

Tendencias de Mercados Mundiales

Autor: Helmer Llenez



Tendencias de Mercados Mundiales / Helmer Llenez, / Bogotá D.C.,
Fundación Universitaria del Área Andina. 2017

978-958-5455-66-5

Catalogación en la fuente Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá).

© 2017. FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
© 2017, PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
© 2017, HELMER LLANEZ

Edición:

Fondo editorial Areandino

Fundación Universitaria del Área Andina

Calle 71 11-14, Bogotá D.C., Colombia

Tel.: (57-1) 7 42 19 64 ext. 1228

E-mail: publicaciones@areandina.edu.co

<http://www.areandina.edu.co>

Primera edición: noviembre de 2017

Corrección de estilo, diagramación y edición: Dirección Nacional de Operaciones virtuales

Diseño y compilación electrónica: Dirección Nacional de Investigación

Hecho en Colombia

Made in Colombia

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra y su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin autorización escrita de la Fundación Universitaria del Área Andina y sus autores.

Tendencias de Mercados Mundiales

Autor: Helmer Llenez





Índice

UNIDAD 1 Crecimiento económico

Introducción	7
Metodología	8
Desarrollo temático	9

UNIDAD 1 El concepto de desarrollo económico: algunas versiones y críticas

Introducción	16
Metodología	17
Desarrollo temático	18

UNIDAD 2 Monopolios de la innovación

Introducción	25
Metodología	26
Desarrollo temático	27

UNIDAD 2 Nuevos modelos de negocios, clúster, alianzas, consorcios

Introducción	33
Metodología	34
Desarrollo temático	35



Índice

UNIDAD 3 Nuevos sectores de desarrollo empresarial

Introducción	41
Metodología	42
Desarrollo temático	43

UNIDAD 3 Líneas estratégicas en los nuevos sectores de desarrollo empresarial

Introducción	50
Metodología	51
Desarrollo temático	52

UNIDAD 4 Análisis del mercado de productos y servicios por sectores económicos

Introducción	58
Metodología	59
Desarrollo temático	60

UNIDAD 4 Ejemplo metodológico para definir

Introducción	66
Metodología	67
Desarrollo temático	68

Bibliografía	74
--------------	----

1

Unidad 1

Crecimiento
económico



Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llanez

Introducción

El propósito de esta cartilla consiste en conocer los elementos fundamentales para luego comprender la tendencia de los mercados mundiales. Estos tienen que ver con criterios como el de crecimiento económico, convergencia, desarrollo local, neoliberalismo, neo institucionalismo y la aplicación de estas teorías en un contexto específico. Cada uno de estos conceptos ayuda a comprender los mercados mundiales de la siguiente manera. El crecimiento económico ofrece las herramientas conceptuales a través de las cuales se fundamentan dichos mercados, debido a que este referente coloca las bases para interpretar la tendencia de cualquier mercado mundial.

En cuanto a la convergencia, resulta siendo definitiva para que el Estado pueda intervenir. Esto porque al romperse este principio (convergencia) es necesario que entre un ente (Estado) para que la pueda generar. Asimismo, el desarrollo local, ayuda a crear en un territorio específico las condiciones para generar crecimiento y desarrollo con base en la potencialidad del territorio y la interpretación propia de los actores locales. Adicionalmente los otros elementos (neoliberalismo y neo institucionalismo) permiten conocer los debates actuales acerca de temas fundamentales en economía y política, los cuales terminan definiendo las tendencias que se ven en los mercados mundiales. Finalmente, al ver en un contexto específico cómo operan los factores que determinan el crecimiento económico permite contextualizar el punto de partida de este módulo.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

Crecimiento económico

Según Krugman (2010), el crecimiento económico está determinado por los aumentos en capital y trabajo. Según las combinaciones de estos dos elementos se dará un aumento en la producción de un país en un determinado espacio de tiempo. El trabajo tiene que ver con la variable humana y depende de elementos de capacitación, con lo cual se obtienen más rendimientos en la producción (Albuquerque, 2005). En cuanto al capital, este depende de procesos de acumulación que se dan dependiendo del aumento de la producción (Krugman 2010). Asimismo, inicialmente se consideraba que iba a existir convergencia entre las distintas economías, pero debido a procesos de incorporación de tecnología, se fueron generando distancias entre el crecimiento de los distintos países.

