañados de una estrategia de competitividad sistémica y una política industrial activa (Ver Grafica). En este contexto, Colombia tiene un índice de competitividad sistémica de 4.83 puntos, y se ubica en el lugar 69/102, mientras que Estados Unidos ocupa el sexto lugar con una calificación de 7.8.

Grafica 23



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 24.



Fuente: Elaboración Propia

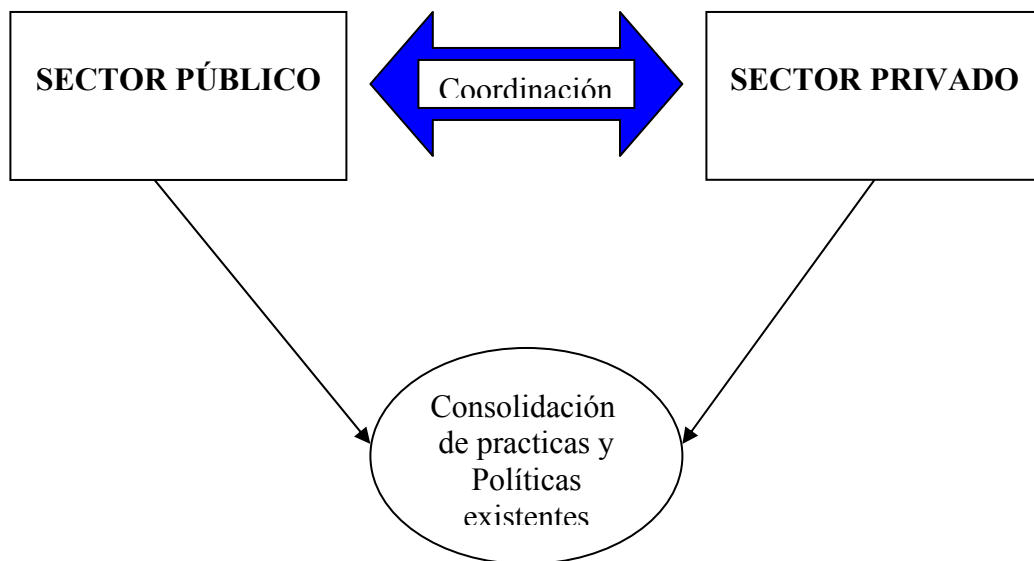
La segunda estrategia esta asociada a consolidar prácticas y políticas ya existentes, y no ha modificar normas y leyes. Dicha estrategia debe ir acompañada de una estrecha coordinación entre el gobierno y las diversas entidades privadas interesadas en la negociación. Las razones para considerar esto, se debe a que, no solo se trata de negociar un TLC con la economía más grande del mundo, sino que de la amplitud y la profundidad de las oportunidades y

compromisos que supone esta negociación, deben ser compartidos para su aprobación en el Congreso.

Así mismo, un proceso como este, requiere una clara definición de los ámbitos de responsabilidad entre los actores públicos y privados: El gobierno es el que negocia; las organizaciones privadas aportan la necesaria información sectorial mas detallada, sus intereses y aprehensiones y será el gobierno el encargado de construir la postura negociadora.

De acuerdo con lo planteado y visto en países de la región que se preparan para futuras negociaciones de libre comercio con Estados Unidos, se puede percibir un cierto ambiente donde el TLC pareciera sustituir o constituir en si mismo una adecuada estrategia de desarrollo. Esto constituye un serio error, las reformas económicas, en conjunto con la estabilidad macroeconómica, la solvencia del sistema financiero y la fortaleza de las instituciones económicas, son insustituibles.

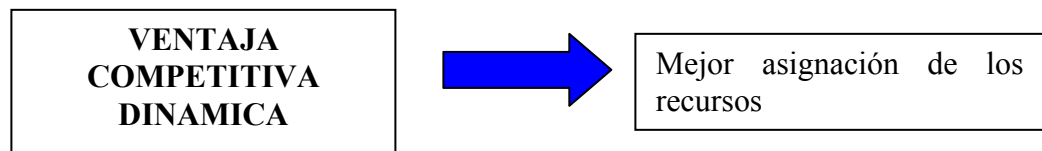
Grafica 25.



Fuente: Elaboración Propia.

