

Revista **Gestión y Desarrollo Libre**

Universidad
Libre
Seccional
Cúcuta

Revista
Gestión y
Desarrollo
Libre

Publicación
Semestral

ISSN
2539-3669

Año 1
Nº 1
2016

Enero
-
Junio

Pág
104

Centro
Seccional de
Investigaciones

Facultad
de Ciencias
Económicas
Administrativas y
Contables

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre No. 1:

El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos.

Información para inversionistas.

Una discusión sobre la facilitación del comercio.

Análisis estructural sectores estratégicos. Sector textil “insumos sintéticos”.

Modelación matricial.

Universidad Libre
www.unilibrecucuta.edu.co
Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables





UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CÚCUTA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CENTRO SECCIONAL DE INVESTIGACIONES

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre N° 1

- *El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos*
- *Información para inversionistas*
- *Una discusión sobre la facilitación del comercio*
- *Análisis estructural sectores estratégicos. Sector textil “insumos sintéticos”*
- *Modelación matricial*

Universidad Libre Seccional Cúcuta	Revista Gestión y Desarrollo Libre	Publicación Semestral	ISSN 2539-3669	Año 1 N° 1 2016	Enero - Junio	Pág 104	Centro Seccional de Investigaciones	Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables
------------------------------------	------------------------------------	-----------------------	----------------	-----------------	---------------	---------	-------------------------------------	---



DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA GESTIÓN Y DESARROLLO LIBRE

MISIÓN

Publicar y difundir los avances que presentan los trabajos de investigación desarrollados por los miembros de la comunidad científica local, nacional e internacional y de esta manera contribuir con la construcción de un pensamiento científico cada vez más riguroso que redunde en la comprensión de la realidad en las áreas: económica, administrativa y contable.

ALCANCE Y POLÍTICA EDITORIAL

Gestión y Desarrollo Libre es una revista que publica trabajos originales e inéditos referentes a las ciencias económica, administrativa y contable y su enseñanza.

Cada número de la revista tiene un carácter misceláneo, sin perjuicio de poder editar, cuando se considere adecuado, números monográficos.

Es una publicación académica de periodicidad semestral, realizada en Colombia, Departamento Norte de Santander, por el Centro Seccional de Investigaciones y la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Cúcuta desde el año 2016.

Constituye una revista arbitrada que emplea el sistema de revisión por pares a doble ciego (*double blind review*).

Los juicios presentados por los autores en sus artículos no representan la opinión ni criterio de la Institución que edita la Revista.



DIRECTIVAS NACIONALES

VÍCTOR HERNANDO ALVARADO ARDILA, Presidente Nacional

NICOLÁS ZULETA HINCAPIÉ, Rector Nacional

DIRECTIVAS SECCIONALES

CARLOS ALEJANDRO CHACÓN MORENO, Presidente Seccional

HOLGER ANDRÉS CÁCERES MEDINA, Rector Seccional

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ, Decana Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables

CINDY CHARLOTTE REYES SINISTERRA, Directora Centro de Investigaciones

EDGAR JOSÉ GÓMEZ ORTÍZ, Jefe de Área Profesional

ELKIN DE JESÚS SIERRA ARANGO, Jefe de Área Básica y Socio-Humanística

Se autoriza la reproducción de los artículos
citando la fuente y los créditos de los autores:

Revista Gestión y Desarrollo Libre. Universidad Libre Seccional Cúcuta

Entidad Editora: Universidad Libre Seccional Cúcuta

Los conceptos y opiniones expresados en los artículos
son responsabilidad de los autores y no comprometen a la Universidad Libre

Publicación virtual

Revista Gestión y Desarrollo Libre en la Web:
<http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/>

Correspondencia:
Avenida 4 N° 12N-81. Barrio El Bosque
Universidad Libre Seccional Cúcuta
Teléfono: 5 82 98 10. Extensión 229 - 207
Correo electrónico: dirinvestigaciones@unilibrecucuta.edu.co
Formato: 17 cm. x 24 cm.



EQUIPO EDITORIAL

EDITOR

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ, Magister en Tributación y política fiscal.
Esp. en Gerencia Educativa con énfasis en Gestión de Proyectos
Decana Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la
Universidad Libre Seccional Cúcuta.

COMITÉ EDITORIAL

MARCELA FLÓREZ ROMERO, Postdoctor en Gerencia del Desarrollo Humano
Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.

LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO, Magister Gerencia de Empresas Mención
Finanzas. Docente Universidad Francisco de Paula Santander,

NELSON EMILIO GARCÍA TORRES, MBA Formulación de Proyectos Universidad
Viña del Mar. Director de Posgrados y Programa de Comercio y Negocios
Internacionales, Universidad Simón Bolívar.

JOHANA MILENA MOGROVEJO ANDRADE, Magister en Gerencia de Empresas
Directora del programa Comercio Internacional y del Departamento de Estudios
Internacionales y de Fronteras de la Universidad Francisco de Paula Santander – UFPS

COMITÉ CIENTIFICO

ROLANDO ESLAVA ZAPATA, Magister en Ciencias Contables
Profesor Asociado en el Departamento de Ciencias Administrativas y Contables de la
Universidad de los Andes Táchira de Venezuela.

JESUS ALFONSO OMAÑA, Magíster En Gerencia De Empresas
Docente de la Universidad de los Andes de Venezuela, Universidad Católica del
Táchira, Docente Invitado en New York Universtity y Columbia University y Director
del Instituto de Estudios Humanitarios de las Naciones Unidas,

EDGAR JOSÉ GÓMEZ ORTÍZ, Magister en Administración de Empresas
Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.

LUCY GÓMEZ MINA, Doctor en Educación.
Docente Universidad de Pamplona.

TRADUCTOR

JOHN ALEXANDER QUINTERO PATIÑO, Licenciado en Lenguas Extranjeras
Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.



TABLA DE CONTENIDO

El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos	17
<i>Cocoa Norte de Santander, opportunities and challenges</i>	
LINEIRA ARIAS RODRIGUEZ	
YOSUAR OMAR LÓPEZ CÁCERES	
EDUARDO FELIPE VÁSQUEZ BARAJAS	
Información para inversionistas	33
<i>Investor information</i>	
LINA PAOLA MORA HERNÁNDEZ	
Una discusión sobre la facilitación del comercio	50
<i>A discussion on trade facilitation</i>	
ÁNGELA ANDREA CAVIEDES CONDE	
Análisis estructural sectores estratégicos. Sector textil “insumos sintéticos”	66
<i>Structural analysis strategic sectors.textile sector “synthetic inputs”</i>	
FERNANDO BRAND CÁMARO	
ANGHELA CARDINALE LUNA	
JESÚS ALFONSO OMAÑA GUERRERO	
Modelación matricial	86
<i>Matrix modeling</i>	
JULIETH PAOLA ACEVEDO MENESES	
JESÚS ALFONSO OMAÑA GUERRERO	
MARISOL DELLY RAMÍREZ GUALTEROS	



Guía de autores

Revista Gestión y Desarrollo Libre / Universidad Libre Seccional Cúcuta, Colombia

La publicación de la revista inicia en Enero – Junio del año 2016 y está a cargo del comité editorial, quien selecciona los artículos a publicar de acuerdo con el material recepcionado para tal fin. Los árbitros, son seleccionados por el comité editorial, en aras de darle un nivel científico adecuado al contenido de cada publicación, siendo responsabilidad exclusiva de los autores los comentarios, ideas, planteamientos u opiniones que se aborden en cada artículo.

El comité editorial de la revista, asume que los documentos presentados para publicación, son de la autoría de quien(es) lo(s) presenta(n) y que sus autores comprenden la necesidad de ajustarse a unas características tales, que permita darle a esta publicación el carácter técnico-científico; por lo tanto, los autores manifestarán que el o los artículos no han sido presentados en otras publicaciones.

GESTION Y DESARROLLO LIBRE, es una revista cuya frecuencia de publicación es semestral, sin embargo, los artículos son recibidos durante todo el año a través de los siguientes contactos:

Dirección física: Av. 4 12N-81 Barrio El Bosque
Correo electrónico: dirinvestigaciones@unilibrecucuta.edu.co
Dirigido a: Comité Editor Revista Gestión y Desarrollo Libre
Teléfonos de contacto: 582 98 10 extensión 229 - 207

CONDICIONES DE ENTREGA

Formato: 21.5 x 28 cm

Modalidad: Virtual

Los artículos para publicación pueden ser en español o en inglés, en todo caso deberá cumplir con las siguientes condiciones mínimas para su recepción:

CONDICIONES GENERALES

Formato del archivo: Procesador de datos de Word

Espaciado o interlineado: sencillo

Fuente: Times New Roman

Tamaño de la fuente: 12

Márgenes: 2.54 cm a cada margen

Extensión mínima: no inferior a 12 páginas

Extensión máxima: no exceder de 25 páginas

Notas al pie de página: deben presentarse con tamaño de fuente 10

Enumeración de Páginas: Todas las páginas deben estar enumeradas consecutivamente en el margen superior izquierdo

Para los artículos remitidos a la dirección física se requiere que se presente un original y tres copias impresas tamaño carta y un CD con el documento en formato word.

Deberá aportar los archivos originales de las imágenes, fotografías, gráficos, ilustraciones, tablas y otros elementos que aparezcan en el documento, para facilitar su reproducción en la revista (en CD).

CONDICIONES ESPECÍFICAS

ITEM	DETALLE	ESPECIALES
TÍTULO	<p>Debe corresponder a la idea principal del documento, es clave, pues será el referente para que quienes consulten el documento en la publicación virtual, puedan decidir si revisan o no el material completo.</p> <p>Puede ser Descriptivo: Cuando hace mención al contenido de la investigación, sin necesidad de ofrecer los resultados obtenidos; o</p> <p>Informativo: Comunica el principal resultado obtenido de una investigación.</p> <p>Aspectos adicionales: Como pie de página deberá indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de investigación del que se desprende el documento. - Centro, Grupo o Semillero de Investigación junto con la Institución que financia o avala el proyecto, o la indicación de ser un trabajo independiente. - Auxiliares de investigación, estudiantes de pregrado u otras personas que contribuyeron en la realización de la investigación (opcional). 	Idioma: Español e Inglés.
AUTOR (ES)	<p>Como pie de página deberá indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombres y Apellidos completos - Nivel de formación académica (especificando la institución educativa que confirió el título) - Centro, Grupo o Semillero con indicación de la institución a la que pertenece (opcional) - Cargos que actualmente desempeña (opcional) - Correo electrónico personal o dirección electrónica institucional (opcional) 	
RESUMEN	<p>Corresponde a una síntesis integral del contenido del documento (en español). Se redacta en un solo párrafo, no se incluyen referencias bibliográficas.</p> <p>En el resumen puede hacerse mención de los siguientes aspectos de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos principales - Alcance - Metodología empleada - Principales resultados y conclusiones 	

PALABRAS CLAVES	Mención de los términos más significativos en el desarrollo del documento, que permitan al lector identificar las materias fundamentales que se abordan en el documento (en español).	Cantidad: Más de 3 y sin exceder de 10 términos.
ABSTRAC	Corresponde al mismo contenido incluido en el resumen pero en inglés	Idioma: Inglés.
KEY WORDS	Corresponde al mismo contenido incluido en las palabras claves pero en inglés	Idioma: Inglés.
INTRODUCCION	No debe confundirse este ítem con el correspondiente al resumen. En este aparte, el autor deberá dar un preámbulo al desarrollo del tema, para contextualizar al lector sobre la temática a desarrollar a través del artículo. En ella, se planteará el problema y se señalará el sentido del estudio, pero no se desarrollará el tema, no se darán conclusiones. Allí se destacarán origen, antecedentes, bases teóricas y prácticas del trabajo, importancia, significado que el estudio tiene en el avance del campo respectivo o aplicación práctica en el área investigada, alcance y limitaciones.	
PROBLEMA DE INVESTIGACION (opcional)	Debe expresarse la pregunta que desencadenó la realización de la investigación. Es importante que la redacción de la misma haya sido formulada que no pueda responderse con una afirmación o negación.	
METODOLOGÍA (opcional)	Indicación sintética de: <ul style="list-style-type: none"> - El enfoque metodológico - Tipo de investigación - Técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y análisis de la información. Importante: La redacción debe hacerse en tiempo pasado	
PLAN DE REDACCION	En este aparte, se refleja el esquema de resolución del problema de investigación. Los títulos y sub-títulos que aquí se incluyan, deben estar numerados. Es aquí donde el autor o autores deben evidenciar el desarrollo de los objetivos específicos, al igual que el cumplimiento del objetivo general. Importante: La redacción debe hacerse en tiempo pasado	
RESULTADOS DE INVESTIGACION (opcional)	Evidencian o no la validez de la hipótesis de investigación que se formuló en el proceso de investigación.	

CONCLUSIONES	Se deben presentar los postulados finales que den respuesta al problema de investigación.	Cantidad: Mínimo se recomienda presentar una (1) por cada aspecto desarrollado en el artículo
REFERENCIAS	NORMAS APA	



EDITORIAL

BEATRIZ PARRA GONZALEZ

Para la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, es importante presentar la primera edición de la Revista Gestión y Desarrollo Libre como mecanismo de divulgación de los resultados investigativos frente a temas de actualidad e impacto propios de las ciencias: Económica, Administrativa y Contable. Se abre un espacio para la construcción del pensamiento crítico, proponiéndose incrementar edición tras edición la rigurosidad metodológica y el nivel académico de los artículos publicados en aras de hacer de esta publicación una de las de mayor visibilidad, consulta y credibilidad a nivel regional, nacional e internacional en temas relacionadas con estas áreas del saber.

En esta oportunidad, se exponen cinco artículos con temáticas relacionadas con actividades económicas y empresariales regionales, se muestran las oportunidades y retos que enfrenta el cacao en Norte de Santander, se analiza la actividad textil y la del bocadillo Veleño, se presentan unos aportes importantes sobre la facilitación del comercio y en lo correspondiente a lo contable, a través del artículo “información para inversionistas”, se muestra una visión sobre la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera por parte de las organizaciones colombianas y una propuesta alterna, buscando la utilidad de la información financiera, para atender los requerimientos de los sujetos con interés en dichas organizaciones.

Gestión y Desarrollo Libre aporta una nueva visión de las temáticas expuestas y contribuye al desarrollo de la comunidad académica y empresarial global.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 1 N° 1, 2016. p.p. 17 - 32
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos
Lineira Arias Rodriguez
Yosuar Omar López Cáceres
Eduardo Felipe Vásquez Barajas

El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos

Cocoa Norte de Santander, opportunities and challenges

Recibido: 12 de Septiembre 2014 - Evaluado: 22 de Octubre 2014 - Aceptado: 07 de Noviembre 2014

Lineira Arias Rodriguez
Yosuar Omar López Cáceres
Eduardo Felipe Vásquez Barajas*

Para citar este artículo / To cite this Article

Arias Rodriguez, L., López Cáceres, Y., Vásquez Barajas, E. (2016). El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 1(1), (17-32).

Resumen

El proyecto de investigación “El cacao en Norte de Santander, oportunidades y retos” tiene como objetivo central formular directrices estratégicas para la superación de retos y aprovechamiento de oportunidades que tiene el sector cacaotero en Norte de Santander con el fin de lograr una mayor participación en el mercado nacional e internacional del cacao y sus derivados. Con el desarrollo de esta investigación se obtiene el diagnóstico de la situación del cacao a nivel regional y nacional, logrando analizar la influencia de actores como los cacaocultores, FEDECACAO y terceras entidades, los niveles de producción, condiciones de precios, principales departamentos productores, niveles de consumo, así como el

* Integrantes del Semillero de Estudios Internacionales y Desarrollo Empresarial (SEINDE) de la Universidad Francisco de Paula Santander

estado actual de la tecnificación del cacao y la condición socioeconómica de sus cacaocultores, factores logísticos que afectan la comercialización del cacao y la competitividad necesaria para aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos que se presentan para el cacao producido en Norte de Santander. La metodología en esta investigación cuantitativa es de tipo descriptivo y documental porque se caracterizó la producción, comercialización, transformación, potencialidad, competitividad, productividad, generación de valor, impacto y desarrollo social y demás variables que influyen sobre el sector cacaotero en Norte de Santander y Colombia, así como en la revisión documental y bibliográfica para la obtención de información necesaria. La población de estudio es el departamento de Norte de Santander (Colombia) y la muestra a tener en cuenta son los municipios de: Cúcuta, Ocaña, Sardinata y Tibú.

Palabras claves: Cacao, competitividad, logística, Norte de Santander, oportunidades, retos.

Abstract

The research project “Cocoa in Norte de Santander, opportunities and challenges” has as central objective to formulate strategic guidelines for getting over challenges and opportunities of Norte de Santander’s cocoa sector with the purpose of achieving a higher participation in national and international markets with cocoa and its by-products. With the development of this research we get the diagnosis of cocoa sector regionally and nationally, achieving to analyze the influence of actors as cocoa growers, FEDECACAO and third entities, production levels, price conditions, main production departments, consumption levels, current state of cocoa growing techniques and social-economic conditions of cocoa growers, logistic factors which impact the cocoa commercialization and the necessary competitiveness to take advantage the opportunities and to enface the challenges in the cocoa produced in Norte de Santander. The methodology in this quantitative research is descriptive and documentary kind because we characterized the production, commercialization, transformation, potentiality, competitiveness, productiveness, value generation, social impact and development and other variables which influence on cocoa sector in Norte de Santander and Colombia, as the documentary and bibliographic review for getting the necessary information. The study population is Norte de Santander department in Colombia and the sample is the group of municipalities: Cúcuta, Ocaña, Sardinata y Tibú.

Key words: Cocoa, competitiveness, logistics, Norte de Santander, opportunities, challenges.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN -PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN - METODOLOGÍA
- I. Diagnóstico la situación actual del sector del cacao en Norte de Santander y en Colombia. – 1. La situación actual del cacao en Norte de Santander – 2. Situación actual del sector del cacao en Colombia. - II. Oportunidades del cacao Colombiano. – CONCLUSIONES.

Introducción

La situación del cacao en Norte de Santander es desafiante dado que alcanzó a ser el tercer productor a nivel nacional, pero las plantaciones de este fruto en el departamento no están renovadas del todo, se realizan procesos de manera tradicional, hay baja producción, mal manejo postcosecha, bajos niveles de tecnificación y uso de tecnología, agravado por el clima cálido húmedo que presenta la zona que favorece la presencia de enfermedades fungosas que limitan mucho la rentabilidad del cultivo; lo que conlleva a que no exista una mayor productividad por hectárea. A pesar de este tipo de retos, el sector cacaotero de Norte de Santander presenta una serie de oportunidades por aprovechar, las cuales se han potenciado por factores como un posible escenario de postconflicto en la región de mayor producción que es el Catatumbo al hacer transición de cultivos ilícitos a lícitos como el cacao, además del buen precio internacional de cotización del cacao en su condición de commodity genera un mayor incentivo para que los cacaocultores se decidan en aumentar y mejorar la producción así como otros agricultores poder cultivarlo, el marco de tratados de libre comercio y la alta demanda del cacao y sus derivados en el mercado internacional hace pensar en que se requiere impulsar la productividad y competitividad para entrar en esta dinámica y coyuntura internacional marcada por la escasez de cacao en grano por bajas de producción y falta de renovación de cultivos en Costa de Marfil y Ghana, principales países productores en el mundo.

Con el desarrollo del proyecto se busca determinar cómo la formulación de directrices estratégicas puede aportar a la superación de retos y aprovechamiento de oportunidades que tiene el sector cacaotero en Norte de Santander con el fin de

lograr una mayor participación en el mercado nacional e internacional del cacao y sus derivados. Además, la importancia del proyecto en mención radica en el apoyo que se debe dar desde la academia y el campo del comercio internacional al fortalecimiento del sector cacaotero de Norte de Santander dado que presenta oportunidades potenciales tanto en el mercado nacional como internacional, pero para ello requiere de dos aspectos fundamentales, los cuales son productividad y competitividad, los cuales van de la mano de la generación de valor agregado y de ese modo poder participar en dichos mercados, tal como lo plantea Michael Porter en su teoría de la competitividad y la generación de valor agregado. Así mismo, al identificar estrategias de acuerdo al ambiente interno y externo, al analizar la dinámica de los actores del sector de cacao y al determinar el impacto y mejoramiento logístico en la producción, distribución y comercialización del cacao se pueden generar directrices estratégicas que permitan proponer un mejoramiento continuo hacia este sector crucial y potencial para la economía de Norte de Santander.

Problema de Investigación:

¿Cómo la formulación de directrices estratégicas puede aportar a la superación de retos y aprovechamiento de oportunidades que tiene el sector cacaotero en Norte de Santander con el fin de lograr una mayor participación en el mercado nacional e internacional del cacao y sus derivados?