Crecimiento económico y convergencia

Según Sala - i – Martín (2000), la teoría neoclásica, por ejemplo, llega a considerar que las distintas economías tenderán a convergir tanto a nivel nacional como regional, debido a: rendimientos decrecientes del capital; la existencia de una estructura de mercados competitivos que dan señales correctas sobre donde deben ubicarse los factores productivos; retornos constantes a escala sin externalidades; y la libre movilidad de factores productivos. Estos supuestos conducen a una situación de asignación óptima de recursos y por lo tanto a determinar que las disparidades regionales se corregirán automáticamente, sin intervenciones de ninguna especie. Mientras que el modelo de crecimiento endógeno, contempla rendimientos constantes del capital y por lo tanto predice divergencia entre las distintas economías.

Este criterio de convergencia ha tenido mucha elaboración desde la teoría económica. Uno de los criterios utilizados es el de β - convergencia (beta) que hace referencia a que habrá convergencia si las economías pobres crecen más que las ricas. Otro concepto es el de σ - convergencia, según el cual la dispersión de la renta real per - cápita entre grupos de economías tiende a reducirse en el tiempo (Sala - i – Martín, 2000).

Ante esto, los denominados economistas neoclásicos (Sala-i-Martín y Barro, por ejemplo) hicieron su propia defensa al negar que su modelo llevara a una situación de convergencia. Crearon una argumentación que se denominó convergencia condicional, en donde consideran que

en economías con parámetros tecnológicos e institucionales distintos, se llegará a divergencia. Por lo tanto al estudiar el criterio de convergencia, la metodología se condicionó de dos maneras. (Barón, 2003).

Primero, se limita el estudio a conjuntos de economías parecidas (lo que se va a hacer en este trabajo) debido a que están pobladas por individuos con preferencias similares e instituciones y empresas que se enfrentan a funciones de producción parecidas. Bajo estas condiciones ahora sí, los neoclásicos, suponen convergencia. Y una segunda manera de condicionar un estudio es a través de regresiones múltiples.

Crecimiento, convergencia y desarrollo local

En cuanto a la concordancia de esta teoría con la de desarrollo regional, encontramos que de las conclusiones a través de las relaciones que hace la teoría de convergencia económica hay elementos que son altamente significativos para el desarrollo regional. Por ejemplo: la importancia de la inversión en educación y el ver que las malas políticas económicas llevadas a cabo por el sector público generan inestabilidades económicas y sociales. Cabe agregar que con el anterior replanteamiento de la teoría neoclásica, se puede decir que se deja en duda los rendimientos decrecientes, de tal manera que queda abierta la posibilidad para las tendencias divergentes de desarrollo entre países y regiones (Russo, 2010).

En consecuencia se desprenden argumentos que validan una mayor intervención pública en materia de políticas de promoción de crecimiento y desarrollo económico, aunque la controversia está en los límites que se le debe dar a dicha acción pública.

En este mismo sentido, Russo (2010), argumenta que todos los aportes al desarrollo regional, explícita o implícitamente, reconocen que la desigualdad entre regiones es un hecho concreto que puede estrecharse o ampliarse durante la evolución (transformación productiva) de la economía de un país.

No obstante, difieren en la interpretación de cómo se inicia este proceso y en los mecanismos mediante los cuales las regiones pueden reducir sus disparidades económicas medidas, en la mayoría de los casos, a través de la renta/habitante. Otro aspecto que pone distancias entre las distintas líneas de pensamiento es el papel que debe jugar el Estado y el grado de intervención que le compete para modificar y/o actuar sobre las economías regionales (Bonet y Roca).

Para terminar de ilustrar lo concerniente al desarrollo regional, vale anotar la siguiente definición:

El desarrollo regional consiste en un proceso de cambio estructural localizado (en un ámbito territorial denominado "región") que se asocia a un permanente proceso de progreso de la propia región, de la comunidad o sociedad que habita en ella y de cada individuo miembro de tal comunidad y habitante de tal territorio (Boisier, 2009, p. 7.).

Además argumenta que hay razones macro para preocuparnos por el desarrollo regional. Lo macro tiene que ver con cuestiones de un nuevo entorno político, donde hay situaciones no muy lineales. Debido a que por un lado, se configuran espacios políticos que abarcan varias naciones, pero al mismo tiempo económicamente se trabaja desde zonas más pequeñas. Esto con el fin de obtener en ellas la anhelada competitividad.

Para lo que también se requiere de nuevas relaciones entre lo público y lo privado en la esfera productiva.