La tercera estrategia y ultima esta orientada a la búsqueda de ventajas comparativas dinámicas y no estáticas las cuales dependerán de lo que se haga dentro de cada país. Esto deja claro que el TLC no debe verse como la panacea del desarrollo, pues no esta claro ni garantizado que efectos esperados se den, ya que ellos no depende del TLC, sino mas bien de las políticas internas que se desarrollen para poder aprovecharlo.

Grafica 26.



Fuente: Elaboración Propia

4.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En síntesis, se podría llegar finalmente a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

1. La negociación del TLC con Estados Unidos expondrá al sector de Cuero, Calzado y Marroquinería en Santander a un nivel mayor de competencia, que aunque representa mayor acceso a nuevos mercados, también generara importantes inconvenientes a los empresarios del sector y la economía en general. La entrada al mercado norteamericano, obligará a los empresarios del sector a ser más eficientes para poder competir con mejores precios y estándares de calidad, los cuales deben estar apoyados por políticas y estrategias del gobierno y las diversas entidades privadas interesadas en la negociación. Ante esta situación, resulta importante reconocer, la heterogeneidad que hay al interior del sector entre unos y otros agentes participes en la cadena productiva, las dificultades para el

acceso al crédito, el mal estado de la infraestructura de transporte, el bajo perfil de formación de sus empleados tanto a nivel operativo como administrativo, la falta de tecnología y acceso a materias primas e insumos y la poca participación del estado; nos permiten priorizar las necesidades de apoyo y focalizar los esfuerzos del gobierno en cada una de ellas.

2. El foco de una política adecuada de apoyo financiero a la industria debe ser el desarrollo de esquemas mediante los cuales se mitigue el factor de riesgo que representa ser pequeño y no tener una historia de relación con el sistema financiero. Además, considerando que la producción del sector de calzado y manufacturero de Santander representa un 0.3% de la producción total del sector del departamento (2000), en donde la mayoría son microempresas que desarrollan la producción artesanal debido a la escasa especialización pero abundante mano de obra. De esta forma, la maquinaria y equipo industrial de las micro y pequeñas empresas, corresponde a maquinaria de segunda, que ha sido sometida a procesos de adaptación; y que por no tener garantías para su financiación, no pueden adquirir maquinaria moderna que les permita aumentar su productividad y competir con mayor facilidad en el mercado extranjero.

3. Por otra parte, debido a la gran cantidad de eslabones que posee la cadena productiva del Cuero, Calzado y Marroquinería, existe una desintegración de la misma (Distribuidores, Comercializadores, Fabricantes) que ha generado un desconocimiento total de los gustos y preferencias del consumidor final por parte del fabricante, lo que ha generado imitación de modelos tanto europeos como de Norteamérica. Esta falta de creatividad, va en detrimento del desarrollo de una identidad propia para el sector, lo que no contribuye a la diferenciación del producto de otros y a la consolidación de una ventaja competitiva para el sector. Así mismo, teniendo en cuenta la experiencia de otros países en la firma de tratados comerciales con Estados Unidos, la mejor estrategia para entrar a competir en el mercado norteamericano, es mediante una estrategia de apertura

activa con acuerdos de libre comercio bien negociados, que reconozcan las asimetrías las diferencias en capacidades competitivas, mediante una estrategia de competitividad sistémica enmarcada en una política industrial activa.

BIBLIOGRAFIA.