Metodología

La investigación que se llevó a cabo es cuantitativa debido a que en el desarrollo del proyecto se analizaron las cantidades de producción de cacao y su comercialización, datos económicos y de comercio internacional. El método utilizado fue el analítico dado que hizo un estudio y comprensión de la situación del cacao a nivel departamental, nacional e internacional. El tipo de estudio fue descriptivo y documental porque se caracterizó la producción, comercialización, transformación, potencialidad, competitividad, productividad, generación de valor, impacto y desarrollo social y demás variables que influyen sobre el sector cacaotero en Norte de Santander, Colombia y a nivel internacional. Dentro de las técnicas para la recolección y análisis de la información están la entrevista a fuentes primarias y las búsquedas bibliográficas en fuentes secundarias, así como el análisis estadístico, gráfico y descriptivo respectivamente.

Resultados de Investigación

1. Diagnóstico la situación actual del sector del cacao en Norte de Santander y en Colombia.

Figura 1. El Cacao

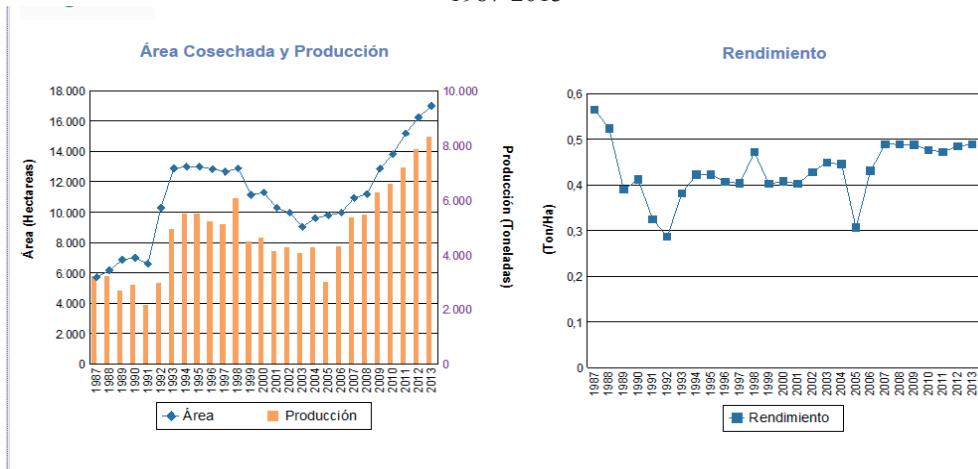


Fuente: Garden Island Chocolate

1.1. La situación actual del cacao en Norte de Santander:

Norte de Santander es un departamento potencialmente agrícola, gracias a sus variadas condiciones naturales que le permiten aprovechar sus tierras en una diversidad de cultivos, es así como en las tierras cálidas se cultiva arroz, caña de azúcar, cacao, yuca, sorgo, plátano y tabaco; en las tierras templadas café, caña panelera, cebolla cabezona y frutales, y en las tierras frías papa, trigo y algunos frutales. El café representa el 41.4% de área cultivada, le sigue en importancia la caña panelera, el plátano y el cacao, que en conjunto tienen una participación del 53%. La producción de cacao en Norte de Santander en los años de 2008 y 2009 según los registros de la Federación Nacional de Cacaoteros fue de 1.452 toneladas y en el 2009 fue de 1.338 toneladas.

Figura 2. Producción y Rendimiento de Cacao en el Departamento Norte de Santander, 1987-2013



Fuente: AGRONET

El departamento es el tercer productor a nivel nacional de cacao, pero las plantaciones de este fruto en el departamento son viejas, se realizan procesos de manera tradicional, baja producción, mal manejo postcosecha, bajos niveles de tecnificación y uso de tecnología, agravado por el clima cálido húmedo que presenta la zona que favorece la presencia de enfermedades fungosas que limitan mucho la rentabilidad del cultivo; lo que conlleva a que no exista productividad por hectárea pues de las 12.000 hectáreas dedicadas al cultivo de cacao en el departamento solo se producen de 4.000 a 5.000 toneladas al año. (Periódico La Opinión, 2011).

De acuerdo con datos registrados por AGRONET y la Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación de Norte de Santander, en el año 2013 Norte de Santander produjo 8.315 toneladas de cacao de 17.001 hectáreas cosechadas, teniendo un rendimiento de productividad del 0.5 y participando con el 10,44% en la producción nacional. Sin embargo, por parte de las estadísticas de FEDECACAO, el departamento se ubicó en el séptimo lugar con 1.779 toneladas, la diferencia se da en que dicha federación registra la producción facturada vendida en Norte de Santander.

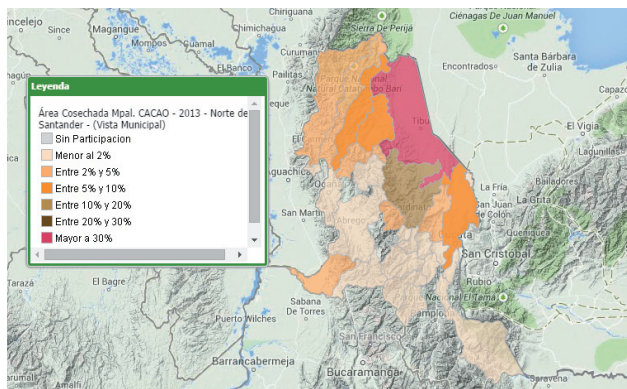
Según la Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación de Norte de Santander (2013), la producción analizada anteriormente está compuesta por la producción de cacao tradicional y cacao tecnificado. En el cacao tradicional se encuentran las variedades cultivadas como criollo, forastero y trinitario, el cacao tradicional es el que más se produjo en 2013 a nivel departamental con 6.450,6 toneladas en un área cosechada de 14.808 hectáreas; mientras que el cacao tecnificado se manejan variedades de clones para mejorar rendimientos, propiedades, aroma y sabor, entre otros alcanzando en el 2013 una producción de 1.864,6 toneladas en un área cosechada de 2.193 hectáreas.

En materia de asociación, Norte de Santander cuenta con varios gremios de cacaoteros, dentro de los cuales se destacan:

- Asociación de Cacaoteros de Sardinata (presencia en Sardinata, Bucarasica, Gramalote y Lourdes),
- Asociación de Productores Cacaoteros de Paccelli (presencia en 9 veredas del corregimiento de Pacelli en el municipio de Tibú),
- Asociación Gremial de Productores Cacaoteros de Tibú (presencia en Tibú)
- Asociación de Productores Agropecuarios Semillas del Futuro (presencia en Convención, Provincia de Ocaña y Región de Catatumbo).
- Asociación de Productores de El Carmen (presencia en el municipio de El Carmen).

Por otra parte, Norte de Santander posee el área disponible para incrementar la siembra de este producto. Por esto, se propone incrementar el área de cultivo de cacao en el departamento, pero con clones que se adapten mejor a la región y ofrezcan mejores rendimientos (mínimo de una tonelada por hectárea) y se busca generar economías de escala en la compra de insumos para disminuir los costos de producción. Lo anterior garantizaría un ingreso justo a los cacaoteros y mejoraría la capacidad de negociación de los mismos, teniendo en cuenta que la industria nacional tiene como referente los precios internacionales que presentan gran variabilidad. Además, Norte de Santander cuenta con un potencial de contar con 22.000 hectáreas cultivadas de cacao en el año 2022 y producir 17.000 toneladas al año, (Departamento Nacional de Planeación, 2007, p.21), siendo productivos por hectárea y competitivos en el mercado nacional e internacional.

Figura 3. Área cosechada municipal de cacao en Norte de Santander, año 2013.



Fuente: AGRONET

Esta producción se realizará en áreas agroecológicas de las zonas húmedas y en las subcuencas de los ríos Catatumbo, Sardinata, Zulia y Pamplonita, en donde se utilizará material genético de alto rendimiento y tolerante a las enfermedades. El 50% de la producción se destinará a la exportación y el 10% a la producción de cacao orgánico. La situación fronteriza y la cercanía geográfica a puertos colombianos y venezolanos sobre el Caribe se convierten en una valiosa ventaja para el intercambio comercial del cacao en grano, chocolates de mesa, confitería, y demás subproductos agroindustriales.” (Departamento Nacional de Planeación, 2007, p.21).

La producción de cacao le permitirá participar en los mercados nacional e internacional con productos semielaborados y finales, al desarrollar estos procesos de valor agregado se busca incentivar el cultivo y que este se afecte menos por precios internacionales; además; hay un gran reto por aprovechar los acuerdos comerciales vigentes con Colombia y las oportunidades potenciales que tiene el departamento con el cacao y derivados del cacao.

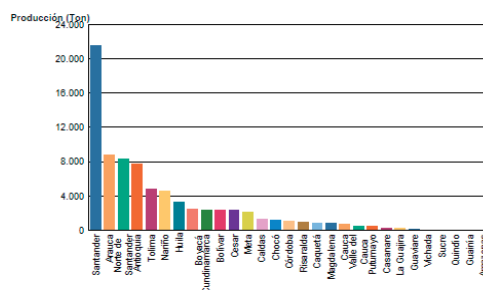
1.2. Situación actual del sector del cacao en Colombia

En Colombia existen tres tipos de cacao: criollo, forastero y el híbrido o trinitario. El cacao criollo tiene buen sabor y aroma, el forastero o amazónico es de menor calidad de aroma y sabor, pero tiene un mejor rendimiento de grasa, el híbrido o trinitario es producto del cruce entre criollos y forasteros. Hoy en día en Colombia las siembras se hacen con clones, los cuales se obtienen a partir de

la combinación entre el criollo y el trinitario, luego los clones son reproducidos mediante injertos que aseguran la igualdad de las características genéticas. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012, p. 3).

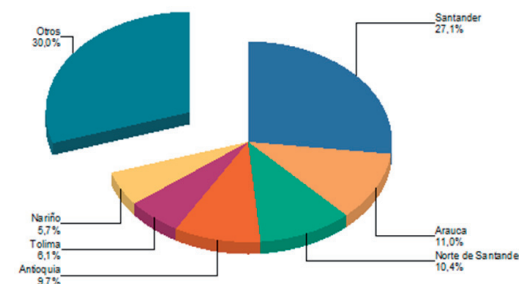
Sus principales zonas de cultivo son: Montaña Santandereana (Departamentos Santander y Norte de Santander); Valles interandinos secos (Huila, Sur de Tolima y Norte de Magdalena); Bosque húmedo tropical (zonas de Urabá, Tumaco, Catatumbo, Arauca, Meta y Magdalena Medio); y Zona cafetalera marginal baja (Gran Caldas, Sureste de Antioquia y Norte de Tolima), cubriendo 13 Departamentos. Se tienen sembradas cerca de 99 mil hectáreas distribuidas en los departamentos de Santander (37.6%), Huila (9.8%), Nariño (9.5%), Norte de Santander (9.7%), Arauca (6.8%), Tolima (5.3%), Antioquia (4.8%), y resto de departamentos (16.5%). (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012, p. 3).

Figura 4. Producción Total por Departamento en Colombia, año 2013.



Fuente: AGRONET

Figura 5. Participación de la Producción de Cacao por Departamento en Colombia, año 2013



Fuente: AGRONET

En su mayoría, las plantaciones de cacao son viejas, explotadas de forma tradicional, con baja tecnología y con rendimiento promedio cercano a los 500 kilos por hectárea por año, y densidad de plantación de 600 a 700 árboles por hectárea, productividad no suficientemente retribuida para el agricultor que requiere emprender proyectos para la rehabilitación y el mejoramiento de los cultivos. Otras plantaciones son manejadas técnicamente con producciones entre 1 mil y 2 mil kilogramos de cacao por hectárea, con una densidad entre 1.200 y 1.300 árboles por hectárea. Y se calcula que tan solo unas 10 mil hectáreas son plantaciones de menos de 7 años. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Observatorio Agrocadenas, 2005, p.9).

La tecnología más utilizada son las labores culturales, en el 22,3% de las fincas cacaoteras se llevan a cabo labores básicas en niveles medios de tecnología en recolección de cosecha, control de malezas, poda, control de plagas y enfermedades y poda de sombrero. Las labores de fumigación, riego, drenaje y siembras sólo se realizan en el 0,7% de las fincas, las cuales están en el nivel de tecnología alto. Las plantaciones están afectadas por la “monilia” la enfermedad más frecuente en Colombia, y la “escoba de bruja”. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Observatorio Agrocadenas, 2005, p.9).

Como causas de esta baja productividad se destacan la baja fertilidad del material genético, el reducido número de árboles por hectárea y la edad avanzada de los cultivos. Sobre el particular, el DANE en el Documento Metodológico del Cacao señala que “el cultivo en Colombia se encuentra en un nivel bajo de tecnología 78,27%, alrededor de un 22,87% en nivel medio y menos del 1% en un nivel de tecnología alto.” (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Observatorio Agrocadenas, 2005, p.9).

En el tamaño de las fincas predominan las parcelas con tamaño de 1 a 50 hectáreas ubicadas en los departamentos de Huila, Meta, Santander Norte, Santander, Arauca, Tolima (con 92%). Las parcelas con extensión de 1 a 5 hectáreas alcanzan el 13,8% del total de la superficie nacional sembrada. El promedio nacional es de 3.3 hectáreas, generalmente en asociación con otros cultivos como frutales y maderables. No existen plantaciones mayores a 1.000 hectáreas y sólo un 1,7% de las fincas dedicadas al cacao tienen más de 100 hectáreas. Santander es el departamento que concentra la mayor cantidad de fincas dedicadas al cacao con 46,2% de participación total. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Observatorio Agrocadenas, 2005, p.9). Además, según FEDECACAO el cultivo

de cacao se convierte en un cultivo de economía de subsistencia, del cual el agricultor percibe aproximadamente el 75% de su ingreso, así mismo, el cultivo demanda gran cantidad de mano de obra. En el eslabón primario del cacao se generan alrededor de 70.000 empleos, de los cuales dependen cerca de 30.000 familias. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012, p. 2).

Los cultivadores colombianos sacan cada año 48.000 toneladas que no alcanzan para cubrir el consumo interno y además el colombiano es un gran consumidor de chocolate; por eso las empresas chocolateras tienen que comprar en el exterior el 15% o 20% de lo que necesitan. Ahora, otro factor preocupante para el cacao es su condición de commodity lo que conlleva a que su producción y comercialización esté condicionada al precio internacional; por lo tanto, cuando este precio disminuye estimula mayores importaciones de cacao y desestimula el cultivo y cuando los precios internacionales aumentan gran parte del cacao cultivado en el país es exportado lo que conlleva a agravar el déficit de demanda interna ocasionando el aumento de niveles de importación y a su vez aumentando los costos de producción de las empresas que requieren al cacao como materia prima principal.

Por otra parte, según con la información provista por la Federación Nacional de Cacaocultores (FEDECACAO), dicha institución se creó con el fin de contar con un organismo que representara y defendiera los intereses de los cacaocultores a nivel nacional. Cuenta con un Fondo Nacional del Cacao, el cual es una cuenta especial creada por ley para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de Fomento Cacaotero, y cuyo propósito es la financiación de programas y proyectos de beneficio para la actividad cacaocultora nacional. FEDECACAO busca crear una organización de cooperativas locales de cacaocultores, para alcanzar un compromiso en la participación consciente y autónoma de la comunidad cacaocultora que debe promover la organización de cooperativas de productores para que a través de ellas administren los puestos de compra y así cumplir con una buena calidad de cacao en grano, representada en precio y beneficio al agricultor.

En cuanto a la producción de cacao a nivel nacional y de acuerdo con información de FEDECACAO, mientras en 1991 la producción de cacao en grano alcanzó un total de 51.599 toneladas, para el año 2007 se produjeron apenas 33.481 toneladas, registrando así una tendencia decreciente de -2,77% anual promedio en el período, esto se presenta por los bajos niveles de productividad.” A esto se le suma que en el ámbito de comercio exterior, “el país es deficitario a partir de 1999, cuando las

importaciones de cacao en grano superaron a las exportaciones. A partir de entonces, la brecha comercial ha aumentado hasta alcanzar un máximo de 11.391 toneladas en el año 2007, cuando las exportaciones fueron de 1.404 toneladas y las importaciones de 12.795 toneladas.” (Agencia de los Estados Unidos - USAID, 2007).

En cuanto a millones de dólares exportados, el comportamiento de la cadena del cacao ha estado marcado por un incremento significativo durante la década pasada, pasando de exportar 19’808.392 dólares en el año 2002, a exportar 71’836.712 dólares durante el año 2010; mientras que en importaciones, su comportamientos ha estado marcado por un incremento significativo durante la década pasada, pasando de importar 26’993.891 dólares en el año 2002, a importar 70’739.351 dólares durante el año 2010.” (Trademap.org, 2010).

Además, la industria a nivel nacional demanda el grano de cacao para producir licor, pasta, manteca, polvo de cacao, chocolates y confites que contengan chocolate. Dentro de las principales empresas del sector en Colombia se encuentran compañías como Grupo Nutresa (Compañía Nacional de Chocolates S.A.S), Casa Luker S.A. y Colombina S.A., quienes de acuerdo con lo publicado por FEDECACAO son quienes principalmente determinan el precio del cacao en Colombia dado que concentran alrededor del 90% de la compra nacional.

Figura 6. Producción, Consumo Interno y Balanza Comercial del Cacao en Grano 1997-2007 (Toneladas)

Año	Producción	Exportaciones	Importaciones	Consumo interno
1997	38.604	983	207	37.829
1998	39.487	788	90	38.790
1999	34.864	263	963	35.564
2000	36.731	363	2.857	39.225
2001	36.070	513	666	36.224
2002	34.002	1.700	7.122	39.424
2003	41.704	1.238	3.196	43.662
2004	36.356	8	4.483	40.831
2005	37.099	277	7.461	44.283
2006	30.357	2.017	9.499	37.839
2007	33.481	1.404	12.795	44.872

Fuente: Producción, FEDECACAO – Comercio Exterior, AGRONET

Para el año 2013, la producción de cacao en el país, según AGRONET, fue de 79.686 toneladas en un área cosechada de 151.930 hectáreas registrando un promedio de producción de 500 kilos por hectárea al año. Sin embargo, FEDECACAO registró una producción de 46.739 toneladas para el mismo año. Los dos departamentos con mayor producción a nivel nacional en el año 2013 fueron Santander con 21.571 toneladas y Arauca con 8.802 toneladas, lo anterior según lo reportado por el portal AGRONET del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Según los registros de FEDECACAO para el año 2013, Santander produjo 19.517 toneladas y Arauca 4.532 toneladas. Además, según la International Cocoa Organization (ICCO), Colombia es el décimo país en el mundo en producción de cacao con cerca del 1%.

2. Oportunidades del cacao Colombiano:

Colombia aporta el 5 % del cacao fino de sabor y aroma comercializado en el mundo según la International Cocoa Organization (ICCO), esto acompañado de una tasa de rendimiento de este producto ubicada entre las más altas entre los principales cultivadores de Latinoamérica con 0.55 toneladas por hectárea. Algunas de las ventajas que tiene la producción nacional de cacao van desde la perspectiva geográfica, como de calidad del producto. Además, la relativa cercanía con los diferentes puertos de destino, en relación con los países africanos, lo que implica menos días de trayecto para llevar el producto y, por ende, menores costos. Con un crecimiento esperado del 10% un mercado potencial de cerca de 100 países, el chocolate colombiano es uno de los productos con mayor proyección y variedad en el mundo. (Revista Lalimentos, 2014, párr. 2).

Pero para esto se debe aumentar la producción nacional, pues la producida actualmente no logra abastecer la demanda interna. Además, para ser más competitivos a nivel internacional y llegar a más mercados se requiere diversificar la producción y añadir valor agregado generando productos semielaborados o elaborados a partir de cacao que sean más sofisticados y satisfagan los gustos y requerimientos de los consumidores. De manera adicional, se espera que con mejores prácticas, buen manejo postcosecha y manejo de material vegetal certificado, el país puede lograr una productividad entre los 1.500 a 2.000 kilos por hectárea. (Programa de Transformación Productiva, 2013, p. 3-4). Además, el posible escenario de Postconflicto en Colombia le da otra oportunidad al cacao puesto que este cultivo se considera clave en la restitución y transformación de cultivos ilícitos a legales, favoreciendo la economía de los cacaocultores y de todo el sector.

Por otra parte, países tradicionales en el cultivo del cacao como Costa de Marfil y Ghana redujeron su producción porque no renovaron sus plantaciones de cacao y por el uso de tecnología obsoleta, por lo tanto, es una oportunidad para que Colombia aumente su nivel de producción y logre suplir un porcentaje considerable de la demanda internacional, aprovechando de paso los buenos precios internacionales del grano que subieron debido al aumento de la demanda en países emergentes como China e India y mercados tradicionales como Holanda, Estados Unidos, Francia, Alemania, Bélgica, España e Italia.

Por último, Proexport (2014) ha identificado oportunidades para el cacao en varios países, entre los que se encuentran: Alemania, Bélgica, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, India, Italia, Japón, Malasia, México, Reino Unido, Suiza, Turquía, Costa Rica, Corea del Sur, Panamá, Perú, Ecuador, entre otros.

Conclusiones

Norte de Santander cuenta con un gran potencial para convertirse en un gran productor de cacao a nivel nacional, logrando suplir una parte considerable de la demanda interna y a futuro la demanda internacional que requiere constantemente altos niveles de cacao.