En consecuencia, se habla de una nueva lógica de relaciones en donde es necesario según Garay (2009), especificar las convenciones, normas, procedimiento y estructura organizacional para la realización del proceso permanente de coordinación reflexiva y deliberante entre ellos y la práctica real que este proceso debe abarcar no solo a los productores y proveedores de tecnología y conocimiento, sino al Estado como agente social de última instancia, encargado de la preservación del interés colectivo. Se trata entonces, de que el Estado mantenga una institucionalidad y un patrón de gobernabilidad que fomente y propicie la capacidad de acción de los agentes. Estos incrementarán los niveles de eficiencia colectiva y de productividad. Lo cual propiciará mayores ventajas competitivas.

Esbozando todo lo anterior se puede interpretar que debido a la falencia de la teoría neoclásica en cuanto al criterio de convergencia se dio paso a elaboraciones como la del desarrollo regional. La cual a su vez se ajusta a las particularidades de espacios pequeños. Esto permite, que nos podamos centrar en cuestiones más sectoriales como la producción agropecuaria.

Teorías sobre producción aplicadas en un contexto específico

En Colombia, se ha recurrido a varias fuentes teóricas para explicar lo productivo. La complejidad de estas interpretaciones radica en que hay diferentes elementos que interviene en el sector, tales como: propietarios, el Estado y la influencia del sector externo de la economía, entre otros. Absalón Machado (2002),

hace un esbozo de estas concepciones económicas y sociales que se pueden clasificar en seis posiciones. Primero reseña las visiones estructuralistas en donde según Machado, aquí se considera que los mercados no son eficientes en la asignación de recursos y por lo tanto la intervención del Estado, se hace necesaria con un mínimo de planeación. Políticamente se interpretó con medidas que intentaron la reforma productiva estructural y la intervención directa del Estado para modificar la estructura de lo productivo hacia lo industrial. Aquí también a Antonio García (1995), con su concepción estructural e integral de problema productivo en América Latina. Señala que debía resolverse, no el crecimiento obtenido con la modernización capitalista, sino esa modernización sin desarrollo. Para Machado (2002), esta concepción entró en crisis por las transformaciones aceleradas de la producción capitalista y los mercados mundiales, así como por el avance de los procesos agroindustriales, la tecnología, la crisis de las ciencias sociales en los ochenta y los nuevos paradigmas de la economía.

Segundo, las concepciones Marxistas giraron en torno a la evolución histórica del problema productivo, la naturaleza y tendencias de la economía, las vías de desarrollo del sector productivo y el carácter del desarrollo. Para Machado (2011), esta visión estuvo impregnada por un fuerte contenido ideológico de izquierda. Las soluciones se veían dentro de una alianza del movimiento obrero. Aquí evoca a algunos autores. Tal es el caso de Moncayo y Rojas quienes hicieron un análisis de articulación entre las formas de producción y lo capitalista, sin centrarse en la lógica interna del funcionamiento de las economías, lo cual los llevó a observar cierta descomposición del sistema productivo. Por su parte, Kalmanovitz (2007), utilizó tanto un tono de

denuncia como análisis estadísticos con técnicas de teoría neoclásica y Keynesiana. Esto para determinar las transformaciones de la estructura productiva desde una visión histórica en términos de las relaciones de producción, con la tierra y los movimientos de población.

Tercero, la concepción “Neoestructuralista” que considera al desarrollo como un proceso intencionado que debe ser liderado por el estado dentro de una visión de largo plazo y no por las fuerzas del mercado. Busca renovar la visión de estructura oponiéndola a las concepciones del neoliberalismo. Introduce en el análisis la diferenciación productiva y las especificidades regionales. Enfatiza las relaciones de lo productivo con otros sectores y en especial con la industria, dándole importancia a lo agroindustrial como dinamizador de lo agrario. Aquí un trabajo destacado, indicado por el autor, es el de Ocampo y Perry, quienes identifican: imperfecciones en los mercados internacionales de bienes; la inexistencia de mercado en varias regiones del país debido a la falta de: infraestructura, servicios públicos y bancarios; y la incapacidad del mercado para lograr una asignación eficiente y una distribución más equitativa. Las propuestas de esta concepción giran alrededor de una reforma productiva multivariada y descentralizada, donde las comunidades locales decidan la estructura productiva deseada y ajustada a las capacidades de manejo en términos institucionales, de convivencia y economía (Albuquerque, 2009).