- , Centroamérica en el siglo XXI: Una agenda para la competitividad y el desarrollo sostenible, 1999.
- , Encuesta Nacional Manufacturera, 1990-2004.
- , "Impacto de un Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos. Un enfoque de Equilibrio general". Santiago de Chile, 1992.
- Plan Nacional de Desarrollo Gaviria "Revolución Pacífica" 1990-1994"
- , Plan Nacional de Desarrollo Samper "El salto Social "1994-1998.
- , Plan Nacional de Desarrollo Pastrana "Cambio para construir la paz" 1998-2002.
- , Plan Nacional de Desarrollo Uribe "Hacia un Estado Comunitario" 2002-2006.
- ALONSO, E. "Políticas para el fomento de los sectores productivos en Centroamérica. Comisión Económica para América latina y el Caribe". Serie Desarrollo Productivo N° 140, Septiembre 2003
- BM. Banco Mundial. Global Economic Prospects, 2004.
- BUSTAMANTE, Yadira y otros. "Centro asesor en calidad para el sector del AMB". Bucaramanga, SIC Editorial, Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Tesis de Grado 2005.
- C. de Miguel. Impacto económico del TLC entre Chile y EE.UU. 2002
- CECIC. Centro de Capital Intelectual y Competitividad. "La apertura y la paradoja de la competitividad y la globalización en México". 2004.
- CEIN. "Distrito Industrial de Calzado Área Metropolitana de Bucaramanga. Un paso al Desarrollo Regional". Bucaramanga: SIC Editorial, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005.
- CERUTTI, Julia. Estudios sectoriales. Componente: Industria del calzado. Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación. 2003.
- CLACDS. Centro Latinoamericano para la competitividad y el Desarrollo Sostenible." Centroamérica en el Siglo XXI: Una agenda para la competitividad y el Desarrollo Sostenible", 1999
- COEYMANS, Juan Eduardo. "Estudio sobre Modelos de Equilibrio General Computable (MEGC)". Pontificia Universidad Católica de Chile. 1992
- DANE. "Análisis de Competitividad Industrial 1990-1997". 1998. Decreto 2314 de 2004.
- DNP, Documento CONPES 3072 del 9 de febrero de 2002.
- DOCUMENTO "Como ganar ventaja competitiva en el desarrollo económico local". John C. Icés
- DOCUMENTO CEPAL. "Evolución de las Ideas de la CEPAL". 1999.
- DOCUMENTO CONPES 2762. Enero de 1995
- DOCUMENTO CONPES 3280. Consejo Nacional de Política Económica y Social. Republica de Colombia. Departamento nacional de plantación. "Optimización

- de los instrumentos de desarrollo empresariales".Bogota, D.C.; abril 19 de 2004.
- DOCUMENTO CONPES 3297. Consejo Nacional de Política Económica y Social. Republica de Colombia. Departamento nacional de plantación. "Agenda Interna para la Productividad y la competitividad: Metodología".Bogotá, D.C.; 26 de julio de 2004.
- DOCUMENTO Interno. Aproximación inicial al sector calzado. Proexport Colombia. Santa fe de Bogota, D.C; septiembre de 1995.
- DOCUMENTO Numero 03. Banco de la Republica. Centro regional de estudios económicos CREE, Bucaramanga, septiembre de 2004.
- DOCUMENTO. "El desafío de la Competitividad". Ministerio de Desarrollo Económico.1993
- DOCUMENTO." Expansión de la Industria Pesquera". 2002
- DOUGLA C, North. Instituciones, Cambio Institucional y desempeño económico. Fondo de Cultura Económica .México.1995.
- FUNDES. "El papel de las pequeñas y medianas empresas en Centroamérica: Presente y Futuro". Noviembre 2002
- Gobernación de Santander. Plan de desarrollo departamental, Santander 2004-2007.
- ICEX. Instituto Español de Comercio Exterior. "El sector calzado en Colombia, oficina económica y comercio de la embajada de España en Bogota". Serie notas sectoriales, marzo 2005.
- Ley 590 del 10 de Julio de 2000. Ley de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa.
- Ley ATPA de 1991.
- Ley ATPDA de Agosto de 2002.
- LIZANO, A. González. "El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos de América-Oportunidades, desafíos y riesgos-Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe". Documento de Divulgación 9 de Marzo de 2003.
- MARTIN, Clara Patricia. "El impacto económico de un Acuerdo Parcial de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos" .Noviembre 25, 2004.
- Ministerio de Comercio Exterior. Dirección de Competitividad, "Perfil del sector cuero, calzado y manufacturas". 2004
- MONITOR Company. Construyendo la ventaja Competitiva de 5 ciudades Colombianas, Bogotá. 1994.
- Observatorio del Empleo de Bucaramanga y su Área Metropolitana, Estudio de Tendencias Ocupacionales en el Mediano Plazo par la Ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana. Sectores de la Industria Manufacturera. Abril de 2002.
- ONUUDI. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. "Informe sobre Desarrollo Industrial 2002-2003. Competir mediante la innovación y el aprendizaje". Noviembre de 2002.
- ONUUDI." Informe sobre desarrollo Industrial", 2004.