Este aumento potencial en la producción de cacao es conveniente para impulsar la industria cacaotera en el departamento, fomentando el valor agregado, de modo que, ya no solo se provea cacao en bruto sino que también se ofrezca al mercado productos semielaborados y elaborados.

Para aprovechar esta gran oportunidad Norte de Santander debe mejorar diversos aspectos desde la productividad de las tierras, mejora de la infraestructura, contar con una red de flujos y centro de distribución logística para mejorar los tiempos y movimientos garantizando la trazabilidad del producto, así como mejorar las condiciones de los cacaocultores.

Finalmente, la competitividad es un factor clave al que le debe apuntar el sector cacaotero del departamento Norte de Santander con miras hacia la mejora continua y la sostenibilidad integral, es decir, desde el aspecto ambiental, socio-económico y operacional.

Referencias

- Agencia de los Estados Unidos - USAID. (2007). Situación actual y perspectivas del mercado de cacao en grano colombiano. Obtenido de: http://www.ard.org.co/midas/Spanish/departamentos/agricultores-y-cadenas-de-valor/pdf/Mercado_Situacion_Actual_y_Perspectivas_CACAO.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2.005). *Documento Metodológico del Cacao*. Bogotá, Colombia.
- Departamento Nacional de Planeación, DNP. (2007). Agenda interna para la productividad y la competitividad. Documento regional Norte de Santander. El cacao en Norte de Santander. Obtenido de: <http://www.incoder.gov.co/documentos/estrategia%20de%20desarrollo%20rural/pertiles%20territoriales/adr%20sur%20del%20cesar/otra%20informacion/agenda%20interna%20norte%20de%20santander.pdf>.
- FEDECACAO. (2013). El cacao sigue por la senda del crecimiento y se necesita calidad. Obtenido de: <http://www.FEDECACAO.com.co/site/index.php/1nov-novedades/2nov-noticias/5764-el-cacao-sigue-por-la-senda-del-crecimiento-y-se-necesita-calidad>.
- Federación Nacional de Cacaoteros. (2009). Revista Colombia Cacaotera: El reto es por la productividad.
- International Cocoa Organization (ICCO). (2.013). Informe anual 2.012-2.013. Londres, Inglaterra.
- International Cocoa Organization (ICCO). (s.f.). Proceso de transformación del cacao. Traducción de los autores. Recuperado de <http://www.icco.org/about-cocoa/processing-cocoa.html>
- Observatorio Agrocadenas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. (2.005). Anuario de Agroindustria y Competitividad: Estructura y Dinámica en Colombia 1992-2005. Bogotá, Colombia.
- Periódico La Opinión. (2011). Censo del cacao arrancará por Norte de Santander.

Enlace:http://www.laopinion.com.co/demo/index.php?option=com_content&task=view&id=376343&Itemid=32#.U3lfePI5MXu

PROEXPORT Colombia. (2014). Revista de las oportunidades: Norte de Santander aprovecha los TLC.

PROEXPORT Colombia. (2014). Cacao y sus derivados con oportunidad de crecimiento en Estados Unidos. Obtenido de: <http://www.proexport.com.co/actualidad-internacional/agroindustria/cacao-y-sus-derivados-con-oportunidad-de-crecimiento-en-estados-unidos>.

Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). Sector Chocolatería Confitería y sus Materias Primas. Bogotá, Colombia.

Revista Ialimentos. (2014). El cacao colombiano es uno de los productos con mayor Proyección en el mundo. Obtenido de: <http://www.revistaialimentos.com.co/ediciones/ediciones-2011/edicion-22/sector-destacado-retos-y-oportunidades/el-cacao-colombiano-es-uno-de-los-productos-con-mayor-proyeccion-en-el-mundo.htm>

Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación de Norte de Santander. (2013). Cultivo de cacao en Norte de Santander en el año 2013. Cúcuta, Colombia.

Superintendencia de Industria y Comercio (2012). Cadena productiva del cacao: Diagnóstico de libre competencia. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/Cacao.pdf>

Información para inversionistas

Investor information

Recibido: 30 de Septiembre de 2014 - Evaluado: 06 de Octubre de 2014 - Aceptado: 20 de Octubre de 2014

Lina Paola Mora Hernández*

Para citar este artículo / To cite this Article

Mora Hernandez, L. P. (2016). Información para inversionistas. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 1(1), (33-49).

Resumen

La aplicación de estándares internacionales es una propuesta del modelo anglosajón; la implementación en los diferentes países es un avance en materia contable. Muchos tratadistas del tema afirman que la implementación de estándares internacionales beneficia al país ya que brinda una información más completa a los estados financieros y las empresas se van a internacionalizar, sin embargo no se observa lo que se pierden al implementar estas normas. Se muestran dos enfoques de la contabilidad, el enfoque forense y el enfoque financiero exponiendo que el uno se basa en hechos y el otro en pronósticos. Se expone un apartado denominado “Estándares Internacionales”, una cara de estos que no es tan conocida ya que se observa que la contabilidad maneja aquí información para los inversionistas pero que no muestra la realidad económica ya que los inversionistas no compran “historia”. Se propone un proyecto clave para mostrar diferente tipo de informaciones basado en un sistema.

* Estudiante de Contaduría Pública, Universidad Libre, Bogotá. Integrante del Grupo de investigación Constructores Contables, en calidad de Estudiante Semillero de Investigación. linap.morah@unilibrebog.edu.co

Palabras claves: NIIF, Inversionistas, Contabilidad forense

Abstract

The international standards application is a proposal by the Anglo-Saxon model; implementation in different countries is a breakthrough in accounting. Many writers on the subject claim that the implementation of international standards benefits the country as it provides a more complete information to the financial statements and companies will internationalize, however what is missed it is not observed implementing these standards. Two approaches to accounting, forensic approach and the financial approach stating that each is based on facts and the other in forecasts displayed. A section called “international standards” set forth, one side of these that is not as well known as it is observed here that handles accounting information for investors but does not show the economic reality as investors do not buy “story”. A key to display different kinds of information based on a system proposed project.

Key words: IFRS, Investors, Forensic Accounting

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. –PROBLEMA DE INVESTIGACION. - METODOLOGÍA. - I. Historia. - II. Contabilidad Forense. – III. Información financiera. – IV. Estándares Internacionales. – V. Contametría, un nuevo enfoque. - CONCLUSIONES. - RECOMENDACIONES

Introducción

La armonización de estándares internacionales es algo en lo que insiste la Organización Mundial del Comercio (Organización Mundial del Comercio, 1998) y Colombia pertenece a la OMC desde el 30 de abril de 1995 (Organización Mundial del Comercio), es entonces cuando en el año de 1999 la Ley 550 (Congreso de la República, 1999) la cual expone la armonización de las normas contables y en el año 2006 se deroga esta con la Ley 1116 (Congreso de la República, 2006) la cual expone que el gobierno puede proponer al congreso la serie de reformas necesarias para aplicar estándares internacionales.

Es momento de hacer un alto en el camino y observar si este tipo de información beneficia a las empresas.

Según Franco, “La información puede ser utilizada para diferentes objetivos; en el medio colombiano para cumplir con requisitos legales, tomar decisiones, hacer planeación empresarial o económica cuando se logran consolidar buenas bases informativas por sectores.” (Franco, 2011, págs. 95-118) Con esta afirmación podemos partir del hecho de demostrar la verdadera intención de Estándares Internacionales, ya que estos reflejan una información muy diferente a la realidad de la empresa.

El trabajo pretende quitar la máscara que se está vendiendo a los Contadores Públicos y a los interesados en contabilidad; haciendo ver que la implementación de normas internacionales permitirá el avance a nivel contable en Colombia y que permitirá la globalización, cuando la realidad es otra.

Problema de investigación

¿En que afectará la objetividad de la información contable en la aplicación de estándares internacionales?

Metodología

El método de investigación aplicado fue el Descriptivo, por el cual se proporciona un análisis descriptivo de la implementación de estándares internacionales y el Método del Caso, mediante el cual permite narrar sucesos que aportan opiniones.

Esta investigación partió con el interés a elaborar una crítica constructiva demostrando el pensamiento erróneo de la implementación de estándares internacionales mediante el análisis de algunos casos que demuestran que la implementación de estándares internacionales solo es beneficio para unos pocos y que esta contabilidad está basada en pronósticos financieros. El objetivo general es entonces interpretar la implementación de estándares internacionales en Colombia con los siguientes objetivos específicos; mostrar la verdadera información que se presentara en los informes financieros manejando estándares internacionales; demostrar que la implementación de estándares internacionales afectara la contabilidad basada en hechos; exponer las razones en que afectara a Colombia la implementación de estándares internacionales.

Resultados de investigación

1. Historia

Para adentrarnos en el tema, partimos de la historia de las NIIF basadas en el documento Contabilidad Contemporánea (Mora, Niño, & Parra, 2014, págs. 8-10); esta empieza en Estados Unidos, cuando aparece el APB - Accounting Principles Board, un consejo con la finalidad de guiar la forma de presentar la información financiera pero esto no fue tan oportuno ya que las personas que pertenecían a este comité pertenecían a diferentes empresas y las normas emitidas tenían intereses particulares, luego aparece el Financial Accounting Standard Board FASB, en este caso los integrantes ya no pertenecían a entidades con fines lucrativos, se emitieron un sinnúmero de normas pero las empresas fueron creciendo y estas normas ya no eran tan eficientes luego en 1973 nace el IASC - International Accounting Standard Committee como un acuerdo de instituciones profesionales de 18 países entre los cuales se encuentran Australia, Canadá, Francia, Alemania, Japón, México, Países Bajos, Reino Unido, Irlanda y USA, en esta parte lo que se hacía era aprobar las normas existentes, pero a finales de los años 80 el IASC comienza con una nueva fase que consistía en mejorar el aspecto de la comparabilidad con dos objetivos claros en revisión tales como tener un marco teórico para la elaboración y presentación de información financiera y elaborar un proyecto de comparabilidad en el cual la información al compararla fuese de la misma manera a nivel mundial; después de esta revisión en 1993 el IASC expide un “Tratamiento de referencia” y “Tratamiento alternativo permitido” (Restrepo & Muñoz, 2011, pág. 43) que entraría en vigencia el 1 de Enero de 1995, con esto se pretendía que el tratamiento de referencia fuese la “columna vertebral” de los informes y el tratamiento alternativo fuese opcional. En 2001 se realizan cambios relevantes estructurales que llevan al IASC a convertirse en un organismo independiente con sede en Londres regido por una fundación.

2. Contabilidad Forense

“Contaduría es una profesión que con base en conocimientos contables, jurídicos, económicos, matemáticos, administrativos, tecnológicos, éticos y humanísticos, cumple la función social de construir confianza...” (Franco,

2011, págs. 45-74). Como lo expone Franco, realmente la contabilidad tiene esa función, cosa que se evidencia en cualquier tipo de trabajo ya el contador es la primera persona a la que acude el trabajador, ya que un contador debe ser una persona integral con conocimientos en diferentes áreas para poder orientar al administrador, al gerente o al dueño de la entidad, relacionando aspectos éticos, económicos, administrativos y demás en la toma de decisiones pero para esto el contador debe basarse en unos hechos, pruebas, lo podemos ver evidenciado en la siguiente afirmación “la escuela latina que considera a la contabilidad como sistema integrado por unos procesos estructurados que incluyen planeación del sistema, captura de datos, clasificación de datos, registro, verificación de afirmaciones e información, y en cada uno de esos procesos organiza y construye pruebas documentales que garantizan la legalidad y veracidad de las transacciones en el camino de construcción de los informes.” (Franco, 2005, págs. 34-36); Esto es construcción de pruebas, por ejemplo si queremos saber el costo de un edificio este se calculara mediante Costo histórico en el cual se evidenciaran una serie de costos; este valor radica en el objeto. Ejemplo que observaremos más adelante en la contabilidad financiera. La contabilidad forense tiene un enfoque público, un enfoque con la intención de proporcionar información basada en hechos como pruebas en los procesos jurídicos, aparte de esto es verificable.

3. Información financiera.

La contabilidad financiera está fundamentada en flujos de dinero los cuales no son objeto de representación. Este tipo de contabilidad se basa en valores de mercado útil para el mercado de valores pero para la administración es inútil ya que en esta contabilidad se observan factores del mercado invisibles pero que están presentes. “Es un sistema de información que expresa en términos cuantitativos y monetarios las transacciones que realiza una entidad económica, así como ciertos acontecimientos económicos que la afectan, con el fin de proporcionar información útil y segura a usuarios externos a la organización.”(EcuRed) Nótese que se mencionan acontecimientos económicos, estos acontecimientos económicos pueden ser la bolsa, las variaciones en el valor del activo por causas externas a él.

Como se mencionó anteriormente vamos a continuar con el ejemplo del edificio, para saber el costo de un edificio, este ya tendrá un valor diferente porque abarca valores del mercado, es decir lo que en el mercado costaría el edificio y se realizarían cálculos de valor razonable. Ahora bien, el valor razonable lo define

la NIC 16 como el precio que sería percibido por vender un activo o pagado por transferir un pasivo en una transacción no forzada entre participantes del mercado en la fecha de medición (IFRS FOUNDATION, 2013); en la NIIF 13 se encuentra una definición más exacta, esta expone que “El valor razonable es una medición basada en el mercado, no una medición específica de la entidad” (IFRS FOUNDATION, 2013). Nótese de nuevo que el factor mercado está presente en la definición, es decir este tipo de contabilidad está dada por factores externos al activo, generalmente dados por el mercado.

4. Estándares Internacionales

Observando la síntesis del apartado histórico mencionado anteriormente se escapan varios detalles, sin embargo, ahora es importante observar otro enfoque de estas normas y es la razón de su creación, esto se remonta a la teoría del régimen internacional la cual expone que “Las relaciones internacionales se refieren al estudio de las acciones entre estados, organizaciones internacionales, empresas multinacionales y organizaciones no gubernamentales, en materia jurídica, económica y diplomática.” (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29), esta afirmación comprueba la necesidad de haber uniformidad en las relaciones internacionales cosa que se observa claramente en los estándares internacionales ya que lo que buscan es que el tipo de información sea comparable, es decir que el marco de presentación de esta información sea igual en todos los países; aquí se observa que los creadores de estándares internacionales quieren que las relaciones contables sean diferentes y para esto “el servicio debe diferenciarse de otros y, en tal sentido, emerge la marca que lo identifica y hace “único”, la cual, tiene que ser posicionada globalmente. La marca se determina “estándares internacionales” e inicia un proceso de posicionamiento mediante una estrategia de apoyo constituida por instituciones internacionales y nacionales o regionales que las requieren como factores de transparencia, un término de significado difuso pero instalado en un lenguaje común compartido” (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29)” un lenguaje de tipo global, que busca que las relaciones internacionales sean “mejores”, sin embargo estas “relaciones internacionales” están basadas en intereses particulares evidenciados en ciertas normas; también se observa en esta teoría que “La teoría del régimen, busca dominio en el acceso a materias primas y fuentes de capital, en la producción de bienes de elevado valor y la base de la legitimidad empresarial” (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29) esto es claro en los estándares internacionales ya que la emisión de

estas normas son “una estrategia para el dominio de los mercados de servicios” (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29)

Es en este momento cuando empezamos a observar que se afectan valores tales como la confianza que según Franco la confianza “es un estado de seguridad en el individuo que le permite integrarse con otros porque existe la esperanza, en el camino hacia la certeza, en su lealtad e integridad” (Franco, 2013, págs. 9-11), también es importante destacar que la función social de la contabilidad es “construir confianza” (Franco, 2014), es entonces momento de preguntarse, ¿este tipo de contabilidad expone información contable real de la situación financiera de la empresa?, la respuesta está muy lejos de ser positiva ya que no podemos decir que se puede confiar en una información basada en pronósticos y en valores de mercado que sin lugar a dudas podemos pasar de un día estar en la cúspide y al siguiente día estar en banca rota por aplicar valores de mercado y tener los estados financieros en este modo para suministrar información a inversionistas. No debemos ir muy lejos para observar este fenómeno, aquí en América podemos observar el caso de Enron que paso de una cotización de noventa dólares en la bolsa a una cotización de cuarenta centavos, como puede cambiar una acción tan drásticamente que tardó 24 días en irse a la quiebra (Jusore, 2011) y perderse tanto dinero, sin duda se debe a una inflación en los estados financieros en los cuales la firma inflo acciones a valores impresionantes, luego es triste observar las declaraciones de los auditores de este caso como lo cita Franco, en la cual los auditores dicen lo siguiente “hasta donde sé, no se ha encontrado nada ilegal” en las cuentas de Enron. “Lo que fallo fue el modelo de negocios”. La contabilidad reflejo los resultados de los negocios y la forma en que esos resultados fueron contabilizados era clara para los gestores y el consejo (de la compañía)” (Franco, 2013, págs. 17-21). Es aquí cuando se manipula la contabilidad para ciertos intereses. “La estructura de los estándares permite a los oferentes de valores la creación de ilusiones de rentabilidad y crecimiento, en especial, por el reconocimiento de métodos subjetivos de valoración” (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29) y esto es afirmativo, por ejemplo al aplicarse el valor razonable es una variable que depende del mercado y al aplicarse estos valores se depende totalmente de un medio que es cambiante porque se aplicaría la frase de “Lo que hoy es, mañana ya no es”, estos valores son un arma de doble filo porque benefician a múltiples empresas pero cuando pasa algo como lo de Enron, el daño es inmenso.

La teoría del Régimen Internacional en el ejercicio profesional, en los mercados de la industria contable, realizando con alto nivel de eficiencia el objetivo de dominio de los mercados (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29) ya que no se busca el interés del público sino del cliente, esto se debe al marketing y esta a su vez dado en el mercado; en la NIIF 13 se expone que de nuevo se está basado en ilusiones, es momento de decir que el mercado es un sitio económico en donde concurren conjuntamente productores y consumidores con el fin de llevar a cabo una transacción comercial (Zuñiga, 2014) este mercado está dado por factores como la oferta y la demanda que cambian dependiendo las condiciones geográficas, la publicidad, la situación política, ya que esto influye en un mercado activo en el que las transacciones de los activos o pasivos tienen lugar con frecuencia y volumen suficiente para proporcionar información para fijar precios sobre una base de negocio en marcha (IFRS FOUNDATION, 2013) y sería lo que se aplicaría a la contabilidad, esta dependería de múltiples factores ya se dejaría de nuevo de pensar en hechos económicos.

Un valor trascendental en la contabilidad es la verdad, Según lo expone Franco, no hay una verdad, hay verdades en la contabilidad (Franco, Notas de Clase, 2014) y este principio es tan cierto ya se puede observar en el siguiente escrito “la verdad como coherencia se reconoce por el hecho de que los informes contables sean consecuencia de la aplicación de las normas; ese es el sentido de la razonabilidad, la verdad real pierde interés, cede su espacio a una verdad formal” (Franco, 2013, págs. 21-27) cosa evidenciada en los estándares internacionales que ceden la verdad a una verdad de valores en que si hoy llega a caer la bolsa, la empresa se va a la quiebra porque está bajo valores de mercado, este es un riesgo que se corre al tener una contabilidad basada en estándares internacionales.

Lo que parece estar en riesgo, entonces, es si la profesión de la contabilidad puede afirmar que los informes de contabilidad pueden decir la verdad, o alguna aproximación suficientemente cercana a ella, acerca de la realidad económica (Macintosh, 2008, págs. 22-36), es un riesgo tan alto que se corre al aplicar solo estándares internacionales, ya que se perderá la información basada en hechos económicos

Aparte de esto este tipo de normas tienen actualizaciones constantes en las que hay ciertos intereses de por medio “sus decisiones están influidas por intereses dominantes en los consejos que las emiten” (Franco, 2013, págs.

21-27)ya que el beneficio siempre va a estar para las grandes multinacionales que manejan intereses claros, por esta razón una propuesta que se expone es quienes establecen estándares adopten una filosofía constructivista social que incorpore algún tipo de medidas epistémicas de realidades construidas socialmente, en lugar de continuar basando sus prescripciones en una filosofía epistemológica científica y positivista (Macintosh, 2008, págs. 22-36), es claro ya que en la investigación positiva se busca la solución a los problemas prácticos, muy eficiente en el mercado, cosa que se aplica en los estándares internacionales.

Se pretende que se busque unos estándares basados en hechos es decir se siga utilizando la contabilidad a costo histórico, ya que esta se orientan al control y la rendición de cuentas. Los estándares se orientan al mercado y la especulación financiera, cada información es válida en su entorno, y en los usos que se le dan.

Como hemos observado los estándares son cambiantes y distorsionan la realidad de la información, la cual pierde su naturaleza de bien público y se caracteriza como mercancía, su calidad se determina por reglas del mercado. Los estándares constituyen el insumo para elaborar la información que sus usuarios quieren que se revele y no para determinar lo que es, la correspondencia con una realidad objetiva; la información que demandan estos usuarios es subjetiva, su verdad es la del sujeto que informa y no de la realidad que debe ser informada (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29) la cual parte dependiendo del punto de vista en el que se observe, es en este momento donde aparecen diferentes tipos de “verdades”, ya que la verdad depende del sujeto que está redactando la información porque existen múltiples variables para que maneje la contabilidad a su modo.