Neoliberalismo

El neoliberalismo considera que el lento desarrollo de las economías se debe a la excesiva intervención de los Estados y a las restricciones impuestas a las fuerzas del

mercado. Lo cual ha generado más costos que beneficios tanto en crecimiento como en distribución. Para Machado (2011), el neoliberalismo se caracteriza por una visión individualista, utilitarista y ahistórica. Concibe la problemática productiva desde una óptica productivista (la competitividad) de los mercados y de la disminución de la acción del Estado. Su discusión se centra no en la estructura productiva sino en el desarrollo de los mercados de factores, incluida la tierra, y en los incentivos para dinamizarlos en lugar de distribuirlos. Concibe que el Estado no debe sostener las economías sino que estas deben modernizarse, y por lo tanto, reubicar la población que no es viable económicamente en el mercado, solo temporalmente se justifica que el Estado mantenga programas de ayuda al desarrollo.

Neo institucionalismo

Los seguidores del Neo institucionalismo ven las instituciones como unidad de análisis no reducible a las elecciones individuales, con lo cual es inadecuado explicar el papel de las instituciones partiendo de premisas individualistas (Machado, 2011). Intentan incorporar al análisis económico la influencia de los hábitos, costumbres y normas de comportamiento para explicar la conducta de los agentes. Creen que los resultados del mercado se pueden modificar a través de la acción colectiva de los individuos. Para abstraer esta concepción al caso colombiano, Machado acude a Fernando Bernal, a través del estudio de la misión rural expresa que la sociedad agraria colombiana está dotada de un entorno institucional que presenta serias limitaciones en la “interacción entre su sistema político y económico así como en su sistema social, legal y cultural”. Se indica que los “mercados políticos no son lo suficientemente eficientes para convertirse en

la precondition necesaria para el desarrollo de instituciones económicas eficientes". Según el concepto de Machado, la misión rural colocó unas buenas bases para discutir sobre el futuro del sector rural en el contexto amplio del modelo de desarrollo y "rompió con la tradición analítica de los noventa centrada en el tema de la competitividad y la eficiencia en la agricultura". Igualmente en CEGA (2005) se hicieron estudios de corte neo institucional, en donde se expresa que hay una gran diferenciación institucional, la cual llevaban tanto a procesos de modernización como de atraso. De tal manera que aún se perciben carencias en equipos técnicos para enfrentar los nuevos retos.

Factores específicos que influyen en el crecimiento económico - Aplicación desde lo rural en Colombia

Bejarano (1998), se refiere al problema de la pobreza del recurso humano empleado en la producción agropecuaria. Por ejemplo concluye que el crecimiento de la población que no está acompañado por un notable crecimiento en las oportunidades de trabajo no agrícola, es una importante fuente de incremento de pobreza rural y el bloqueo principal a cualquier medio de reducción de la pobreza. Asimismo, señala el cambio técnico que incrementa la producción agrícola como esencial para mejorar el ingreso de los trabajadores que se ocupan en el contexto de una población creciente, tierra limitada y rendimientos decrecientes del trabajo.

También indica que en la producción campesina siguen predominando los cultivos transitorios sobre los permanentes, los cultivos no comerciales sobre los comerciales y los alimentos sobre las materias primas tanto en los cultivos comerciables como en los no comerciables. En rigor: la economía

campesina es casi todavía productora de alimentos de consumo directo (88.8% del área, 97% de la producción y 92.2% de su valor) y en su estructura son más importantes los productos de exportación que las materias primas. De igual forma, ve que en los mercados agrarios surge la dificultad de que los productos que se obtienen de la agricultura pueden definirse en distintos niveles de utilización: a) los destinados a la alimentación humana; b) productos dirigidos a su reemplazo en la agricultura en su calidad de insumos; y c) productos alimenticios y no alimenticios en calidad de bienes intermedios destinados a la industria (Bejarano, 1998).

Asimismo, sobre la comercialización agropecuaria vale señalar, siguiendo a este autor, que está asociada a conceptos como el de intermediario o especulador. Estas nociones llevan consigo connotaciones negativas sobre estos agentes. Pero hay que decir que aunque no siempre los mercados funcionan en beneficio de un amplio sector representativo de la sociedad y en ocasiones se vuelve un mecanismo de explotación contra los productores. La comercialización, sin embargo, puede estar sometida a criterios de eficiencia y de maximización de beneficios que se pueden obtener mediante una coordinación satisfactoria del mercado de las actividades agrícolas de una sociedad. En palabras del autor: "la evaluación de la eficiencia es una cuestión empírica y no simplemente un asunto de fe o de juicios apriorísticos. Aquí se trata más bien de determinar en que grado las instituciones y los agentes de comercialización están desempeñando con eficacia sus funciones para determinar la forma en que los mercados reflejan la abundancia o escasez de productos agrícolas. Lo anterior con el fin de enviar señales adecuadas de precios a los productores y a los consumidores en el proceso de intercambio.