- Plan Nacional de Desarrollo."Estado Comunitario, Desarrollo para todos".2006-2010.
- PORTER, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Javier Vergara editores S.A. Buenos Aires Argentina.
- REVISTA DE LA CEPAL No 68. "La CEPAL y las nuevas teorías del Crecimiento". Agosto de 1999.
- SANTOS REDONDO, Manuel. Los economistas y la empresa. Empresa y empresarios en la historia económica del pensamiento. Alianza Editorial. Madrid enero de 1997.
- SCHUMPETER, Joseph A. Teoría del Desarrollo económico. Fondo de Cultura Económico. México D.F.1944
- SIECA. Secretaria de Integración Económica Centroamericana. "Evolución del comercio intraregional, 1950-2003"
- UNCTAD. Reporte Mundial de Comercio y Desarrollo.2002.
- VALDIVIESO, Susana. "North y el cambio institucional: luces y sombras. Nueva historia institucional". Revista de Economía Institucional, No. 4, Bogota, Universidad Externado de Colombia, 2001

ANEXO 1. PERSONAS ENTREVISTADAS.

ENTIDADES DE APOYO.

- ❖ Nombre: ACICAM (Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas). Directora de la Seccional Santander: Nohora Rodríguez Chacón,
- ❖ Nombre: ASOINDUCALS (Asociación de industriales del calzado & similares). José Antonio Vera (Presidente Asoinducals), Henry Gamboa Meza (Director Ejecutivo Asoinducals)

EMPRESAS DEL SECTOR.

1. Calzado Fuego. Representare Legal: Wilson Archiva Marín.
2. Calzado Joan Sport. Representare Legal: Sonia Isabel Gómez Aguillón.
3. Calzado Helga. Representare Legal: Juan Antonio Chinome Cote.
4. Calzado Piechico. Representare Legal: Bernardo Acevedo Camacho.
5. Creaciones Laura Mini. Representare Legal: Pablo Elías Porras.
6. Calzado Naranja. Representare Legal: Alfonso Naranjo Castro.
7. Calzado Gary. Representare Legal: Angelmiro Cardozo.
8. Calzado G'sabatini S.A.. Representare Legal: Luis Alfonso Sánchez Lopez.
9. Suelas Gallego Y Compañía Ltda. Representare Legal: Gilberto Gallego Ocampo.

ANEXO 2.
PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA.

¿Esta o no de acuerdo en que se firme el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos?

¿Cuales cree serán los posibles efectos (beneficios- Impactos) que generara el TLC en el Sector?

¿Considera que las empresas del sector se encuentran preparadas para entrar a competir en el mercado de Estados Unidos? Si o NO y Porque?

¿Cuales son los principales inconvenientes que afrontan hoy en día las empresas de calzado, cuero y manufacturas que le impiden competir a nivel internacional?

¿Que tipo de estrategia competitiva esta implementando en su empresa a fin de mantenerse en el Mercado?

¿Cuanto tiempo lleva su negocio establecido en Santander y cual fue el capital inicial con el que la creo?

¿Pertenece a alguna asociación o gremio empresarial? ¿Estaría dispuesto a asociarse si esto mejora la situación actual de su empresa volviéndola mas sólida y generando así una estrategia competitiva que le permita entrar con mas facilidad al mercado de Estados Unidos?

¿Ha sentido la presencia del gobierno tanto regional como nacional en el sector?

¿Cada cuanto renueva su equipo o maquinaria de trabajo? ¿Que tipo de tecnología utiliza?

¿Existen facilidades de acceso al Crédito por parte del Sector Financiero? ¿De no ser así, cuales son las principales razones por las que el sector financiero no esta otorgando créditos?

¿Realiza procesos de subcontratación? Si o No, Cuales?

¿De donde adquiere los Diseños y modelos para la elaboración de sus productos?
¿Tiene conocimiento de empresas de Diseño presentes en el mercado Santandereano? ¿Tiene algún tipo de contrato o convenio con ellos?

ANEXO 3

Ley 905 de 2004

La clasificación de las empresas por su tamaño, se elaboró teniendo en cuenta el Capítulo I, artículo 2 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000, sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Dicha ley, se obtuvo de la Información legislativa de la Secretaría del Senado de la República de Colombia¹⁵⁵.

“EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

CAPITULO I.

DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 2o. El artículo 2o de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 2o. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores,
- o

¹⁵⁵ Ver, Senado de la República, Información legislativa www.secretariasenado.gov.co

b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores o,
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

PARÁGRAFO. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer”.