Los estándares internacionales cumplen funciones diferentes a lo que se espera que se cumpla en la contabilidad; una buena contabilidad está basada en hechos la cual le proporciona a la empresa soportes de transacciones reales, cosa opuesta a los estándares internacionales ya que estos informes sirven para decisiones de otorgamiento de crédito y en los mercados de valores constituye la base de análisis para decisiones de inversión, especialmente, en los mercados públicos instrumentalizados por las bolsas de valores. (Universidad de Manizales, 2012, págs. 8-29). Esta información es útil para los inversionistas ya que a ellos les interesa para dónde va la empresa, no les interesa la historia, esta información que ellos buscan está basada en el futuro pero el futuro es incierto.

Al decir de (Franco, 2014) en el siguiente cuadro conceptual se observan las diferencias en los dos tipos de contabilidades dadas por los dos tipos de culturas, la latina que muestra que se utiliza un método científico mediante el cual se muestra el dominio lógico sobre planos sensoriales y la cultura anglosajona, la cual expone la implantación a nivel mundial de los Estándares Internacionales de Contabilidad.

RETOS Y TENSIONES		
ELEMENTOS	CULTURA LATINA	CULTURA ANGLOSAJONA
SUJETO ACTIVO	Estado	Mercado
BASE	Contabilidad de hechos	Información de pronósticos
CUALIDADES	Verificabilidad	Razonabilidad
NATURALEZA	Bien público mundial	Mercancía
ALCANCE	Atestación (Certeza)	Aseguramiento (opinión)
FUNCIÓN SOCIAL	Fe pública	Confianza inversionista
RESULTADO	Fiscalización	Auditoría
VALORES	Independencia, objetividad	Calidad, subjetividad
INTERÉS PÚBLICO	Beneficio general	Asignación eficiente de capital
AGENTE DE CONFIANZA	Contador Público	Contador Profesional

En este cuadro se observa una diferencia total entre las dos culturas y totalmente en la anglosajona, que se basa solamente en pronósticos y expectativas.

También se expone la siguiente tabla de (Franco, Notas de clase, 2014) la cual expone las diferencias entre las informaciones necesarias para una empresa y la información que requiere el mercado.

Nótese que en este mapa conceptual hay más elementos observados en los estándares internacionales, ya que se evidencia la totalidad de los intereses del mercado mostrando en primera instancia que cumple con el objetivo de asignar precios y finalizando con el aporte de una confianza inversionista, totalmente opuesto al valor de la contabilidad que es dar fe pública de todos los hechos ocurridos.

5. Contametría, un nuevo enfoque.

La emisión de estándares internacionales y su armonización cada día se evidencian en los países que quieren estar a la vanguardia e internacionalizarse,

pero es claro que no se puede dejar atrás la contabilidad forense, porque esta aporta soportes para la buena toma de decisiones dentro de la empresa, para la administración y fiscalización tributaria, la supervisión estatal y la rendición de cuentas.



Un proyecto al que hasta este momento se le observa viable es la Contametría, que es “la teoría y la metodología de las mediciones, la valoración, la representación y la evaluación de los fenómenos contables, especialmente de los relacionados con la riqueza representada en el patrimonio de los agentes que interactúan” (Avellaneda & Avellaneda, 2012) con una serie de características viables evidenciadas en el siguiente cuadro expuesto en (Avellaneda & Avellaneda, 2012) el cual se evidencian las características junto con su explicación y se observa la viabilidad de este proyecto.

Explicación de los elementos y características de la Contametría

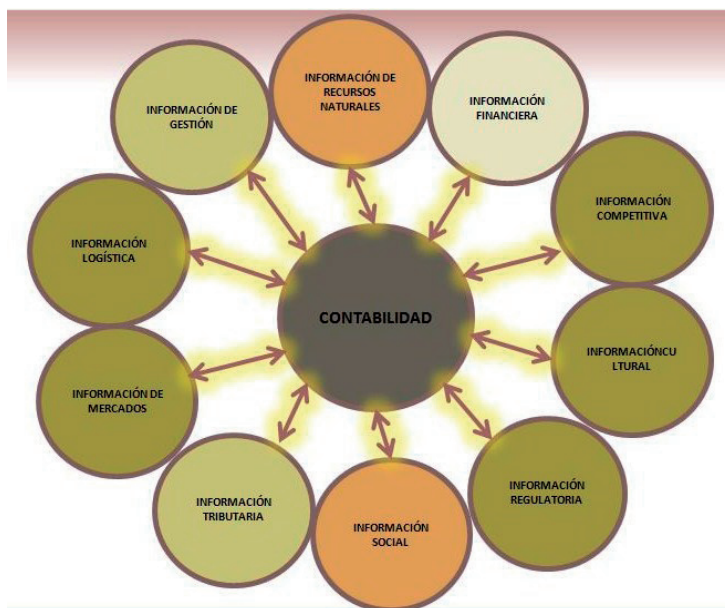
N°	ELEMENTOS DE LA CONTAMETRÍA	CARACTERÍSTICAS	EXPLICACIÓN
1	Objeto de medición	Todo patrimonio personal o colectivo y cada uno de sus elementos componentes, tangibles o intangibles.	Tangibles: Recursos Bióticos y no bióticos, naturales o derivados. Intangibles: Derechos, Títulos; Licencias, valores, etc.
2	Unidad de medida	a) En términos de <i>valor Económico</i> , La Unidad de medida es una moneda funcional o medidas equivalentes. b) En términos de <i>magnitudes</i> , la unidad de medida es todas aquellas aplicables a la naturaleza del bien tangible o intangible*.	Ejemplo: el Peso, el Dólar, el Euro; la onza de oro, el salario mínimo como unidad de medida, el barril de petróleo; y, en general, todas las medidas de longitud, peso, volumen, etc. Que permitan determinar unidades patrimoniales.
3	Sujeto activo (Con derechos)	a) El sujeto activo será el propietario individual o colectivo que posea los derechos de propiedad sobre el elemento tangible o intangible, a ser medido. b) El sujeto individual o colectivo que tenga derechos sobre los elementos tangibles o intangibles aunque no sea propietario directo**.	Sr. O Sra. X; o la Compañía yyyy; la comunidad CCCC; los herederos en una sucesión ilíquida; las comunidades que tienen derecho a disponer del agua de un río o manantial; Naciones con derecho al aire limpio, a la educación, al desarrollo sostenible, a la libertad; etc.
4	Sujeto pasivo (Con responsabilidades)	a) Los individuos o colectividad con derechos sobre propiedades tangibles o intangibles, b) Individuos o colectividad con deberes hacia los propietarios de los elementos tangibles o intangibles y hacia su propia comunidad, colectividad o nación**.	Sra. o Sr. X; Compañía Y; Comunidad C; Herederos de J; comunidad M; todos responsables por la preservación, acrecentamiento, equidad distribución y justo cumplimiento de sus deberes contractuales.
5	Temporalidad	Toda medida contamétrica corresponde al objeto de medición o valoración en el marco de una dimensión tiempo.	La determinación del valor de un bien en términos económicos, debe tener en cuenta el tipo de cambio de la moneda funcional, o la variación de precio de la unidad oro, o del patrón que se haya utilizado para la medición patrimonial; así como la duración del propio objeto de medición.

[Fuente: Contametría. Autor Campo Alcides Avellaneda Bautista]

*La holística y la complejidad, permiten a las ciencias valerse de la transdisciplinariedad para utilizar diferentes herramientas en la medición.

**Debido a que las mediciones contables son referentes a la riqueza representada en el patrimonio de las personas naturales o morales, el *derecho* y la *propiedad* son elementos inherentes al concepto de patrimonio, por eso los deberes y derechos forman parte de los elementos en la medición y valoración.

Lo que se pretende es que la Contametría se aplique creando un sistema central basado en hechos y que de este se desprendan las características de los diferentes tipos de información que proporciona la aplicación de la contabilidad, evidenciado en el siguiente cuadro de (Franco, 2014, págs. 11-12)



Conclusiones

Después de observar los dos enfoques de la contabilidad se puede llegar a la conclusión que la información que brindan los estados financieros bajo estándares internacionales es de total utilidad para los inversionistas ya que a ellos les interesa lo que la empresa puede ser en el futuro con pronósticos y expectativas detalladas; la falta de aplicación de la contabilidad forense mostrara resultados erróneos con posibles inflaciones al estar al mando de un mercado activo con múltiples variables, que pueden llevar a la quiebra a las empresas de no saberlos utilizar de una manera adecuada; sin embargo los estándares internacionales presentan una información más detallada en los estados financieros al realizarse las respectivas notas.

Estas dos caras de la contabilidad son válidas ya que cada una cumple con su respectivo papel; pero ninguna puede convivir sin la otra, ya que para el correcto funcionamiento deben estar juntas ya que se complementan y cada una muestra información desde distintos puntos de vista.

La aplicación de la Contametría es un proyecto que se inició años atrás y puede ser una solución para brindar información basada en las diferentes verdades

que se exigen, de este modo se aplicara contabilidad forense y contabilidad financiera mostrando a las empresas las diferencias en el manejo de una contabilidad basada en hechos y en pronósticos mediante un modelo que proporcionara los dos tipos de informaciones; Traerá como beneficio a la empresa el alto manejo contable, ya que se proporcionara la información requerida para las diferentes soluciones.

Recomendaciones

Es importante que los estudiantes y los contadores públicos estén a la vanguardia y acepten los estándares internacionales como una oportunidad para presentar una información más detallada y al aplicar estándares ser lo más razonables y no dejar de lado la contabilidad forense.

Después de realizar un análisis crítico de la implementación de los estándares internacionales, se recomienda que estudiantes, docentes y contadores públicos estudien las NIIF a fondo, aplicando una evaluación crítica de los beneficios y los contras que se generaran como mecanismo de acción el cual permitirá conocer más a fondo la normatividad y no quedarnos en lo superficial. Este conocimiento permitirá llevar una buena contabilidad, de manera que la información será exacta, objetiva, oportuna y comparable.

Agradecimiento

Al docente *Rafael Franco Ruiz*, por su asesoría, dedicación y empeño en la realización de este estudio.

Referencias

- Avellaneda Campo, A. S. (2012). Elementos y características de la contametría. *XVII Congreso Internacional de de Contaduría, Administración e Informática*, (págs. 10-11). México D.F.
- Avellaneda, C., & Avellaneda, S. (03-05 de Octubre de 2012). *La contametría factor de integración de las ciencias contables*. Recuperado el 12 de Abril de 2014, de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/es/docs/anteriores/xvii/docs/F05.pdf>
- Congreso de la República. (27 de Diciembre de 2006). Ley 1116. *Ley 1116 de 2006 Nivel Nacional* . Bogotá, Colombia: Diario Oficial 46494 de diciembre 27 de 2006.
- Congreso de la República. (30 de Diciembre de 1999). Ley 550. *Ley 550 de 1999 Nivel Nacional* . Bogotá, Colombia: Diario Oficial 43940 del 19 de marzo de 2000.
- EcuRed*. (s.f.). Recuperado el 4 de Mayo de 2014, de Concocimiento con todos y para todos: http://www.ecured.cu/index.php/Contabilidad_financiera
- Franco, R. (2005). Antinomias en la concepción contable o dos concepciones sobre la función social.
- XXVI Conferencia Interamericana de Contabilidad*. Salvador de Bahia- Brasil: Asociación Interamericana de Contabilidad.
- Franco, R. (2013). Consideraciones básicas sobre la confianza. *Documentos CEAC, Réquiem por la confianza* .
- Franco, R. (2013). Flexibilidad de la regulación contable. *Documentos CEAC, Réquiem por la confianza*.
- Franco, R. (2013). Laxitud de prácticas de auditoría. *Documentos CEAC, Réquiem por la confianza*.
- Franco, R. (2011). Metodología de programas de investigación. En R. Franco, *Reflexiones Contables*. Bogotá: Universidad Libre.

- Franco, R. (10 de Marzo de 2014). Notas de clase. Bogotá, Colombia.
- Franco, R. (10 de Marzo de 2014). Notas de clase. Bogotá, Colombia.
- Franco, R. (12 de Mayo de 2014). Notas de Clase. Bogotá, Colombia: N.P.
- Franco, R. (28 de Abril de 2014). Notas de Clase. Bogotá, Colombia: N.P.
- Franco, R. (2011). Objeto y método de la contabilidad y su papel en las organizaciones. En R. Franco, *Reflexiones Contables*. Bogotá: Universidad Libre.
- Franco, R. (2014). Repensando contabilidad integral. *II Simposio Internacional de Contametría*. Bogotá: Universidad Libre.
- Franco, R. (2014). Tensiones y retos en la práctica profesional. Rionegro, Antioquia: Universidad Católica.
- IFRS FOUNDATION. (2013). *Consejo Técnico de la Contaduría Pública*. Recuperado el 28 de 04 de 2014, de CTCP: http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/niif.php?anio_id=2013
- IFRS FOUNDATION. (2013). *Consejo Técnico de la Contaduría Pública*. Recuperado el 27 de 04 de 2014, de CTCP: http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/niif.php?anio_id=2013
- Jusore, E. M. (22 de Abril de 2011). *YouTube*. Recuperado el 27 de Abril de 2014, de <http://www.youtube.com/watch?v=mnyzZ7r1zdA>
- Macintosh, N. B. (2008). Accounting and the public interest. En N. B. Macintosh.
- Mora, L., Niño, L., & Parra, S. (2014). Contabilidad Contemporánea. *2do Simposio Internacional de Contametría*. Bogotá: Universidad Libre.
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 03 de Agosto de 2014, de <http://www.wto.org/>.
- Organización Mundial del Comercio. (14 de Diciembre de 1998). *Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 03 de Agosto de 2014, de <http://www>.

wto.org/spanish/news_s/pres98_s/pr118_s.htm.

Restrepo, J., & Muñoz, L. (2011). COLOMBIA: HACIA LA ADOPCIÓN Y APLICACIÓN DE. *Adversia* .

Universidad de Manizales. (2012). Teoría del Regimen internacional en contabilidad. *Lúmina* .

Universidad de Manizales. (2012). Teoría del Régimen internacional en contabilidad. *Lúmina* .

Universidad de Manizales. (2012). Teoría del Régimen internacional en contabilidad. *Lúmina* .

Universidad de Manizales. (2012). Teoría del Régimen internacional en contabilidad. *Lúmina* .

Universidad de Manizales. (2012). Teoría del Régimen Internacional en Contabilidad. *Lúmina* .

Zuñiga, E. (10 de Marzo de 2014). Notas de clase. *El mercado* . Bogotá, Colombia: N.P.

Una discusión sobre la facilitación del comercio

A discussion on trade facilitation

Recibido: 15 de Septiembre de 2014 - Evaluado: 03 de Octubre de 2014 - Aceptado: 20 de Octubre de 2014

Ángela Andrea Caviedes Conde*

Para citar este artículo / To cite this Article

Caviedes Conde, A. A. (2016). Una discusión sobre la facilitación del comercio. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 1(1), (50 - 65).

Resumen

En la novena Conferencia Ministerial de la Organización Mundial de Comercio celebrada en diciembre de 2013, sus Miembros aprobaron una Decisión sobre un Acuerdo sobre Facilitación de Comercio y fijaron una fecha (21 de julio de 2014) para concluir los procedimientos precisos para su entrada en vigor.

Han transcurrido desde esas fechas algunos meses y este propósito no se ha

* Natural de Baraya (Huila) cursó sus estudios de economía en la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Después de presentar servicios en el sector público obtuvo una beca para llevar a cabo una Maestría en Administración y Gerencia Pública en el Instituto Nacional de Administración Pública, asociado a la Universidad de Alcalá de Henares, obteniendo el título con una tesis sobre economía informal en Colombia. Inició sus estudios de doctorado culminados en 2012 con una tesis sobre Regulación del Comercio Internacional de productos agropecuarios. Ello le ha permitido conocer el funcionamiento de la OMC participando como ponente en diversas sesiones de la sociedad de Economía Mundial vinculada al sistema Universitario español. En la actualidad ha regresado a la universidad colombiana, desempeñando su actividad en la Universidad Antonio Nariño de Neiva (Huila).

cumplido. En esta ponencia se pretende presentar lo que constituyen las razones a favor, pero también algunos de los problemas que para los operadores del comercio internacional plantea la Decisión indicada. La necesidad de contar con reglas estables y predecibles que en el ámbito de las regulaciones internacionales que afectan a las políticas comerciales de los países constituye una tarea que emprendió el GATT a fines de los 1940 y que, en opinión de muchos quedaría completada con el tema que se aborda en esta ponencia. No obstante conviene conocer la forma en las que se verían afectadas las operaciones comerciales internacionales.

Palabras clave: Facilitación del comercio, OMC, Operadores comercio internacional.

Abstract

In the ninth Ministerial Conference of the World Trade Organization in december 2013, its members adopted a decision about an Agreement on Trade Facilitation and set a date (July 21st 2014) to conclude the precise procedures for its entry into force . It has passed some months and this purpose has not been gotten. This paper aims to show the reasons for it, but also some of the problems for operators of international trade raises the indicated decision. The need for stable and predictable rules in the field of international regulations affecting the trade policies of the countries is a task undertaken by the GATT in the late 1940s and, according to many would be completed theme which it is addressed in this paper. But how it should know that international trade would be affected.

Key words: Trade facilitation, WTO, international trade Operators

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - I. Pero... ¿de qué hablamos? - II. ... Y ¿cómo se ha actuado? – III. Una descripción mínima del texto de la Decisión de Bali. – IV. Una primera valoración.

Introducción

Entre los temas que en los últimos años dentro del ámbito del comercio internacional han ocupado la atención de tratadistas y de profesionales de

las transacciones y también de los participantes en las negociaciones en foros internacionales destaca el genéricamente conocido como “facilitación del comercio”. En esta ponencia pretendo presentar dentro de los límites señalados por la organización de este segundo congreso una primera visión de este tema y su relevancia para quienes se dedican de una u otra forma a dicho comercio.

Seguiré en la misma un desarrollo tradicional explicitado en cuatro apartados. Dedicaré el primero de ellos a realizar una exposición del concepto. En segundo lugar estudiaré la evolución que ha tenido lugar dentro de la OMC, aunque la complejidad del tema permitiría también realizar una incursión por los trabajos de otras muchas instituciones supranacionales. En el tercero presentaré el documento que contiene el texto aprobado en la Conferencia Ministerial de Bali de diciembre de 2013 y que por su extensión y alcance ha de ser objeto de especial atención. Por otro lado, una cuestión candente es que aún no se ha aprobado el protocolo que debería ponerlo en vigor. Finalmente, el cuarto pretende explorar las consecuencias y características del texto y su impacto.

1. Pero...¿de qué hablamos?

Son numerosos los trabajos que desde perspectivas académicas pero también de expertos profesionales a la vez que en una amplia colección de instituciones internacionales públicas y privadas se dedican a la consideración de los temas que directa e indirectamente afecta a la facilitación del comercio. Pueden destacarse las quejas de los participantes en los intercambios internacionales de mercancías y servicios sobre los excesos de requisitos exigidos en las operaciones. Como ha subrayado Grainger el volumen de papeles y de requisitos que se requieren para asegurar el cumplimiento de las normas comerciales y aduaneras que exigen el tráfico ordinario mercantil es muy vasto (2012, pág.127).

En este sentido, se ha subrayado que conseguir operaciones eficaces y sin pérdidas de tiempo se relacionan con unas gestiones de despacho aduanero y cuanto éste lleva consigo de acuerdo con procedimientos proporcionados por las tecnologías informáticas modernas. Pero en este orden en el mundo actual se registran grandes diferencias en los sistemas aplicados por los distintos países.

Para Grainger (op.cit) puede describirse la facilitación del comercio como las acciones y actividades destinadas “a hacer que las operaciones de comercio internacional resulten lo más fácil y sencillas posibles”. En este orden, el autor citado realiza una descripción de procedimientos que consideran son tan antiguos como los propios intercambios. Así, por ejemplo, en los mercados medievales podía observarse la existencia de tablones en que figuraban expuestos al público datos sobre pesos y medidas destinados, entre otras cosas, a facilitar la solución de conflictos entre agentes. Estos procedimientos han sido mantenidos y mejorados a lo largo del tiempo.

Con ello se pretende conseguir un mejor acceso del público a las normas comerciales y aduaneras(o en otros términos, a conseguir la mayor transparencia de los elementos que forma parte de una operación comercial desde las más simples a las más complejas). El autor citado indica que si se carece de normas y procedimientos de conocimientos públicos se crearían incertidumbres, se facilitaría la oportunidad de ofrecer sobornos y la amplia gama de actividades relacionadas directa o indirectamente con la corrupción y sobre todo lastima y perjudica las posibilidades de venta y de actuación en mercados exteriores (para los analistas de la economía, estos factores contribuyen a la ineficiencia de los mercados. En términos técnicos, los fallos de información están asociados a las imperfecciones de dichos mercados).