Es decir, para el autor, en la comercialización agropecuaria se necesita un sistema de precios que exprese las preferencias de los consumidores y que sirva de guía para la asignación de los recursos.

Bejarano (1998), igualmente explora las políticas macroeconómicas. Por ejemplo, expresa que la tasa de cambio es el instrumento que más efectos negativos puede tener sobre el desempeño del sector agrícola; esta convicción hace un cierto énfasis sobre la necesidad de eliminar las tasas de cambio sobrevaluadas como un mecanismo para superar los obstáculos a la producción agrícola. Asimismo, un tema que se está incorporando al análisis de la producción agropecuaria es el de la sostenibilidad. Algunas apreciaciones del autor indican que la producción agrícola no es incompatible necesariamente con la protección de los recursos naturales, si el crecimiento está basado en tecnologías que no exploten los recursos naturales, pero que hacen máximo el potencial biológico de su uso.

De otra parte, para inmiscuirnos en más explicaciones acerca de la complejidad de la producción agropecuaria Kalmanovitz (1978), ofrece varios elementos de análisis. Hace una síntesis de la evolución histórica de la utilización del recurso humano utilizado en la producción agrícola. Comenta que en la década del 20 se encuentra una variedad muy grande de instituciones en la explotación del trabajo rural que tienen en común la sujeción del campesinado a la tierra y la obligación extraeconómica de abonar rentas bien sea en servicios, producto o dinero. Fuera de este tipo de economía (de hacienda) se podía apreciar, según el autor, una economía campesina de pequeños propietarios concentrados principalmente

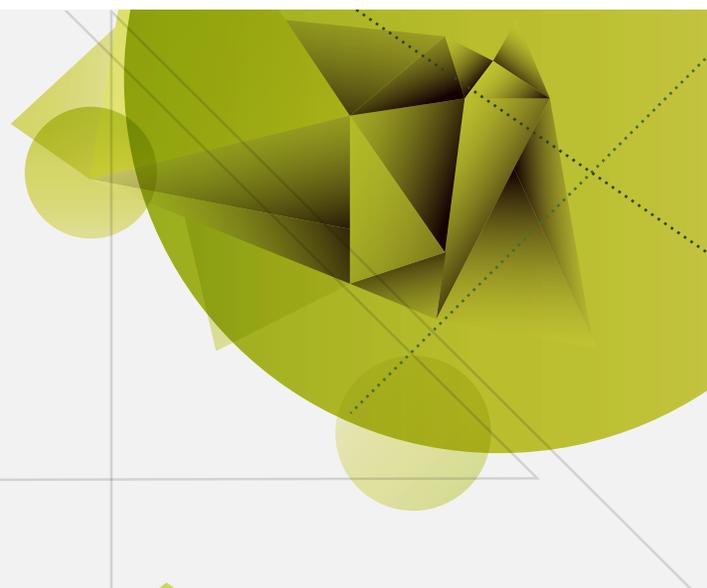
en las tierras más desvalorizadas del país. Dentro de esta economía, figuraban también algunos campesinos medios en tierras mejores, que producían para abastecer los crecientes centros urbanos del país.

Con todo y lo anterior, se nota la complejidad al tratar de interpretar lo referente a la producción. Afortunadamente se puede decir que en nuestro país, desde el ámbito académico, se ha hecho un notable esfuerzo por obtener explicaciones ajustadas a la realidad nacional. De tal forma que se cuenta con juiciosas elaboraciones, que se pueden tomar como guía, en el momento de descifrar las particularidades productivas de un contexto específico.



Unidad 1

El concepto de desarrollo económico: algunas versiones y críticas



Tendencias de mercados mundiales

Autor: Helmer Llanez

Introducción

El propósito de esta cartilla es mostrar un acercamiento a posiciones críticas sobre el crecimiento económico. Aquí surge el concepto del desarrollo como un elemento que supone un paso adicional al crecimiento pero a su vez este criterio tiene sus propias limitaciones desde la perspectiva crítica. A su vez, aspectos como la competitividad empiezan a definir los elementos que son claves para las tendencias de los mercados mundiales. Esta competitividad vista desde su construcción en el territorio tiene unas particularidades que la hacen ver como algo que se puede crear siempre y cuando existan unas políticas adecuadas para potencializar a un espacio geográfico determinado.

Desde esta perspectiva de crear condiciones en un lugar específico, es útil colocar como ejemplo una universidad. Dado que es un lugar en donde se pueden crear las condiciones para potencializar el aumento en la producción de bienes y servicios. Si desde un lugar como este (universidad) se dan las pautas a generar innovaciones, comenzamos a visualizar por donde podrían estar los negocios que tendrían más rentabilidad y los cuales a su vez estarían dentro de una tendencia mundial condicionada por determinadas pautas de los mercados.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

El concepto de desarrollo económico: algunas versiones y críticas

El desarrollo es un término usado casi que a nivel publicitario. Y da la impresión que su uso va un poco en contravía de los problemas que se quieren resolver. El concepto figura como uno de los favoritos de los políticos en nuestro país. Tal vez por eso se ha convertido en un lugar común o en una frase de cajón. Pero aparte de la demagogia de un político, ¿qué hay detrás del desarrollo?

El desarrollo debería estar en la discusión alrededor del tema de la distribución. Y es en el enfoque en donde podemos encontrar los matices. Para Smith (1776), la célebre mano invisible resuelve el tema, es decir, no se debe hacer nada para generar distribución. Es el mercado (en el que se encuentran individuos egoístas que quieren maximizar su beneficio) el que da la solución, dado que sin que estos individuos egoístas lo premediten, al maximizar sus beneficios generan bienestar en otras personas; al utilizarlas para sus propósitos resultan haciendo parte de su lógica de lucro. Es decir, hay una distribución no intencionada pero al fin y al cabo se da este proceso.

En cambio Marx (1867), argumenta que el anterior sistema por sí solo no genera ninguna clase de distribución sino que al contrario provoca cada vez más acumulación. Por lo tanto explora la acumulación originaria del capital que nunca se distribuye y sugiere unas acciones específicas para cambiar el orden existente.

Así que en términos contemporáneos para Smith, los individuos y la sociedad no tendrían que hacer nada para alcanzar determinado nivel de desarrollo. Pero para Marx, los individuos que no hacen parte de procesos de acumulación tienen que actuar para que les corresponda algo digno de la riqueza que ellos mismos ayudan a generar.

Boisier (2001), intenta hacer una síntesis acerca del criterio del desarrollo y de uno de sus usos específicos: el desarrollo local. Pero a mi juicio se equivoca en su punto de partida dado que relaciona a los anteriores autores clásicos en función de procesos de crecimiento y no explora los matices antes señalados. Y este punto el análisis: el crecimiento y el desarrollo es uno de los grandes temas que han tenido discusión en economía. Y en últimas su solución pasa por la vieja discusión planteada acerca de cómo analizar la distribución.

En otro ámbito de análisis, crítico, Escobar (2007), da otros elementos para ver el tema del desarrollo. Lo ve como un discurso, en donde se pueden imponer determinadas posiciones que pueden tener vicios ideológicos. Además como una invención que sirve para fundamentar determinadas etiquetas que se les pueden colocar a los pueblos (subdesarrollados). Asimismo muestra como el concepto cobra importancia luego de la segunda guerra mundial. Y ve como una alternativa a esta conceptualización, una construcción desde las realidades de cada espacio geográfico, en donde podemos ir situando la discusión referida al tema de la investigación: el desarrollo territorial.

Independiente de la categoría de análisis, el desarrollo más que un criterio desde la seriedad académica o desde el oportunismo político; es algo que tiene implicaciones trascendentales. En el fondo hay seres humanos que habitan en determinados espacios geográficos y que esperan una alternativa para tener una vida más digna. Algo muy cercano al criterio de Sen (2000), quien relaciona el desarrollo con la libertad para poder elegir, para lo cual los criterios con los que normalmente se mide el grado de desarrollo de un país (pobreza, por ejemplo) son un fuerte impedimento.

Ahora el reto está en cómo generar desarrollo. Si nos quedamos a esperar que se nos dé sin hacer nada, lo más probable es que generen más brechas. Y si pensamos en cambios abruptos, tal vez estemos jugando en un espacio extemporáneo. El criterio desde la libertad suena muy bonito, pero nuevamente: ¿cómo llegamos a él?