Por su parte, en uno de los textos más utilizados en los estudios modernos sobre la OMC, Hoekman y Kostecki describen la facilitación del comercio como “la simplificación y armonización de los procedimientos internacionales que afectan a las corrientes comerciales”(2005, pág. 604).Podrían incluirse en ellos las acciones, prácticas y formalidades que se presentan para la recolección, la presentación, la comunicación y los procesos de los datos requeridos para el movimiento de los bienes y servicios fueran de las fronteras nacionales (una sencilla observación de la práctica permite hacer referencia a cuestiones relativas a procedimientos de importación y exportación, a pagos, a seguros y a logística, especialmente transporte. En todo ello y en grado diverso pueden participar autoridades públicas pero también entidades privadas).

De conseguir procedimientos más eficientes, y por otro lado evitando duplicidades no solo de las documentaciones requeridas se pueden lograr efectos más favorables de los intentos de liberalización comercial que han caracterizado

al siglo XX y que se han asociado a los conceptos de globalización y al nacimiento de instituciones internacionales. Basta recordar que la intensificación de la cooperación entre Estados y también entre agentes económicos no públicos se inicia en el siglo XIX. Así, en áreas como el correo, la armonización de pesos y medidas especialmente con la definición del metro como unidad se encuentran ejemplos significativos como, por otra parte lo es la creación de Cámara de Comercio Internacional.

Pero, sin duda, entre las instituciones internacionales que han desempeñado y desempeñan un papel importante ha de destacar sea la Organización Mundial del Comercio y anteriormente al GATT a la que se referirá especialmente los siguientes apartados de esta ponencia.

La definición de las que constituyen áreas en las que se hace no solo conveniente sino necesaria la simplificación y facilitación de las transacciones a las que se ha hecho referencia es una tarea compleja, pero que permitirá se pueda avanzar en el objetivo de esta ponencia. Para ello se utilizará el magnífico trabajo elaborado por Grainger, A. que examina los acuerdos más recientes firmados entre Estados y en los que se encuentran múltiples y diversas concepciones de lo que los firmantes de tales instrumentos consideran respecto a la facilitación. Este trabajo se completa con el estudio de Neufeld, D; que se centra en los que se refieren a diversos artículos del GATT ya desde su primera redacción en 1947.

De una forma resumida se pueden señalar diferencias entre países. Cabe así encontrar normas:

- a) Relativas a sanidad y seguridad (controles en frontera sobre estas materias y de prevención del contrabando; bienes peligrosos; formalidades relativas a migraciones y licencias de exportación).
- b) Relativas a medioambiente (normas fitosanitarias, medidas relacionadas con la salud y la seguridad humana, controles de las especies en peligro de extinción; tratamiento de los residuos, etc.).
- c) Relativas a los impuestos (recaudación de tasas arancelarias, derechos aduaneros de diversos tipos, gestión de activos monetarios, etc.).
- d) Relativas a protección de los consumidores (normas técnicas, normas de calidad y similares).

- e) Relacionadas con instrumentos de política comercial (instrumentos no arancelarios).

Cabe resumir en términos muy amplios la diversidad de las posibilidades de regulación nacional e internacional de las operaciones en fronteras. Más aún si se considera aspectos relacionados con las finanzas, el transporte, las medidas policiales especialmente las relacionadas con migraciones.

Parece que la numeración de los aspectos anteriores es suficientemente expresiva de la complejidad de los aspectos que los países puedan incluir en sus regulaciones respectivas sobre los temas enumerados.

La cooperación en la política comercial internacional tienen su reflejo en el sistema GATTT-OMC que, a través de una serie de principios y de acuerdos para la operatividad de los mismos establecidos a lo largo de varias Conferencias de negociación y de un sistema para la solución de diferencias comerciales, ha buscado la transparencia de las medidas comerciales de los distintos países permitiendo a los agentes económicos su conocimiento así como la expansión del comercio y su sometimiento a normas pactadas. Muchos instrumentos del comercio han sido objeto del establecimiento de normas que han contribuido a hacer algo más fácil el mismo. Como se ha visto anteriormente y se verá en los apartados siguientes la complejidad de las tareas ha obligado a intentar precisar lo que se entiende por facilitación del comercio en este ámbito.

En la obra indicada de Neufeld (2014) se indica que tradicionalmente las normas dedicadas de los acuerdos a facilitar el comercio se destinaba a precisar aspectos relativos a normas de origen, a obstáculos técnicos al comercio (código de normas técnicas) y/o a medidas sanitarias y fitosanitarios tales conceptos han sido objeto de negociaciones finalizadas en 1994 con la firma del Tratado de Marraquech que, a la vez que creaba la OMC, establecía dentro del sistema GATT Códigos o Acuerdos relativos a los temas indicados.

Pero, al plasmarse en 2004 en la OMC un tratamiento para la facilitación del comercio éste se limitaría a varios artículos del GATT (dichos artículos son el V relativo a libertad de tránsito; el VIII, titulado “derechos y formalidades referentes a la importación y a la exportación”; y el X que se refiere a la “Publicación y aplicación de los reglamentos comerciales” para una visión completa deben

consultarse los textos de tales artículos). Como se verá en el apartado siguiente, los países han ido concretando lo que entienden por tal facilitación. Así se encuentran en los acuerdos bilaterales una treintena de conceptos que, sin duda, constituyen un buen exponente de la diversidad de situaciones y objetivos de los distintos países. Entre ellos destacan como ejemplo:

- i. La necesidad de intercambio de informaciones relativas a aduanas
- ii. La simplificación de procedimientos y formalidades
- iii. La publicación y disponibilidad de informaciones
- iv. Las apelaciones
- v. El tránsito
- vi. La armonización de procedimientos
- vii. La publicación anterior a la puesta en vigor
- viii. Las alegaciones automáticas o electrónicas
- ix. Publicación en internet
- x. La admisión temporal

Se termina este primer apartado con consideraciones relativas a dos aspectos relacionados con la facilitación del comercio:

El Primero de ellos hace referencia a que el concepto actual de cadena de valor aplicado a los intercambios internacionales pone de manifiesto la imperiosa necesidad de mejorar el tránsito comercial en las fronteras.

En segundo lugar han de citarse los estudios destinados a evaluar los costes de la no facilitación del comercio. En este orden datos de la OCDE ponen de relieve que cada 1% de reducción en los costos de transacción relacionados con el comercio proporciona unos beneficios para el mundo estimados en 43.000 millones de dólares. Igualmente una publicación del banco mundial (“Doing Business”) pone de manifiesto lo que significa en diferentes países el tiempo, el coste y el número medio de documentos exigidos para realizar las operaciones de despacho aduanero.

2. ...¿Y cómo se ha actuado?

En el apartado uno precedente se ha destacado en términos generales la

importancia que las cuestiones relacionadas con la facilitación del comercio así como su complejidad han tenido en el sistema GATT. Se señaló en el mismo igualmente que muchos aspectos relativos al mundo del tránsito en fronteras de las mercancías son, en general, objeto de la competencia de distintas instituciones pero que, a su vez, están caracterizadas por la búsqueda de una cooperación internacional.

De hecho la evolución primero del GATT y más tarde de la OMC ha puesto de manifiesto esa idea de cooperación con la participación en las actividades del sistema de otras instituciones como la UNCTAD, el Fondo Monetario Internacional, la OCDE y el Consejo de Cooperación Aduanero. Pero también que, a través de varias rondas de negociación, se han ido precisando los conceptos genéricos incluidos en los artículos del GATT de 1947, especialmente los contenidos en su parte II. Así, hoy se cuenta con un conjunto coherente de instrumentos que explicitan algunos artículos del Acuerdo General. Así se han desarrollado aspectos relativos a los derechos antidumping (especialmente el artículo VI), a las subvenciones (artículo XVI), al valor en aduana (artículo VII), a las medidas sanitarias y fitosanitarias (artículo XX) y se han incorporado al sistema regulaciones relativas a temas que iban adquiriendo importancia (especialmente significativo el Acuerdo sobre Agricultura).

A la vez se han perfeccionado los sistemas para la solución de diferencias y los destinados a conseguir una mayor transparencia y el sistema se enriquecía con la introducción del comercio de servicios y el de aspectos de la propiedad intelectual (los relacionados con el comercio). Todo esto, en mayor o menor medida, ha tenido su impacto en la facilitación de un comercio al proporcionar reglas que deben respetarse en las transacciones y ello en los aspectos competencia del sistema.

En este sentido estricto no existe un artículo del GATT que defina lo que sea la facilitación del comercio. Pero el desarrollo de diferentes aspectos como los indicados anteriormente no venía acompañado de evoluciones más o menos similares en otros como los relativos a libertad de tránsito, derechos y formalidades referentes a importación y exportación y a la publicidad y aplicación de los reglamentos comerciales cuyas definiciones genéricas se encuentran respectivamente en los artículos V, VIII y X del texto de GATT.

La Ronda Uruguay crearía la organización mundial del comercio (a de destacar de esta organización que incorporaría el GATT, al que se añaden cuatro

Acuerdos Multilaterales y que establecen que, en principio, cada dos años debe celebrarse una Conferencia Ministerial. A algunas de ellas: Singapur en 1996, Doha 2001, Hong Kong 2005 y Bali en 2013). Así como algunos elementos institucionales que, cumpliendo lo establecido en su Tratado de nacimiento organizaría muy poco después de 1994, la primera de sus Conferencias Ministeriales. En esta, junto a la comprobación del estado de las ratificaciones de los Acuerdos alcanzados, se invitaría a los países Miembros a presentar nuevas propuestas sobre temas que no habían sido objeto de algún tipo de compromiso en el periodo de negociación de dicha Ronda. De esta forma se plantearon cuestiones relativas a política de competencias, inversiones internacionales (cuyo tratamiento se encomendaría a comités respectivos), a aspectos relativos a las compras públicas y a normas laborales (su competencia se establecería en la Organización Internacional del Trabajo). A ellos por primera vez se añadirían el tema de la facilitación del comercio. En este sentido la Declaración final en su párrafo 21, b) recogía el acuerdo de “encomendar el consejo del Comercio de Mercancías la realización de trabajos exploratorios y analíticos sobre la simplificación de los procedimientos que rigen el comercio, aprovechando los trabajos de otras organizaciones internacionales pertinentes, con objeto de evaluar si procede establecer normas de la OMC en esta materia” (Como se ha destacado en párrafos anteriores en esta ponencia, salvo casos excepcionales. No reproduciré los textos íntegros de las disposiciones pertinentes. Destacar aquí la Declaración de Singapur tiene por objeto facilitar la valoración final de la Decisión aprobada en 2013 en la Conferencia de Bali).

Deben destacarse, en esta declaración y respecto a este punto algunas notas. Sin duda, es importante se hable por primera vez de una forma institucional en la OMC del concepto de “facilitación del comercio”. Ahora bien, a diferencia del tratamiento de otros temas (que forman en la jerga de la OMC “los temas de Singapur”) no se establece un procedimiento de elaboración de un hipotético acuerdo final. A destacar igualmente la cooperación con otras organizaciones internacionales “pertinentes”.

Pero, además, como destaca Neufeld (2014) con este acuerdo se reflejaba el compromiso entre aquellos miembros de la OMC que deseaban empezar a negociar un nuevo acuerdo multilateral (entre los que se encontraban, al lado de países de mayor desarrollo económico, Chile, Colombia, Costa Rica, República de Corea, Paraguay y Singapur) y otros Miembros especialmente

países en desarrollo, que preferían que el programa de trabajo de la OMC no fuese muy extenso, o con otras definiciones, no se encontraban dispuestos, en tanto no se pusieran en funcionamiento los acuerdos de la Ronda Uruguay (que, evidentemente suponían para ellos unas tareas complejas) a iniciar los trabajos de una nueva ronda tras los ocho años de duración de la Ronda Uruguay.

Los trabajos se iniciarían poco después y especialmente se dirigirían a establecer el papel y funciones de la OMC en este ámbito. Poco a poco se iría centrando estos temas para fijarse especialmente en el análisis de tres artículos del GATT (el V, VIII y X) a los que se ha hecho referencia anteriormente.

En los años siguientes y antes de la Conferencia Ministerial de Seattle que se celebraría en 1999 se intensificaron los trabajos para poder presentar en dicha Conferencia un esquema de negociación. A estas alturas y estudiando la documentación presentada por los distintos Miembros podemos resumir la situación en la existencia de dos corrientes contrapuestas: por un lado los países que, como los indicados en el párrafo anterior y que formarían el denominado grupo colorado, preconizaban el inicio de negociaciones; pero en el extremo opuesto se encontraba otros que deseaban ajustarse literalmente al mandato establecido, esto es el anteriormente señalado. De llevar a cabo estudios sobre el tema. Claro es que, como justificación de su posición, señalaban se debía tener en cuenta que la facilitación del comercio era solamente un tema más en el trabajo de programa de trabajo de la OMC y que otros instrumentos establecidos en la Ronda Uruguay merecían una especial dedicación.

Como es bien conocido la Conferencia Ministerial de Seattle constituyó un fracaso en lo que respecta a progresos en los trabajos de la OMC que llegaron a cuestionar para algunos la propia existencia de la institución y que para otros contribuyó a mejorar la preocupación para conseguir la mayor transparencia posible. Hoekman y Kosteccki. (2005, p. 139) se refieren a las formas de protesta que se manifestaron en las calles de Seattle y que para otros autores se ha considerado como el exponente mayor de los movimientos antiglobalización.

De ahí que los miembros de la OMC tuviesen especial cuidado en la preparación de la conferencia siguiente, que tendría lugar en 2001 en Doha (Qatar). En esta Conferencia los Miembros; al lado de una revisión completa de la situación de los distintos compromisos establecidos en los distintos

ámbitos de la OMC se pusieran de acuerdo en llevar a cabo una nueva Ronda de negociaciones que se conoce como con el nombre de la ciudad en que se celebró la Conferencia y que pone en énfasis especial en la situación de los países menos desarrollados hasta el punto que la Ronda indicada ha recibido el nombre de Ronda del Desarrollo se han establecido sistemas más o menos eficientes para hacer frente a problemas como el Trato especial y diferenciado para estos países, mediante fórmulas que afecta a todos los ámbitos de la OMC, desde el comercio de productos agropecuarios hasta el comercio de servicios.

En lo que se refiere al tema de esta ponencia resulta necesario hacer una referencia a la Declaración final de la Conferencia que se recoge en el documento WT/MIN (01)/DEC1. A lo largo de sus 52 párrafos se encuentran por primera vez (en su párrafo 27) algunos compromisos relativos a facilitación del comercio que pueda dividirse en dos:

- i. El de llevar a cabo después del quinto periodo de sesiones (a celebrar 2003) la adaptación relativa a modalidades de negociación.
- i. El de encargar el Consejo del Comercio de Mercancías (uno de los principales instrumentos institucionales de la OMC) que durante el periodo anterior a la celebración de la quinta Conferencia Ministerial citada “aclarar y mejorar los aspectos pertinentes de los artículos V, VIII y X del GATT” identificando “las necesidades y prioridades de los Miembros, especialmente de los países en desarrollo y los menos adelantados”.

Resulta de interés señalar que esta fórmula relativamente ambigua parece recoger las dos posiciones a las que anteriormente se ha hecho referencia. A la vez que incluía los trabajos relativos a la facilitación del comercio en el conjunto de las negociaciones sobre temas de gran transcendencia dentro de los campos de actuación de la OMC.

Se debe destacar que, ante la quinta conferencia (que se realizaría en 2003 en Cancún) y como ha señalado Neufeld (2014) “un consenso sobre el inicio de las negociaciones sobre facilitación del comercio seguía siendo difícil de conseguir” y en la práctica no se registraron precisiones sobre el texto que se había aprobado en Doha sobre esta cuestión.

En el periodo anterior a la celebración de la Sexta Conferencia Ministerial de la OMC que se celebraría en 2005 en Hong Kong se producen para el estudio de las negociaciones comerciales una serie de contribuciones de los países Miembros para la organización de las negociaciones. Entre ellas cabe destacar el denominado “paquete de julio” del año 2004 en el que el Consejo General (el órgano institucional más importante de la OMC en los periodos interconferencias) se refiere a los principales sectores objetos de negociación. El documento que lleva por siglas WT/L/579 contiene cuatro anexos relativos a agricultura, a productos no agrícolas (respecto a estos dos se habla de establecimientos de “modalidades” de negociación), a servicios y finalmente un Anexo D. Se refiere a facilitación del comercio.

Quiere ello decir que, por primera vez, se ha conseguido poner en una línea común de actuación a las dos posiciones a las que anteriormente se ha hecho referencia. En este orden se señala que “las negociaciones tendrán por finalidad aclarar y mejorar aspectos pertinentes de los artículos V, VIII y X del GATT con miras a agilizar aún más el movimiento, el despacho de aduana y la puesta en circulación de las mercancías”. Al tiempo se establecería disposiciones relativas al tratamiento de los países en desarrollo en esta materia.

A efectos operativos resultaba necesario que la Conferencia Ministerial estableciese sobre la base del documento citado o de la forma que aprobase los Miembros el compromiso de llevar adelante las negociaciones. Pues bien, esta sexta conferencia celebrada en Hong Kong en la práctica no marcó ningún avance, limitándose en el tema objeto de esta ponencia “a reafirmar las modalidades para la negociación” que figura en el anexo del documento WT/L/ 579” y a tomar nota del informe que un grupo de negociación sobre la facilitación del comercio, creado en octubre de 2004 dentro del comité de Negociaciones Comerciales había presentado.

Se debe señalar que este informe presenta ciertas medidas relativas a la publicación y disponibilidad de la información, señalando por primera vez la publicación en internet, a los plazos entre publicación y aplicación, a consultas, a procedimientos de recurso especialmente. Muchas de estas cuestiones se encontraran en el texto aprobado en diciembre de 2013 en la conferencia de Bali y cuya entrada en vigor se haría depender de la aceptación de un protocolo legal para su incorporación al sistema GATT-OMC.

Desde el término de la conferencia de Hong Kong (2005) las negociaciones han estado dirigidas a llegar a establecer un texto acordado que recogiese lo fundamental de los trabajos realizados en el grupo de negociación antes indicado. De hecho la documentación presentada es muy extensa. La serie de la OMC TN/TF/W contiene más de 160 textos entre los que cabe destacar las comunicaciones de los Miembros relacionados con las experiencias de cada uno de ellos, los trabajos técnicos de la secretaria de la OMC y las actas formales del grupo de trabajo. Todo ello finalmente ha llegado a plasmarse en un proyecto de texto de negociación refundido (signatura TN/TF/165) y a su presentación en la Conferencia de Bali de diciembre de 2013.

Este breve recorrido por la historia del texto relativo a facilitación del comercio permite observar que las tareas no han sido fáciles y permítase el juego de palabras y que han estado en relación muy estrecha con los avances de las negociaciones comerciales de la Ronda Doha que, prácticamente han sufrido en su desarrollo periodos de estancamiento. De los párrafos que anteceden cabría deducir que, la sexta Conferencia Ministerial de 2005 otras Conferencias especialmente la séptima y la octava celebrada en 2007 y 2009 no presentan avances significativos en lo que se refiere a negociaciones y que ha de esperarse a 2013 con un nuevo Director General de la OMC para que recobre su impulso.

3. Una descripción mínima del texto de la Decisión de Bali

Sin entrar en el problema relativo a la posibilidad de aprobar o establecer de forma global o parcial los resultados de la Ronda Doha o en otros términos si como sistemas algunos países todo debe aprobarse en bloque o como en sentido contrario otros Miembros señalan la conveniencia de ir aprobando y promoviendo en práctica resultados de las negociaciones sobre algunas materias en este trabajo se ha examinado de forma general la Decisión relativa a un Acuerdo sobre facilitación del comercio que forma parte de lo que se ha llamado “paquete de Bali” aprobado en la novena Conferencia Ministerial de la OMC.

El Acuerdo se estructura en dos secciones: la primera (artículo 1 al 13) contiene disposiciones destinadas a agilizar el movimiento, el levante y el despacho de aduana de las mercancías; la segunda (que no se refiere a un artículo específico) recoge disposiciones sobre el trato especial y diferenciado para los

países en desarrollo y para los menos adelantados, destinados ayudarles a aplicar la disposición del Acuerdo.

La primera sección recuerda lógicamente los trabajos previos realizados y en especial los temas a los que en esta ponencia se ha referido en el epígrafe segundo. Así se encuentran normas y compromisos relativos a la publicación y disponibilidad de la información, entre las que existe un apartado destinado a internet; a la posibilidad para los países Miembros de formular observaciones antes de la entrada en vigor de sus normas nacionales; a las resoluciones anticipada; a procedimientos de revisión y/o recurso, a disciplinas sobre los derechos y cargas establecidos para importación y exportación; al levante y despacho de aduana de las mercancías, con diversos casos (por ejemplo envíos urgentes y mercancías perecederas); a la cooperación entre organismos que intervienen en frontera (por ejemplo, controles conjuntos); a formalidades (centradas en la documentación); a la libertad de tránsito y a la cooperación aduanera.