¿Se puede hacer desde la planificación de un ente superior que decida lo que mejor le conviene a determinado espacio geográfico

o es viable hacerlo desde las realidades de cada sociedad?

Desarrollo territorial y competitividad

Es necesario precisar este criterio que resulta ser a veces difuso y mezclarse con el desarrollo local. En este cabe la posibilidad de generarse desarrollo desde un ente superior y en cambio el desarrollo territorial lo construye desde cada espacio geográfico. Furió (1996). No obstante, siguiendo a Escobar (2007), el desarrollo como una especie de posición hegemónica es poco conveniente si pensamos en un territorio específico como es el caso de esta investigación. Málaga es un municipio con unas particularidades concretas, cómo explicarlas y qué clase de desarrollo hacer con estos elementos específicos es un gran reto de interpretación y análisis. Recurrir a teorías clásicas de la economía como las ya mencionadas tal vez nos lleve a debates que poco aportan a soluciones concretas.

Siguiendo a Sen (2000), se parte de entender el desarrollo como ampliación de libertades pero para generar este estado "ideal" es necesario crear unas condiciones mínimas para que los individuos puedan hacer uso de esa libertad para elegir. Los conceptos de desarrollo local y territorial nos ofrecen elementos prácticos de interpretación y planeación con los cuales podemos generar esas condiciones mínimas.

Inicialmente hay que considerar que dentro de la conceptualización económica el espacio no tenía cabida como elemento de análisis Krugman (1997). Así que esta investigación en ese estado de cosas poco sentido tendría. Con el reconocimiento del espacio como unidad de análisis se puede pensar

como en este caso; en un municipio como algo que puede generar con sus propias características un proceso de desarrollo.

Furió (1996), nos propone el criterio de territorio como el elemento sustancial de análisis para crear un proceso de desarrollo. El énfasis en lo territorial nos lleva a ver una serie de dimensiones e interrelaciones en donde identificamos como en nuestro caso una aproximación bien elaborada, para ver el contenido real de un municipio en función de realizar un proceso de desarrollo.

Furió (1996), parte de aclarar los criterios de perspectiva funcional y territorial. La primera se refiere a elementos tradicionalmente considerados por la economía como: eficacia, racionalidad, individualismo, interés individual y explotación de los recursos naturales. En tanto que lo territorial parte de las siguientes dimensiones: economía, política, social, espacio, cultura y naturaleza. Las cuales son multidimensionales, integrales y sistémicas. Es decir con esto el territorio se considera como "un conjunto formado por una sociedad y el espacio que ella organiza" (Furió, 1996, p. 132).

Para Boisier (2001), el desarrollo territorial hace referencia a un asunto geográfico. Lo cual pierde un poco de profundidad con lo planteado por Furió, en donde lo territorial va más allá del lugar físico al considerar las dimensiones antes mencionadas y con las cuales se construye el desarrollo.

Así que el desarrollo territorial entra a constituir unos elementos de análisis que enriquecen la investigación. Málaga ya no sería vista desde esta perspectiva como un ente aislado y ajeno que espera por su desarrollo, sin importar que clase del mismo se le imponga. Desde lo territorial el municipio

adquiere una identidad propia y la categoría de análisis desde lo sistémico, multidimensional e integral hacen que la exploración por el desarrollo sea más inquietante y a la vez concreta. Dado que se analizan unas dimensiones específicas y la forma en que se relacionan para el proceso de desarrollo que se determine con los mismos habitantes del territorio.

Otros autores, como Cuervo (2006), profundizan en lo territorial como categoría de análisis haciendo vínculos con la competitividad y la globalización como elementos trascendentales para generar desarrollo. Aunque según Polanyi (1989), que critica los principios básicos sobre los que se construye el armazón teórico de la economía, dentro de los que se encuentra la competitividad; considera que este no es un criterio que necesariamente sea inherente al ser humano. Un punto que da para imaginar la posibilidad de otros escenarios en los espacios territoriales. Podría existir la posibilidad de que a un territorio no le interesa la posibilidad de ser competitivo en términos económicos.

Pero si asumimos inicialmente la otra opción (dependiendo de lo que se encuentre en la investigación) de la competitividad como elemento para generar desarrollo, hay que recurrir a criterios señalados por Cuervo, tales como la posible existencia de la globalización como algo inevitable dentro de un entorno competitivo. En donde adicionalmente el territorio como elemento de análisis, juega un rol particular en función de ser un elemento en el que interactúan unas empresas que hacen parte del mismo. Es decir para este autor, la competitividad no es un elemento solamente empresarial, es desde el territorio donde se generan unas condiciones que la limitan o potencializan.