En la segunda sección se realiza una diferenciación entre países estableciendo tres categorías a las que corresponden distintas disposiciones en materia de notificación y aplicación.

Por otra parte-y en aras a conseguir la mayor transparencia- se incluye un modelo para las notificaciones que deben proporcionar los miembros. Y dentro de la tradicional organización de las materias objeto de trabajo de la OMC se crea un Comité de facilitación del comercio, pero no se hace referencia al sistema de solución de diferencias que, en una opinión extendida ha constituido una cuestión problemática para la aceptación del acuerdo por partes de países en desarrollo.

4. Una primera valoración

El objetivo de esta ponencia, como se indica en la nota de presentación, se centraba en el conocimiento mínimo de lo que constituyen las razones para la realización de un acuerdo sobre facilitación del comercio. El texto cuyas principales líneas se han comentado, resultado de un prolongado periodo de negociación merece algunas consideraciones.

- a) De hecho no se parte de una definición de lo que se constituyan

dificultades arancelarias y de otro tipo para el rápido movimiento de mercancías en las fronteras. Como se ha mostrado, el tratamiento se ha limitado a tres artículos del GATT y surge la pregunta: ¿era necesaria tanto esfuerzo para conseguir un efecto tan limitado?

- b) Parecería necesario se hubiesen llevado a cabo mayor número de trabajos de campo para definir claramente las dificultades que los operadores económicos pueden encontrar en su transacciones. Pero buen número de ellos (las relativas a logística especialmente en su vertiente de transporte, en materias financieras, etc.) no parece pertenecer al ambiente de la OMC. Por el contrario si pareciera digno de aplauso cuanto redunde en la cooperación internacional y en la publicación de normas. Abra que esperar a la puesta en marcha.
- c) El sistema GATT- OMC está siendo objeto de críticas en algunos países por las dificultades que experimentan en su implementación. No pareciera que el Acuerdo, aunque haya intentado recuperar los problemas de los países en desarrollo lo haya logrado.
- d) Si se consigue para todo los operadores económicos que realicen operaciones con el exterior una información adelantada aunque sea limitada a las operaciones en aduana de mercancías el Acuerdo debe ser bienvenido, pero ¿Qué pasa con los intercambios de servicios y de ideas?

Referencias

- Grainger, A. (2011). Trade Facilitation: a Conceptual Review. (Article) journal of world Trade 45(1) pp.39-62.
- Grainger, A. (2012). Trade Facilitation en la obra The Ashgate Research Companion to International Trade Policy. (ed. Heydon, KyWoolcock, S). Pp 127-142.
- Hoekman, B. y kostecki, M (2005).The Political Economy of the world Trading System: the WTO and Beymd”, cap 13, 4 “Trade facilitation. pp. 604-613.
- Linden, M, Fanta F;Widdwson, D. y Doylet. (2010). Border Management Modernization, Washington, World Bank.
- Neufeld, N. (2014).Trade Facilitation Provision in Regional Trade Agreements-Traits and Trends, documentde trabajo de la OMC ERSD 2014-01.
- Neufeld, N (2014). The Long and Winding Road: Have WTO Members Finally Reached a Trade Facilitation Agreement, documento de trabajo de la OMC ERSD 2014-06.
- OMC-JETRO (2011).Pautas del comercio y cadenas de valor mundiales en el caso de Asia Oriental: del comercio de mercancías al comercio de ideas.
- OMC: Textos y documentos de la serie TN/TF. De modo especial han de conocerse el texto del Acuerdo sobre facilitación del comercio (WT/L/910) objeto de la Decisión de la Conferencia Ministerial de Bali (diciembre de 2013) y los artículos V, VIII y X del GATT.
- Staples, B.R.(2002)Trade Facilitation: Improving the Invisible Infrastructure en la obra editada por Hoekman, Mattoo y English: “Development Trade and the WTO”: A Handbook Washington, World Bank.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 1 N° 1, 2016. p.p. 66 - 85

ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Análisis estructural sectores estratégicos. Sector textil “insumos sintéticos”

Fernando Brand Cámara

Anghela Cardinale Luna

Jesús Alfonso Omaña Guerrero

Análisis estructural sectores estratégicos. Sector textil “insumos sintéticos”

Structural analysis strategic sectors. Textile sector “synthetic inputs”

Recibido: 11 de Septiembre 2015 - Evaluado: 01 de octubre 2015 - Aceptado: 20 de Octubre 2015

Fernando Brand Cámara*

Anghela Cardinale Luna†

Jesús Alfonso Omaña Guerrero‡

Para citar este artículo / To cite this Article

Brand Cámara, F., Cardinale Luna, A. , Omaña Guerrero, J. A. (2016). Análisis estructural sectores estratégicos. Sector textil “insumos sintéticos”. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 1(1), (66 - 85).

Resumen

El presente trabajo es un Análisis estructural de sectores estratégicos, en el caso del sector textil específicamente insumos sintéticos. El análisis que se expone a continuación muestra una serie de datos provenientes de un estudio del sector, para ser utilizados en el análisis, y su resultado debe entenderse como

* Administrador de Empresas de la Universidad de Pamplona. Estudiante de la Especialización de Negocios Internacionales de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, con experiencia como Profesional en Equipo de Apoyo Coordinación Técnica Contrato Interadministrativo de Consultoría Aeronáutica Civil.

† Administrador de Empresas de la Universidad de Pamplona, con Diplomado en Alta Gerencia de la Universidad de Pamplona. Estudiante de la Especialización de Negocios Internacionales de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, con experiencia como Coordinador de Importaciones en organizaciones Venezolanas.

‡ Ingeniero Industrial, Universidad del Táchira; Magister En Gerencia De Empresas, Universidad del Táchira; Magister en Evaluación, Universidad de los Andes. Director del Instituto de Estudios Humanitarios de las Naciones Unidas, Docente de la Universidad de los Andes de Venezuela, Universidad Católica del Táchira y Docente Invitado en New York University y Columbia University

una apreciación, mas no como un diagnóstico. El análisis consta de varias partes tratando de integrar los resultados de cada uno de los elementos y volverlos en un resultado que nos dé una perspectiva de la situación actual del sector objeto de estudio. El diagnostico se elaboró a través de la determinación de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, con el fin de establecer estrategias que nos permitan mantener nuestro interés dentro del sector.

Palabras clave: Sector, estrategia, análisis, debilidades, fortalezas, amenazas, oportunidades.

Abstract

This work is a structural analysis of strategic sectors, specifically in the case of synthetic textile inputs. The analysis presented below shows a series of data from a study of the sector, to be used in the analysis, and the result should be understood as an appreciation, not as a diagnosis. The analysis consists of several parts trying to integrate the results of each of the items and return them in a result that gives us a perspective on the current situation in the area under study. The diagnosis was made through the identification of strengths, weaknesses, threats and opportunities, in order to establish strategies that allow us to maintain our interest in the industry.

Key words: industry, strategy, analysis, strengths, weaknesses, threats, opportunities.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - I. Atractividad del sector. 1. Nivel de imitación. - II. Resultados análisis de matrices. – 1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE). – 2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI). – 3. Matriz Interna – Matriz Externa. – 4. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la Acción. – 5. Matriz DOFA. - III. Análisis de las fuerzas del mercado. – CONCLUSIONES.

Introducción

El análisis del sector textil en lo que tiene que ver con insumos sintéticos busca y muestra la situación actual del sector en nuestra región, con el fin de

establecer las estrategias que permitan que los productos de nuestro interés se puedan mantener en el mercado y mejorar su competitividad dentro del sector. Se realizó la prueba de hacinamiento la cual consiste en analizar los factores internos, a través del uso de las matrices correspondientes con el fin de determinar la posición estratégica y realizar la evaluación de cada uno de los puntos encontrados.

También se analizó la competitividad y las fuerzas del mercado que impactan y afectan el sector objeto de estudio.

El análisis consta de varias pruebas que pueden desarrollarse paralelamente, pero cuyo estudio debe hacerse cuidadosamente, tratando de integrar los resultados individuales de cada uno de los componentes y traducirlos resultados. Las pruebas que proponemos son las siguientes:

- Análisis de hacinamiento.
- Análisis estructural de las fuerzas del mercado.
- Levantamiento del panorama competitivo.

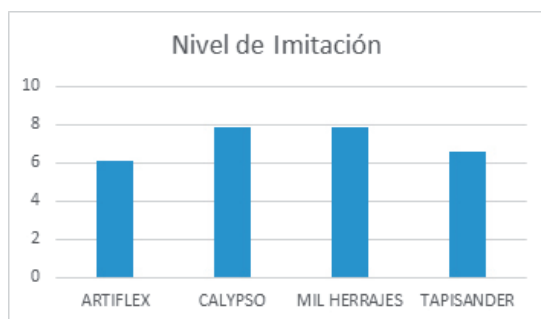
1. Atractividad del sector

1.1. Nivel de imitación

1.1.1. Evaluación Ponderada de las 4P

Las 4p's pueden ser consideradas como las variables o herramientas con las que cuenta un especialista en marketing para lograr los objetivos de la compañía. A través de su análisis podemos comparar nuestra empresa con los competidores más representativos de nuestro mercado, con el fin de establecer las estrategias que nos lleven a minimizar el nivel de imitación con respecto a ellos quienes son nuestros referentes.

VARIABLES			EMPRESAS			
Tipo	Peso %	Necesidades	Artiflex	Calypso	Mil Herrajes	Tapisander
Precio	30%	Descuentos	2	3	2	2
		Créditos	3	2	3	3
		Formas de Pago	3	2	2	3
		SUMATORIA	8	7	7	8
		CALIFICACIÓN	1,6	2,1	2,1	1,6
Producto	20%	Variedad	3	3	3	3
		Atención al Cliente	1	3	3	2
		Tecnología	2	3	3	2
		Tiempos de Entrega	3	3	3	3
		SUMATORIA	9	12	12	10
		CALIFICACIÓN	1,8	2,4	2,4	2,0
Plaza	30%	Cobertura	2	2	2	3
		Ubicación	3	3	3	3
		Horario Servicio	2	3	3	2
		SUMATORIA	7	8	8	8
		CALIFIACIÓN	2,1	2,4	2,4	2,4
Promoción	20%	Plan de Medios	2	2	2	2
		Posicionamiento	1	3	3	1
		SUMATORIA	3	5	5	3
		CALIFICACIÓN	0,6	1,0	1,0	0,6
		TOTAL	6,1	7,9	7,9	6,6



El nivel de imitación entre los competidores analizados es muy similar entre ellos, teniendo en cuenta la similitud en sus productos, su ubicación y el

mercado en que nos encontramos. Sin embargo para cada una de las variables presentamos el siguiente análisis:

Precio: En lo referente a los precios son muy similares por lo tanto debemos aplicar una política de precios en lo que tiene que ver con descuentos de acuerdo a la forma de pago y también el caso de los créditos tener una política de descuento de pronto pago de acuerdo a las fechas que se establezcan inicialmente.

Producto: Como se manejan productos similares en este mercado debemos buscar un factor diferenciador o un valor agregado que nos permita minimizar la imitación entre los competidores. También estar siempre en busca de nuevas alternativas como podría ser un producto sustituto a un mejor alcance para nuestros clientes.

Plaza: En cuanto la ubicación el nivel de imitación es muy alto pues todas están ubicados en el mismo sector, por lo tanto debemos buscar una alternativa que podría ser un servicio continuo de horario durante todo el día de manera que los clientes puedan acercarse a cualquier momento.

Promoción: Es importante buscar el posicionamiento pues es un factor importante al momento de fidelización de nuestros clientes quienes verán en nosotros la mejor y primera alternativa siempre. Debemos tener muy en cuenta el medio utilizado para la promoción de manera que este sea el más eficaz para llegar a nuestros clientes.

2. Resultados análisis de matrices

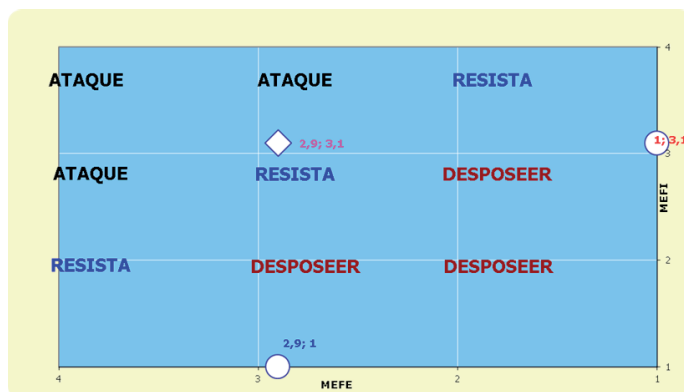
2.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

FACTOR CRÍTICO: OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
Crecimiento Demanda	20%	4	0,80
Poder Negociación Proveedores	15%	4	0,60
Poder Negociación Clientes	10%	3	0,30
Comercio Electrónico	15%	4	0,60
			-
			-
			-
			-
			-
FACTOR CRÍTICO: AMENAZAS	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
Devaluación	10%	2	0,20
Competencia Desleal	10%	1	0,10
Sector Desregulado	5%	1	0,05
Políticas Gubernamentales	10%	2	0,20
Inseguridad	5%	1	0,05
			-
			-
			-
			-
			-
TOTAL	100%		2,90

2.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

FACTOR CRÍTICO: FORTALEZAS	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
Diversificación de Productos	15%	4	0,60
Fuentes de Financiamiento	10%	3	0,30
Calidad Productos	15%	4	0,60
Tecnología	10%	4	0,40
Canales de Distribución	10%	3	0,30
Talento Humano	10%	4	0,40
			-
			-
			-
FACTOR CRÍTICO: DEBILIDADES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
Estructura de Costos	10%	2	0,20
Planeación Estratégica	10%	2	0,20
Estrategias de Marketing	10%	1	0,10
			-
			-
			-
			-
			-
			-
TOTAL	100%		3,10

2.3. Matriz Interna – Matriz Externa (MIME)



Teniendo en cuenta los resultados de la gráfica MIME vemos que el punto se encuentra entre Ataque-Resista, por lo tanto debemos establecer las estrategias adecuadas para salir de ese punto cerca al resista que es un indicador que las cosas no van muy bien y tomar la decisión correcta de donde mantenernos.

ARTIFLEX se encuentra en posición de Ataque acercándose al cuadrante de resista. Por el momento debemos ser precavidos en la toma de cualquier decisión. Por otro lado, se encuentra en una posición que permite atacar el mercado, es decir se deben desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento y desarrollo de la empresa.

2.4. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la acción

	PUNTOS	
	x FF/CN	y VC/FI
VENTAJA COMPETITIVA (VC)	-1,60	
CLIMA NEGOCIO - RIESGO PAIS (CN - RP)		-3,00
FORTALEZAS INDUSTRIA - ATRACTIVO SECTOR (FI-AS)	4,25	
FORTALEZA FINANCIERA (FF)		5,50
TOTALES	2,65	2,50
	2,65	2,50

PEEA: Posición Estratégica y Evaluación de la Acción

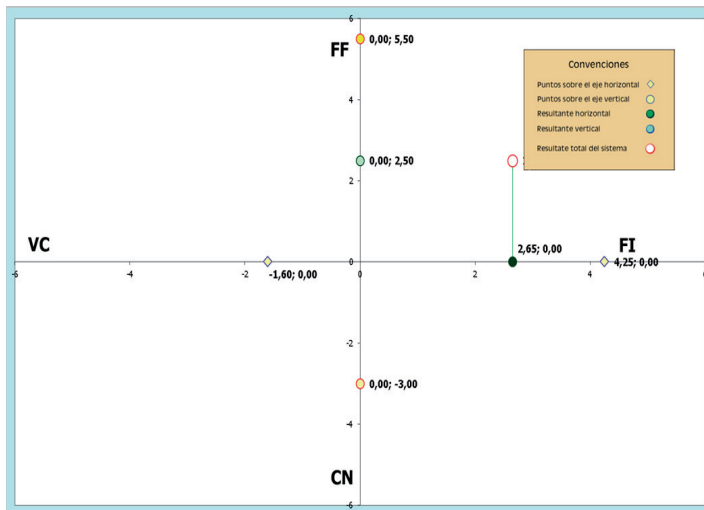
VENTAJA COMPETITIVA (Eje x negativo) VC	
1 Precio	-1
2 Canales de Distribución	-3
3 Calidad	-1
4 Variedad de Productos	-1
5 Know How	-2
6	
7	
8	
9	
10	
TOTAL	-8
PROMEDIO	-1,60

FORTALEZA DE LA INDUSTRIA (Eje x positivo) FI	
1 Crecimiento Demanda	5
2 Disponibilidad de Materias Primas	3
3 Mano de Obra Especializada	4
4 Costo de Servicios	5
5	
6	
7	
8	
9	
10	
TOTAL	17
PROMEDIO	4,3

CLIMA DE NEGOCIO (RIESGO - PAÍS) (Eje y negativo) CN	
1 Frontera	-3
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
TOTAL	-3
PROMEDIO	-3,00

FORTALEZA FINANCIERA (Eje y positivo) FF	
1 Liquidez	6
2 Fuentes de Financiación	5
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
TOTAL	11
PROMEDIO	5,5

Gráfica Posición Estratégica y Evaluación de la Acción



La gráfica de posición estratégica y evaluación de la acción PEEA al igual que la gráfica de MIME nos muestra una ubicación en la celda de ataque con una inclinación hacia la celda de resista. Por lo tanto y teniendo en cuenta este diagnóstico debemos establecer las estrategias a través de la combinación adecuada de la DOFA, que nos permitirá tomar las decisiones adecuadas para la empresa.

Ahora el proceso en la toma de decisión va a ser a un más certero ya que se tiene la plena seguridad que tanto la matriz MIME y la PEEA arrojan el mismo resultado, esto significa que la empresa está en una etapa en la cual necesita posicionarse un poco más, y cuando se encuentre en su punto ataque más el mercado.

2.5. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA

<<Inicio <Anterior CPE> Siguiente>>

MEFI

MEFE

DEBILIDADES		FORTALEZAS	
d1	Estructura de Costos	f1	Diversificación de Productos
d2	Planeación Estratégica	f2	Fuentes de Financiamiento
d3	Estrategias de Marketing	f3	Calidad Productos
d4		f4	Tecnología
d5		f5	Canales de Distribución
d6		f6	Talento Humano
d7		f7	
d8		f8	
d9		f9	
d10		f10	

POSICIÓN (DO)		POSICIÓN (FO)	
do1	D1, O1 Penetración en el mercado	fo1	O3, F3 Desarrollo de producto
do2	O2, D1 Integración hacia atrás	fo2	O4, F4 Desarrollo del mercado
do3	O4, D3 Desarrollo del mercado	fo3	O4, F5 Penetración en el mercado
do4	Mixtas	fo4	Fusión
do5	Asociación	fo5	Fusión
do6	Liquidación	fo6	Adquisición
do7	Mixtas	fo7	Integración hacia atrás

POSICIÓN (DA)		POSICIÓN (FA)	
da1	D3, A2 Diversificación concéntrica	fa1	A1, F2, A4 Asociación
da2	A3, D1 Desarrollo de producto	fa2	Asociación
da3	Fusión	fa3	Integración hacia adelante
da4	Liquidación	fa4	Fusión
da5	Fusión	fa5	Diversificación concéntrica
da6	Asociación	fa6	Integración horizontal
da7	Liquidación	fa7	Desposeimientos

OPORTUNIDADES

o1 Crecimiento Demanda

o2 Poder Negociación

o3 Poder Negociación

o4 Clientes

o5 Comercio Electrónico

o6

o7

o8

o9

o10

AMENAZAS

a1 Devaluación

a2 Competencia Desleal

a3 Sector Desregulado

a4 Políticas

a5 Gubernamentales

a6 Inseguridad

a7

a8

a9

a10

Posición DO:

D1-O1: Estructura de Costos – Crecimiento de la Demanda: Penetración del Mercado

Una de las debilidades que presentamos se encuentra en nuestra estructura de costos, por lo tanto debemos centrar nuestros esfuerzos en minimizar esta debilidad y en maximizar una oportunidad del mercado como lo es el crecimiento constante de la demanda. Con el fin de incrementar la participación en el mercado podemos establecer una estrategia que consiste en la reducción de los costos teniendo en cuenta el crecimiento de la demanda, lo que permitirá que los clientes compren más de nuestros productos al reducir los costos podemos mejorar los precios de venta, mejoramos la competitividad en el mercado y por consiguiente la participación en el mismo.

O2-D1: Poder Negociación Proveedores – Estructura de Costos: Integración Hacia Atrás

El tema de los costos es una debilidad importante pero es algo que podemos mejorar aprovechando las oportunidades que nos brinda el mercado. Nuestra capacidad de negociación con los proveedores nos ofrece la oportunidad de buscar y mejorar precios de la materia prima favoreciendo los costos de producción lo que nos permitirá mejorar nuestra estructura de costos. La estrategia de integración hacia atrás nos permitirá una integración con nuestros proveedores en busca de un eficiente suministro y en reducción de costos al lograr una buena negociación con ellos.

O4-D3: Comercio Electrónico – Estrategias de Marketing: Desarrollo del Mercado

La estrategia de desarrollo del mercado consiste en buscar el crecimiento de la empresa por la identificación y desarrollo de nuevos segmentos del mercado para productos que la compañía tiene en ese momento. Debemos minimizar la debilidad en nuestras escasas estrategias de marketing tratando de establecer algunas y aprovechar la oportunidad que brinda hoy en día el comercio electrónico como una buena herramienta para lograr llegar a otros segmentos de mercado.

Posición FO:

O3-F3: Poder Negociación Clientes – Calidad de Productos: Desarrollo de Producto

La estrategia de desarrollo de productos con el fin de mantener nuestra posición en el mercado teniendo siempre como base la calidad de nuestros productos y el poder de negociación con nuestro clientes es imprescindible para lograr introducir nuevos productos o mejorar los existentes. Para ello es importante tener en cuenta a nuestros clientes, escucharlos pues son ellos los que nos dicen que necesidades debemos satisfacer con nuestros productos.

O4-F4: Comercio Electrónico – Tecnología: Desarrollo del Mercado

La estrategia de desarrollo del mercado es muy importante por eso ya la hemos establecido con otros factores. Para este caso podemos hacer uso de la tecnología y del comercio electrónico, los cuales son tendencias por lo tanto nos permiten la búsqueda y desarrollo de nuevos mercados y lo más importante con costos bajos pues permiten optimizar los canales de distribución, la promoción y la plaza.

O4-F5: Comercio Electrónico – Canales de Distribución: Penetración en el Mercado

A través del comercio electrónico podemos lograr un canal de distribución que no permite cubrir un mercado más amplio y aumentar nuestra participación en el mismo.

Posición DA:

D3-A2: Estrategias de Marketing – Competencia Desleal: Diversificación Concéntrica

La estrategia de diversificación concéntrica consiste en la introducción de productos nuevos relacionados con los existentes y con nuestro mercado. Pueden ser un complemento es decir para cubrir totalmente una necesidad. Si minimizamos la debilidad en las estrategias de marketing tratando de implementar una mezcla de mercadeo que nos permita mejorar nuestra posición en el mercado

podemos controlar o minimizar los riesgos de una competencia desleal a través de esta estrategia buscando productos en los cuales ellos no puedan influir.

A3-D1: Sector Desregulado – Estructura de Costos: Desarrollo de Producto

El hecho de que el sector este desregulado por la ubicación en frontera y por la coyuntura económica de esta región podemos buscar la reducción de costos y mejorar la competitividad y la participación en el mercado con el desarrollo de productos a más bajo costo.

Posición FA:

A1-F2-A4: Devaluación – Fuentes de Financiación – Políticas Gubernamentales: Asociación

La estrategia de asociación con el gobierno y con aquellas fuentes de financiación nos permitirá hacer frente a la devaluación de manera que logremos mantener un respaldo financiero en estos momentos de crisis.

3. Análisis de las fuerzas del mercado

El análisis de las fuerzas del mercado se basó en el modelo estratégico de las “Cinco Fuerzas del Mercado” de Michael Eugene Porter, considerado como el padre de la estrategia empresarial contemporánea; y el cual define que existen fuerzas que determinan la rentabilidad de un segmento o un mercado. Esta herramienta permite estudiar el entorno de cualquier organización en sus niveles de rentabilidad.



Este modelo estratégico está dado por cuatro fuerzas (**1. Nuevos Competidores. 2. Poder de Negociación de los Proveedores. 3. Productos Sustitutos. 4. Poder de Negociación de los Clientes**) que combinadas crean una quinta fuerza, de ahí su nombre, que es la “rivalidad entre los competidores”.

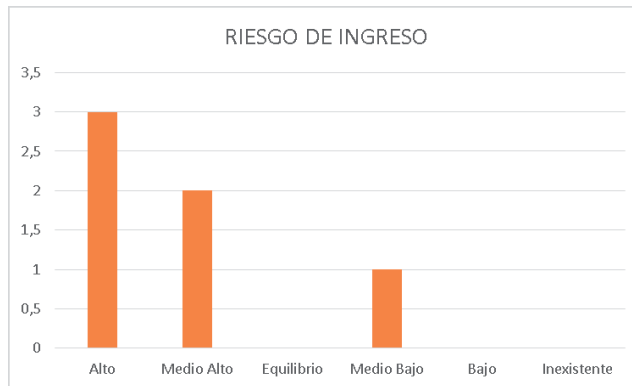


Nuevos Competidores

RIESGO DE INGRESO						
Barreras de Entrada	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Economías de Escala	x					
Diferenciación del Producto		x				
Requerimientos de Capital	x					
Acceso Canales de Distribución				x		
Políticas Gubernamentales	x					
Capacidad de Endeudamiento		x				

Evaluación

Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
3	2	0	1	0	0
50%	33,4%	0	16,6%	0	0



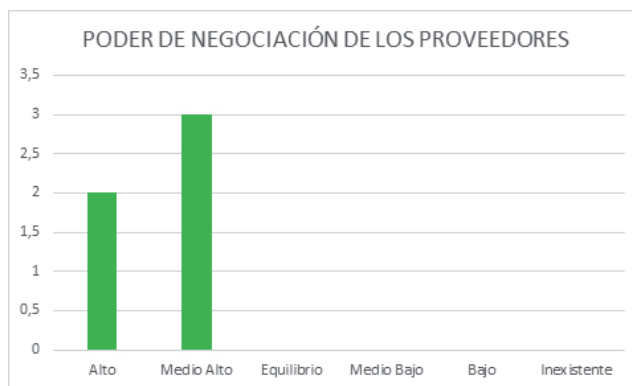
El nivel de riesgo de entrada de nuevos competidores es bastante alto, teniendo en cuenta los resultados analizados después de determinar las barreras de entrada que pueden influir en el mercado donde Artiflex se encuentra. Las economías de escala, los requerimientos de capital y las políticas gubernamentales no obstaculizan y por lo tanto hacen que el riesgo sea alto pues son barreras que los nuevos competidores pueden manejar. La mayor barrera de entrada son el acceso de los nuevos competidores a los canales de distribución, ya que éstos son limitados y se encuentran cubiertos.

Poder de Negociación Proveedores

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Número y Grado de Concentración	x					
Productos Sustitutos		x				
Importancia del Producto	x					
Diferenciación o Costos de Cambio para el Comprados		x				
Amenaza de Integración hacia Adelante		x				

Evaluación

Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
2	3	0	0	0	0
40%	60%	0	0	0	0



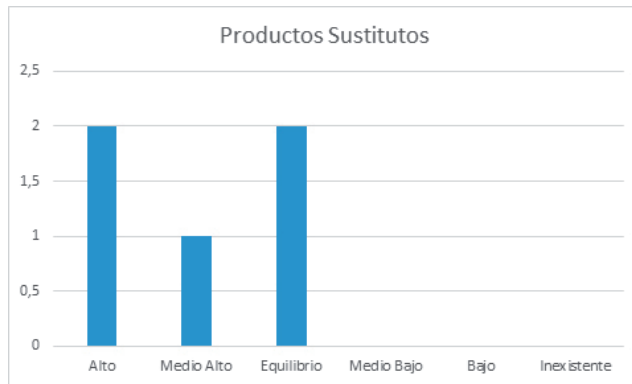
Como podemos observar en la tabla y en el grafico según los indicadores evaluados para nuestro caso de estudio, el poder de negociación de los proveedores se encuentra en un nivel medio alto. Esto significa que el sector no se hace muy atractivo para el ingreso de nuevas empresas, pues no es un sector fácil y resulta complicado posicionarse y mantenerse. El poder de los proveedores es alto debido a que son pocos por lo tanto su capacidad de negociación es fuerte dentro del mercado como uno de sus actores principales.

Productos sustitutos

BIENES SUSTITUTOS						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Propensión del Comprador a Sustituir	x					
Precios Relativos de los Productos Sustitutos			x			
Costo o Facilidad de Cambio del Comprador			x			
Disponibilidad Actual y Futura	x					
Nivel Percibido de Diferenciación del Producto		x				

Evaluación

Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
2	1	2	0	0	0
40%	20%	40%	0	0	0



El mercado no es atractivo si existen bienes sustitutos potenciales y más aún si éstos son tecnológicamente superiores y a menor costo, lo que puede representar una reducción en la rentabilidad haciendo al mercado poco atractivo para nuevos competidores que puedan ver una oportunidad potencial en él.

Poder de Negociación de los Clientes

BIENES SUSTITUTOS						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Concentración de Compradores	x					
Grado Dependencia Canales Distribución		x				
Posibilidad de Negociación		x				
Volumen Comprador	x					
Costo o Facilidad del Cliente de Cambiar de Empresa	x					
Disponibilidad de Información	x					
Existencia de Sustitutos		x				
Capacidad de Integrarse				x		

Evaluación

Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
4	3	0	1	0	0
50%	37,5%	0	12,5%	0	0



Cuando los compradores son pocos existe la posibilidad de que estén organizados e informados, lo que aumenta las exigencias en precios, calidad y servicio. Al igual que en la anterior fuerza cuando el poder de negociación de los clientes es alto, hace menos atractivo el sector para quienes buscan el ingreso al mercado.

Rivalidad entre competidores

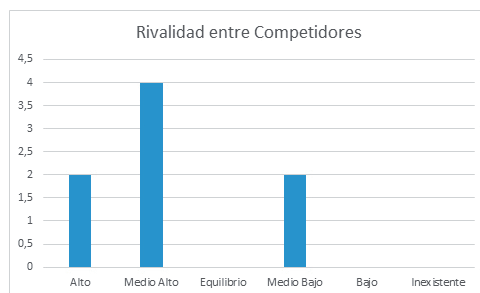
Este es la última fuerza la cual es generada por las cuatro anteriores. En esta hacemos referencia a todas las empresas que compiten en el sector, las cuales ofrecen los mismos productos. Por lo tanto más que una fuerza es el resultado de las cuatro fuerzas anteriores.

El grado de rivalidad aumenta cuando: Aumenta la cantidad de competidores, se igualen en tamaño y capacidad, disminuya la demanda de productos, se reduzcan los precios.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Nuevos Competidores		x				
Diversidad de Competidores			x			
Crecimiento del Sector		x				
Rentabilidad del Sector		x				
Costos de Almacenaje	x					
Incremento de Capacidad	x					
Capacidad de Diferenciación del Producto		x				
Importancia de la Empresa			x			

Evaluación

Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
2	4	0	2	0	0
25%	50%	0	25%	0	0



El grado de rivalidad entre los competidores del sector se encuentra en un nivel medio alto, con dos indicadores por encima, es decir en alto y dos por debajo que están en equilibrio.

Es importante buscar estrategias que nos permitan diferenciarnos y reducir costos, de esta manera podemos ser más competitivos y aumentar nuestra participación en el mercado.

Conclusiones

El análisis estructural del sector es una herramienta que nos permite determinar la situación de una empresa en un determinado mercado, en términos de competitividad, con el fin de establecer las estrategias que permitan el desarrollo de la compañía en el sector.

El uso de matrices para evaluar los factores internos y externos permite determinar de manera significativa cuales son las estrategias que debemos seguir para tratar minimizar debilidades y amenazas y maximizar las oportunidades y fortalezas.

El sector donde se encuentra ARTIFLEX DE COLOMBIA, no pasa por un buen momento, debido a la coyuntura económica del sector y de la región, sin embargo tenemos una buena posición y reconocimiento en el mercado lo que nos da una ventaja frente a la posibilidad de ingreso de nuevos competidores al sector.

Referencias

- BUENOS NEGOCIOS. (3 de Abril de 2013). Obtenido de <http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing>
- NACIONES UNIDAS. (2005). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)*. New York: Naciones Unidas.
- Omaña, A. (s.f.). Beneficios y factores del comercio internacional.
- Restrepo, F., & Rivera, H. (2012). *Análisis Estructural de Sectores Estratégicos*. Bogotá: Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad. Universidad del Rosario.

Restrepo, L. (2004). *Gestión Estratégica y Competitividad*. Bogotá – Colombia:
Editorial Universidad Externado de Colombia.

Modelación matricial

Matrix modeling

Recibido: 16 de Septiembre de 2015 - Evaluado: 06 de octubre de 2015 - Aceptado: 20 de Octubre de 2015

Julieth Paola Acevedo Meneses*
Jesús Alfonso Omaña Guerrero†
Marisol Delly Ramírez Gualteros‡

Para citar este artículo / To cite this Article

Acevedo Meneses, J. P., Omaña Guerrero, J. A., Ramírez Gualteros, M. D. (2016). Modelación Matricial. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 1(1), (86 - 103).

Resumen

En el presente trabajo se realizará un análisis estructural que nos permite compactar métodos de cálculo de manera precisa y general lo que facilita la comprensión en forma del análisis cualitativo de manera numérica y gráfica, excelente herramienta para la toma de decisiones.

-
- * Profesional de Comercio Exterior de la Universidad de Santander UDES. Estudiante de la Especialización de Negocios Internacionales de la Universidad Libre Seccional Cúcuta.
- † Ingeniero Industrial, Universidad del Táchira; Magister En Gerencia De Empresas, Universidad del Táchira; Magister en Evaluación, Universidad de los Andes. Director del Instituto de Estudios Humanitarios de las Naciones Unidas, Docente de la Universidad de los Andes de Venezuela, Universidad Católica del Táchira y Docente Invitado en New York University y Columbia University
- ‡ Administradora de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander. Estudiante de la Especialización de Negocios Internacionales de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, con experiencia como Asesor Comercial en entidades del sector financiero, Actualmente Delegada de Zona Norte de Santander de la Organización SAYCO Y ACINPRO

A continuación se desarrollan análisis que permiten reconocer los factores internos y externos que están inmersos en el contexto de nuestro producto, los cuales inciden directa e indirectamente sobre la viabilidad del posicionamiento de la empresa a crear VELEZ.

Palabras claves: Estrategia, debilidades, fortalezas, amenazas, oportunidades

Abstract

In this document a structural analysis that allows us to compress accurate calculation methods and generally facilitating understanding in the form of qualitative analysis of numerical and graphic form, excellent tool for decision making will take place.

Then analyses for recognizing internal and external factors that are involved in the context of our product, which directly and indirectly affect the viability of positioning the company to create VELEZ develop.

Key words: Strategy, strengths, weaknesses, threats, opportunities

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - I. Importancia del sector. 1. Nivel de imitación. - II. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI). - III. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE). - IV. Evaluación Factores Internos vs Factores Externos MIME - V. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la Acción. - VI. Matriz DOFA. - VII. Análisis de las fuerzas del mercado. - CONCLUSIONES

Introducción

Con el presente análisis, se presenta la situación actual del sector del bocadillo, orientado a establecer las estrategias para mantener y mejorar su competitividad. Incluye un análisis de los factores internos, usando las correspondientes matrices para determinar la posición estratégica y evaluar cada uno de los puntos encontrados, además la competitividad y las fuerzas del mercado que impactan. El análisis incluye pruebas desarrolladas simultáneamente, cuyo

estudio debe hacerse integrando de forma adecuada los resultados individuales de cada uno de los componentes para una adecuada interpretación de los resultados.

1. Importancia del sector

El bocadillo veleño se le conoce al que está envuelto en hojas de plátano, se llama así porque se produce fundamentalmente en la provincia de Vélez (Santander). Pero hay distintas presentaciones en bocadillos y conservas.

En Santander está la mayor concentración de fábricas de bocadillo y conservas. De acuerdo con el Centro de Investigación en Manejo y Postcosecha (Cimpa) existen 300 fábricas, que generan 3.000 empleos directos y 4.000 indirectos. En solo bocadillo se producen 35.000 toneladas anuales en todo el país(EL TIEMPO, 2006).

Aunque la cadena del bocadillo, desde el cultivo hasta varios productos finales, muestra problemas en sus distintos componentes, el valor de su producción es de 50.000 millones de pesos, según el Cimpa.

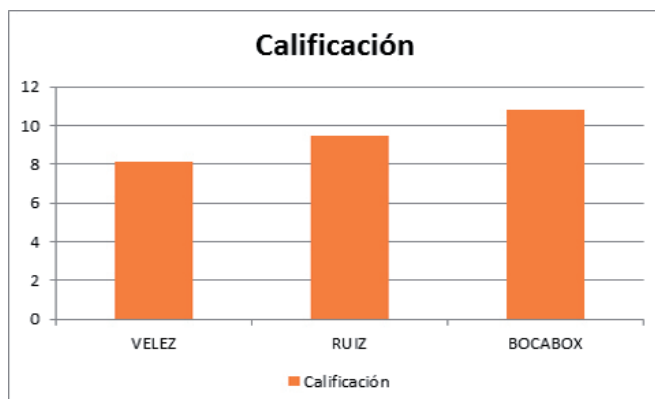
Ese valor se distribuye así: la cosecha nacional, para consumo en fresco y procesamiento, que en promedio son 105.000 toneladas al año, vale 5.500 millones. La agroindustria de los bocadillos y los jugos agrega más de 44.000 millones de pesos.

Los principales departamentos productores son, en su orden: Santander, Cundinamarca, Boyacá, Atlántico, Valle y Huila.

La guayaba es la materia prima utilizada en la elaboración del bocadillo radica en su riqueza de vitaminas A y C, fósforo, calcio y proteínas. Además tiene un componente llamado pectina que reduce los niveles de colesterol en el organismo.

Nivel de imitación

VARIABLE			EMPRESAS		
TIPO	PESO	NECESIDADES	VELEZ	EL RUIZ	BOCA-BOX
Precio	30%	Alternativas	3	3	3
		Precio Bajo	3	3	3
		Tipos de Negociación	1	2	2
		Negociación de Proveedores	2	2	2
		SUMATORIA	9	10	10
		CALIFICACIÓN	2,7	3	3
Producto	20%	Tecnología	1	3	2
		Agilidad	1	2	2
		Atención Personalizada	1	2	2
		Cumplimiento de Políticas	1	2	3
		Informes de Gestión	3	2	2
		Tipos de Pago	2	2	2
		SUMATORIA	9	13	13
		CALIFICACIÓN	1,8	2,6	2,6
Plaza	30%	Cobertura Nacional	1	2	3
		Cobertura Internacional	3	3	3
		Implants	2	2	2
		Contac Center	1	2	3
		Servicio 24 Horas	3	2	3
		SUMATORIA	10	11	14
		CALIFICACIÓN	3	3,3	4,2
Promoción	20%	Comunicación Permanente	1	1	1
		Conocimiento	1	1	2
		Nuevas Tecnologías	1	1	2
		SUMATORIA	3	3	5
		CALIFICACIÓN	0,6	0,6	1
TOTAL			8,1	9,5	10,8



Las actividades de marketing son esenciales para llevar productos y servicios de la empresa a sus consumidores (BUENOS NEGOCIOS, 2013). Las “4P” reflejan una fórmula simple para abordar sus elementos centrales. Las variables son:

Precio: Cuánto cuesta nuestro producto,

Producto: Que se está ofreciendo,

Plaza: Lugar donde se ofrece el producto y

Promoción: Promover el producto

Para identificar el nivel de imitación entre las empresas del sector de Bocadillos, se realiza un análisis de las variables anteriormente identificadas, comparándolas con cada uno de nuestros competidores, se puede acudir a una escala de calificación para evaluar cada una de ellas de la siguiente manera:

1. No presente imitación
2. Imitación Parcial
3. Imitación Total

Adicionalmente, se establece un porcentaje de cada variable como: Precio 30%, Producto 20%, Plaza 30% y Promoción 20%, donde se puede concluir que actualmente existe un alto grado de imitación, la calificación entre Velez, Ruiz y Bocabox es estrecha que aun así Velez mantiene un nivel de imitación diferenciador.

Evaluación de los factores internos –MEFI

tración 1 - Evaluación MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

	FACTOR CRITICO: FORTALEZAS	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
f1	Disponibilidad de materia prima	25%	4	1.00
f2	Sencillo proceso productivo	20%	4	0.80
f3	Mano de obra con experiencia	20%	3	0.60
f4				-
f5				-
f6				-
f7				-
f8				-
f9				-
f10				-
	FACTOR CRITICO: DEBILIDADES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
d1	Infraestructura	10%	1	0.10
d2	Informalidad	10%	1	0.10
d3	Inversion	15%	2	0.30
d4				-
d5				-
d6				-
d7				-
d8				-
d9				-
d10				-
	TOTAL	100%		2.90

IlusFuente:(Omaña)

En la ilustración 1, se registran los factores internos que caracterizan al sector bajo los criterios de fortalezas y debilidades.

La disponibilidad de la materia prima es la fortaleza que predomina con mayor participación, así mismo se destaca la inversión como la mayor debilidad que se presenta en la elaboración del bocadillo.

Evaluación de los factores externos - MEFE

Ilustración 2 - Evaluación MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

	FACTOR CRÍTICO: OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
o1	Mercados Internacionales potenciales	10%	3	0.30
o2	Reconocimiento del producto	30%	4	1.20
o3	Producto de consumo masivo.	30%	4	1.20
o4				-
o5				-
o6				-
o7				-
o8				-
o9				-
o10				-
	FACTOR CRÍTICO: AMENAZAS	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
a1	Hacinamiento	10%	2	0.20
a2	Accesibilidad a nuevos mercados	10%	1	0.10
a3	Normatividad externa	10%	1	0.10
a4				-
a5				-
a6				-
a7				-
a8				-
a9				-
a10				-
	TOTAL	100%		3.10

Fuente:(Omaña)

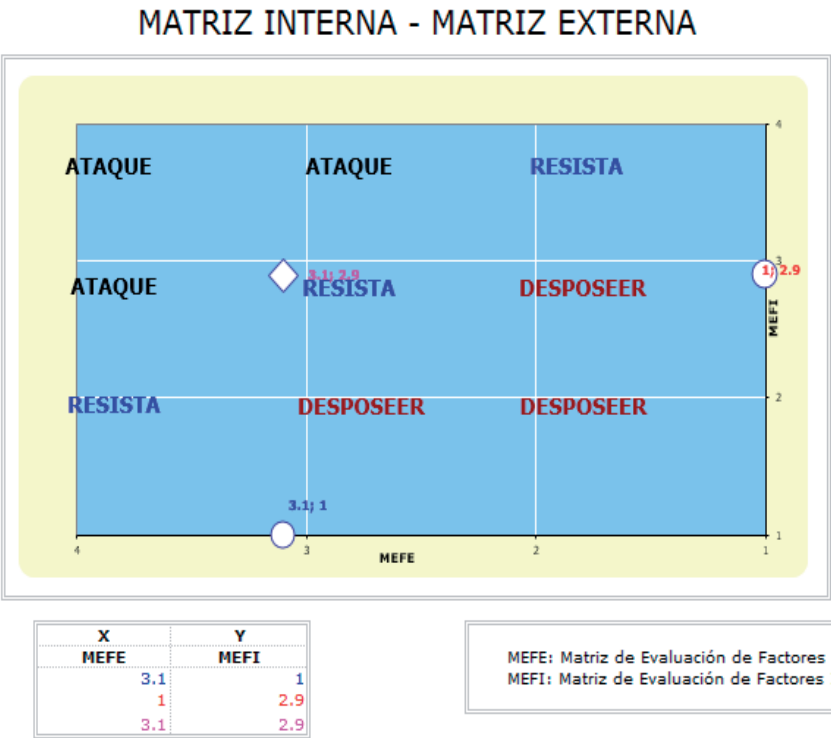
En la ilustración 2, se registran los factores externos que caracterizan al sector bajo los criterios de oportunidades y amenazas.

Dentro de las oportunidades con mayor participación se destacan: El reconocimiento a nivel nacional e internacional del bocadillo como un dulce típico que brinda gran aporte nutricional y como producto de consumo masivo porque es apto para todos los segmentos de la población.

En lo correspondiente a las amenazas, se encuentra el hacinamiento, la accesibilidad a nuevos mercados y la normatividad externa. Estos factores tienen un porcentaje equitativo.

Evaluación factores internos vs factores externos-MIME

Ilustración 3 - Evaluación MIME



Fuente: (Omaña)

La ilustración 3, ubica al sector en una posición de ataque con tendencia a resistencia, resultado que evidencia que tanto las fortalezas como las oportunidades tienen mayor representación que las debilidades y amenazas del sector.

Matríz PEEA

Ilustración 4– PEEA INFORMACIÓN PARA LA GRÁFICA DE PEEA

	PUNTOS	
	^x FF/CN	^y VC/FI
VENTAJA COMPETITIVA (VC)	-3.25	
CLIMA NEGOCIO - RIESGO PAIS (CN - RP)		-2.00
FORTALEZAS INDUSTRIA - ATRACTIVO SECTOR (FI-AS)	5.00	
FORTALEZA FINANCIERA (FF)		3.50
TOTALES	1.75	1.50
	1.75	1.50

PEEA: Posición Estratégica y Evaluación de la Acción

VENTAJA COMPETITIVA (Eje x negativo) VC	
1 Calidad del producto	-2
2 distribución	-2
3 Diversificación de producto	-3
4 Sistema de gestión de la calidad	-6
5	
6	
7	
8	
9	
#	
TOTAL	-13
PROMEDIO	-3.25

FORTALEZA DE LA INDUSTRIA (Eje x positivo) F	
1 Disponibilidad de materia prima	6
2 Sencillo proceso productivo	6
3 Mano de obra con experiencia	5
4 canales de distribución	3
5	
6	
7	
8	
9	
#	
TOTAL	20
PROMEDIO	5.0

CLIMA DE NEGOCIO (RIESGO - PAÍS) (Eje y negativo) C	
1 estabilidad en la producción	-2
2 autonomía en precios	-2
3 competencia	-1
4 condiciones arancelarias	-3
5	
6	
7	
8	
9	
#	
TOTAL	-8
PROMEDIO	-2.00

FORTALEZA FINANCIERA (Eje y positivo) FF	
1 acceso a créditos	1
2 organización empresarial	2
3 flujo de efectivo	6
4 precios atractivos	5
5	
6	
7	
8	
9	
#	
TOTAL	14
PROMEDIO	3.5

Fuente:(Omaña)

En la ilustración 4, se registran los aspectos comprendidos dentro del entorno de los negocios como: Ventaja competitiva, Fortaleza de la Industria, Clima de negocios y Fortaleza financiera y su aporte.

Como ventaja competitiva los mejores aspectos son la calidad del producto y distribución; y con mayor falencia, se destaca: el sistema de gestión de calidad.

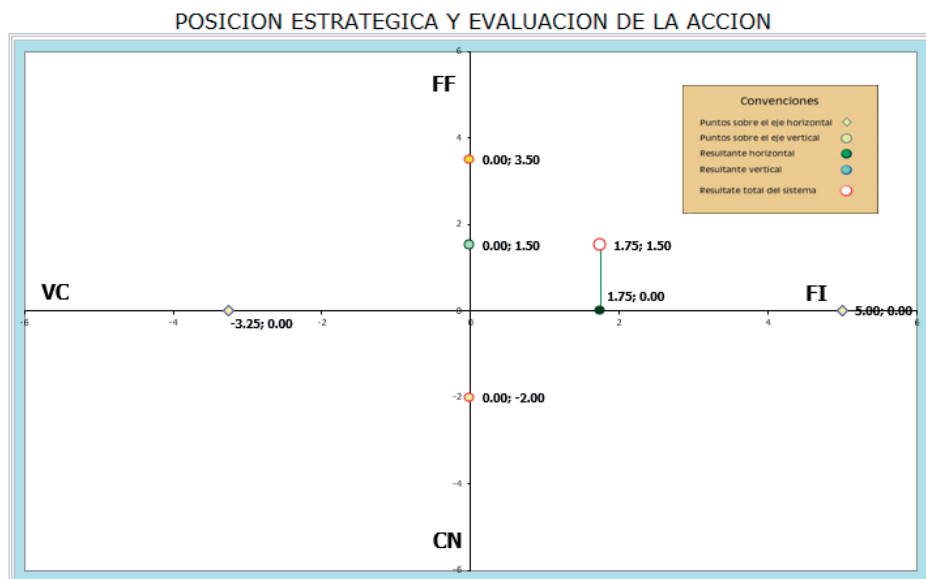
La fortaleza de la industria destaca la disponibilidad de la materia prima y el sencillo proceso productivo, por el contrario los canales de distribución deben fortalecerse.

En el Clima de Negocios destaca como factor favorable, la poca competencia que se encuentra en el mercado en relación a otros productos o productos sustitutos y como factor desfavorable, las condiciones arancelarias las cuales no están totalmente desgravadas para acceso a otros mercados sin restricciones.

Como fortaleza financiera hay un alto flujo de efectivo porque el bocadillo es vendido al por menor por ende es pagado al contado, factor que contrarresta a la inversión debido a que el acceso a los créditos bancarios es riguroso y requiere de gran estabilidad.

Gráfica de la PEEA

Ilustración 5- Grafica PEEA



Fuente: (Omaña)

La evaluación de ilustración 3 vs la ilustración 5, infiere que el sector se encuentra estable en su tendencia aunque cada ilustración tome aspectos muy diferentes.

Matriz DOFA

Ilustración 6 - Evaluación Matriz DOFA

AMENAZAS		POSICION (DA)		POSICION (FA)	
a1	Hacinamiento	da1	A1, D2 Asociación	fa1	A1,F2 Otra 2
a2	Accesibilidad a nuevos mercados	da2	A2, D1,D3 Otra 1	fa2	A2,F1 Desarrollo de producto
a3	Normatividad externa	da3	A3,D3 Asociación	fa3	A3, F3 otra 3
a4		da4	A3,D1,D3 Desarrollo del mercado	fa4	A2,F1,F2,F3 Mixtas
a5		da5		fa5	
a6					
a7					
a8					
a9					
a10					

MEFI MEFE		DEBILIDADES		FORTALEZAS	
		d1	Infraestructura	f1	Disponibilidad de materia prima
		d2	Informalidad	f2	Sencillo proceso productivo
		d3	Inversion	f3	Mano de obra con experiencia
		d4		f4	
		d5		f5	
		d6		f6	
		d7		f7	
		d8		f8	
		d9		f9	
		d10		f10	

OPORTUNIDADES		POSICION (DO)		POSICION (FO)	
o1	Mercados Internacionales	do1	O1,D3 Penetración en el mercado	fo1	O3,F1 Integración hacia atrás
o2	Reconocimiento del producto	do2	O2, D2 Diversificación concéntrica	fo2	O2,F3 Desarrollo de producto
o3	Producto de consumo masivo	do3	O3,D3 Asociación	fo3	O1, F2,F3,F1 Desarrollo de producto
o4		do4	O3,D1 Adquisición	fo4	O2,F2,F3 Fusión
o5		do5		fo5	
o6					
o7					
o8					
o9					
o10					

Fuente:(Omaña)

De acuerdo a la anterior ilustración, se relacionan los factores internos y externos a través de estrategias identificadas, con la finalidad de disminuir la exposición y mitigar las debilidades así como incrementar las fortalezas y aprovechar las oportunidades

Estrategias

Oportunidades- Debilidades. Se establecen estrategias para mitigar las debilidades presentes y así aprovechar las oportunidades

- Se establece como estrategia de penetración en el mercado el descuento en el precio de venta del bocadillo a nuevos clientes mayoristas, consiguiendo de esta manera acceder a mercados internacionales con una ventaja competitiva que genera como resultado mayores utilidades, permitiendo así incrementar la inversión en la fabricación del producto.
- La aplicación de la nueva creación de productos similares al bocadillo generar la diversificación concéntrica del mercado genera que el reconocimiento del producto incremente resultado que promueve el aumento en la demanda para lo cual el sector se diferenciara de aquellos que son informales.
- Para incrementar el consumo masivo del bocadillo se establece la asociación con algunos negocios familiares de la vereda de Santander, unión que genera una participación de capital mayor que permite la inversión necesaria en sus procesos y posicionamiento.
- En bocadillo como producto de consumo masivo en su producción requiere de la adquisición de una infraestructura apta y amplia.

Oportunidades-Fortalezas. Se establecen estrategias para incrementar las fortalezas y así aprovechar las oportunidades

- La implementación de la integración hacia atrás, conlleva a tener la disponibilidad de la materia prima en todo momento y así potencializar la producción del bocadillo para satisfacer la demanda que requiere por ser un producto de consumo masivo.
- La mano de obra con experiencia es una fortaleza que presenta el sector y hace parte esencial en el estudio del desarrollo el producto óptimo y efectivo porque se actúa bajo criterios de conocimiento, variables que permiten seguir posesionando el reconocimiento del producto a nivel nacional como internacional.

- El contar con disponibilidad en la materia prima, un proceso de producción sencillo y mano de obra con experiencia permiten un desarrollo del producto (bocadillo) en tiempos de respuesta más rápidos, generando un producto competitivo para acceder a los mercados internacionales.
- Para fortalecer la mano de obra y el proceso de producción se establece la fusión de las compañías externas que representan al sector para obtener mayores beneficios como dar a conocer al sector, esta estrategia fortalece beneficia la industria para vender el bocadillo en los mercados internacionales.

Amenazas- Oportunidades. Se establecen estrategias para mitigar las amenazas con las oportunidades del mercado.

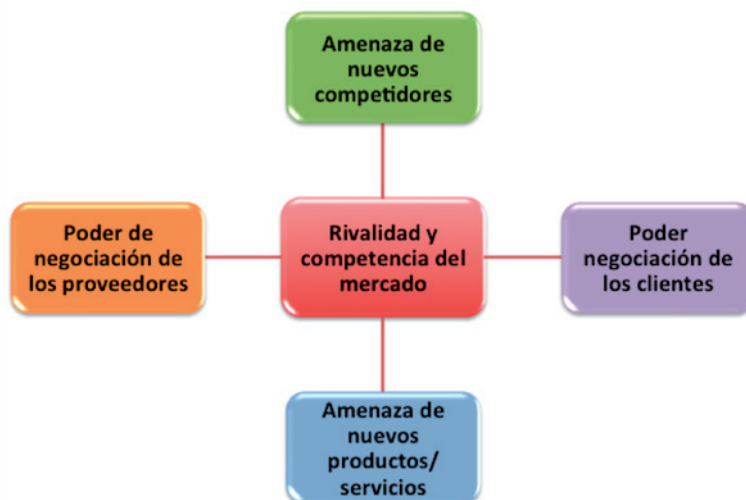
- La asociación de las empresas familiares veleñas se busca formalizarlas legalmente para contrarrestar la informalidad de bocadillo que dice ser veleño cuando es producido en otros departamentos, y así disminuir el hacinamiento que se evidencia en el sector.
- La creación de convenios con el sector educativo público – privado, son una herramienta importante porque se desarrollan proyectos productivos que van de la mano con propuestas de mejora en la inversión e infraestructura, minimizando el riesgo de accesibilidad a nuevos mercados.
- La asociación con Pro-Colombia en la participación de ferias nacionales e internacionales generara el interés de inversión por parte de empresas externas, lo que a su vez representara que el bocadillo se adapte a la normatividad internacional.
- Proponer que el bocadillo sea un rubro tenido en cuenta dentro del plan de desarrollo departamental para que se invierta en los puntos más críticos como infraestructura, tierras e insumos para optimizar así los procesos en tiempo y costos en la producción y transporte dando como resultado costos razonables frente a la competencia, generando un desarrollo del producto.

Amenazas - Fortalezas. Se establecen estrategias para mitigar las debilidades presentes y así aprovechar las oportunidades

- Implementar la tecnificación en la producción del bocadillo para establecer diferenciación del sencillo proceso productivo que tiene la competencia y así minimizar los efectos del hacinamiento.
- A través de la ventaja de la disponibilidad de la materia prima se establecerá el desarrollo del producto creando nuevos estilos de bocadillos como los orgánicos para obtener mayor participación en el mercado y lograr explotar un nuevo segmento del mercado.
- Para aprovechar los tratados de libre comercio firmados por Colombia se debe también fortalecer la mano de obra a través de capacitaciones continuas para cumplir con la demanda en la producción y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, aspectos elementales en las negociaciones con países desarrollados.

Análisis de las fuerzas del mercado

5 Fuerzas de Porter



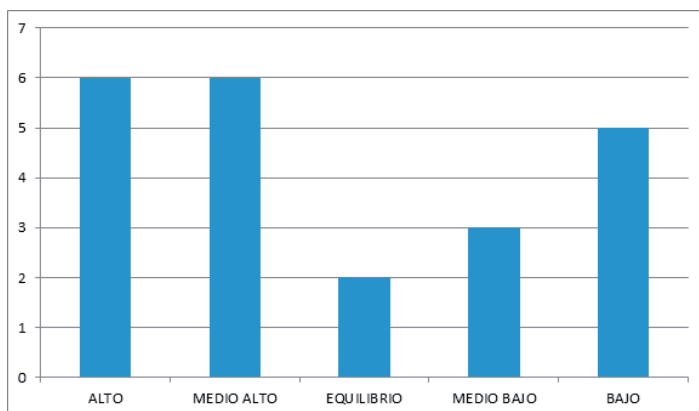
El análisis estructural señala qué tan atractivo puede ser el sector estudiado para el inversionista que busca donde invertir o para el administrador de una empresa que desea comprender la lógica sectorial. Así mismo, puede ser útil para quien desea elaborar un plan de empresa que lo conduzca a la creación de un nuevo proyecto.

Cualquiera que sea la ubicación del analista (inversionista, gerente o emprendedor), el modelo es generador de ideas y permite la formulación de preguntas apropiadas.

Riesgo de Ingreso:

Mide la probabilidad de contar con nuevas empresas en el sector. Esto significa rivalidades potenciales, porque en el caso de entrar demandarán recursos y compartirán el mismo mercado y, por ende, habrá una disminución en la rentabilidad sectorial.(UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, 2015)

		ALTO	MEDIO ALTO	EQUILIBRIO	MEDIO BAJO	BAJO	INEXISTENTE
BARRERAS DE ENTRADA							
Niveles de economías de escala						X	
Operaciones Compartidas		X					
Acceso privilegiado de materias primas			X				
Procesos productivos especiales					X		
Curva de Aprendizaje		X					
Curva de Experiencia		X					
Costos Compartidos						X	
Tecnología			X				
Tiempos de Respuesta		X					
Posición de Marca						X	
Posición de Diseño				X			
Posición de Servicio					X		
Posición de Precio		X					
Patentes			X				
Niveles de Inversión						X	
Acceso a Canales		X					
POLÍTICAS GUBERNAMENTALES							
Niveles de Aranceles				X			
Niveles de Subsidio			X				
Regulaciones Marco Legal					X		
Grados de Impuestos			X				
RESPUESTA DE RIVALES							
Nivel de Liquidez			X				
Capacidad de Endeudamiento						X	
EVALUACIÓN FINAL		ALTO	MEDIO ALTO	EQUILIBRIO	MEDIO BAJO	BAJO	INEXISTENTE
RIESGO DEL INGRESO	<i>N</i>	6	6	2	3	5	0
VELEZ	<i>%</i>	27,3	27,3	9,1	13,6	22,7	0,0



En el análisis de riesgo se puede concluir que el riesgo es alto debido a que no se tiene reconocimiento de marca porque todos dicen Velez y puede ser bocadillos hechos en otros Departamentos.

El nivel de escala es bajo porque tenemos solo una fábrica, eso es riesgoso y es una barrera débil porque puede llegar un rival que ponga varias fábricas y distribuya a nivel nacional.

Se tiene un principal proveedor, lo cual es de alto riesgo en una eventualidad que ese proveedor ya no quiera negociar con Velez o ponga condiciones difíciles de cubrir.

El proceso productivo es relativamente fácil así el riesgo es alto porque es de fácil aprendizaje. La curva de experiencia y la curva de aprendizaje tienen un riesgo alto que aunque hay personas trabajando en años haciendo lo mismo, como es un proceso fácil puede ser aprendido en un corto tiempo y con la práctica se puede llegar a un nivel igual o superior con respecto a la persona que lleva años realizando determinado proceso.

Los bocadillos no tiene mucha variación, los canales son sencillos, los aranceles son bajos, el nivel de subsidios es alto y las regulaciones son pocas, todo esto hace que el riesgo sea alto, lo que me obliga a crear estrategias para aumentar la barreras de ingreso.

Conclusiones

Ante el resultado obtenido en el análisis MIME del sector del bocadillo veleño debe actuar propendiendo de fortalecer todos los aspectos que están inmersos en la producción y distribución del bocadillo.

Hacer una integración hacia atrás, para que no le vendan a nadie más. Mientras más tecnificado mejor, significa construir barreras de entrada para los competidores, hacer diseños y empaques diferentes, negociando con más proveedores, aumentando los puntos de fabricación y los canales de distribución. Así aumentarán las barreras de entrada de los competidores para que les sea más difícil el ingreso y Velez tenga más oportunidad de participación en el mercado.

En la búsqueda del acceso a los mercados internacionales inicialmente se debe fortalecer la y mitigar los riesgos en la empresa por razón por la cual se intensificara la medición de resultados y el trabajo en conjunto mixtas de la cualificación de la mano de obra, tecnificación del proceso industrial y adquisición de materia prima para tener el control de la cadena de suministros y no depender así de eslabones.

Referencias

- BUENOS NEGOCIOS. (3 de Abril de 2013). Obtenido de <http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing>
- NACIONES UNIDAS. (2005). Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). New York: Naciones Unidas.
- Omaña, A. (s.f.). Beneficios y factores del comercio internacional.
- Restrepo, F., & Rivera, H. (2012). Análisis Estructural de Sectores Estratégicos. Bogotá: Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad. Universidad del Rosario.
- Restrepo, L. (2004). Gestión Estratégica y Competitividad. Bogotá – Colombia: Editorial Universidad Externado de Colombia.



La calidad académica
es compromiso institucional

Universidad Libre Seccional Cúcuta.

Avenida 4 N° 12-81, El Bosque.

PBX 5829810 Ext. 104

dirinvestigaciones@unilibrecucuta.edu.co