Dentro de esta misma lógica de la competitividad y los principios básicos de la economía que cuestiona Polanyi, Vásquez (2001) involucra un elemento que le da consistencia a lo territorial: el potencial endógeno. Algo que está dentro de una lógica del desarrollo construido teniendo en cuenta las particularidades del territorio y que para que se pueda potencializar hay que involucrar elementos como: transferencia tecnológica, aglomeraciones y asuntos institucionales.

Con todo y lo anterior bajar el criterio de desarrollo a lo territorial para buscar elementos prácticos para su ejecución implica todo un reto de interpretación. Lo territorial ofrece unos elementos de análisis bastante integrales, en cambio la competitividad nos deja un interrogante en cuanto a que si bien se entenderá desde la perspectiva territorial y no solamente empresarial; queda la posibilidad de que en nuestro caso (Málaga) pueda entrar o no dentro de esta unidad de análisis en función de plantear una estrategia para potencializar su desarrollo.

Universidad, desarrollo territorial y local

Para el desarrollo desde la perspectiva que se está usando: local y territorial, Furió (1996), nos propone el criterio de territorio como el elemento sustancial de análisis para crear un proceso de desarrollo. El énfasis en lo territorial nos lleva a ver una serie de dimensiones e interrelaciones para ver el contenido real de un municipio en función de realizar un proceso de desarrollo.

Furió (1996), parte de aclarar los criterios de perspectiva funcional y territorial. La primera se refiere a elementos tradicionalmente considerados por la economía como: eficacia, racionalidad, individualismo, interés individual y explotación de los recursos na-

turales. En tanto que lo territorial parte de las siguientes dimensiones: economía, política, social, espacio, cultura y naturaleza. Las cuales son multidimensionales, integrales y sistémicas. Es decir con esto el territorio se considera como “un conjunto formado por una sociedad y el espacio que ella organiza” (Furió, 1996, p. 132). Adicionalmente plantea que en los territorios existen una serie de actores con los cuales se activan las dimensiones mencionadas. En cada una de estas dimensiones hay unas instituciones específicas que activan procesos y dinámicas (Furió, 1996). En nuestro caso la universidad es ubicada tanto en la dimensión cultural como la económica (Red Adelco, 2011), dado que tiene una connotación tanto de formadora de capacidades como de activadora de procesos económicos.

Asimismo, Boisier (2001), argumenta que lo local tiene sentido cuando se le mira desde afuera por ejemplo una provincia vista desde un departamento o un municipio visto desde una provincia. También señala que el concepto está dentro de la lógica centro – periferia además de provenir de Europa como un mecanismo de solución ante las crisis económicas y por ende es estimulado en todas partes por la dinámica de la globalización, la cual le quita espacios de intervención al Estado y es aquí donde lo local entra como un elemento para suplir esas ausencias del Estado Boisier (2001), y lo interesante del concepto desde este autor radica en la importancia de los actores del desarrollo, quienes tienen un rol más protagónico en la generación del desarrollo.

Siguiendo uno de los argumentos de Boisier (2001), sobre el desarrollo local como un asunto relacionado con dar respuesta a la crisis de un sistema económico, Vásquez

(2009), señala al desarrollo local, como una estrategia para tiempos de crisis. Esta estrategia define sus acciones con un enfoque territorial dado que las acciones se realizan en territorios caracterizados por un sistema social, institucional y cultural con el que interactúan Vásquez (2009).

Otro de los ejes principales de la política de desarrollo local es la difusión de las **innovaciones** y el conocimiento en el tejido productivo local, lo que permite la introducción de nuevos productos y la diferenciación de los existentes, los cambios de los procesos productivos, la apertura de nuevos mercados. Todo ello contribuye al aumento de la productividad y de la competitividad de las empresas.

Los autores señalados coinciden en que el desarrollo local y el territorial tienen unas dimensiones que interactúan y con las cuales se define el desarrollo. Adicionalmente, consideran que hay unos actores y agentes del desarrollo. Pallares (2010), señala que los actores son instituciones o personas que están en el territorio pero tienen un rol pasivo, mientras que los agentes a su vez son las instituciones y personas que asumen un papel activo en el desarrollo. Desde esta mirada podemos ver que Cienfuegos, De los Ángeles, Miranda y Pompilio (2011), plantean:

Al hablar de desarrollo local se hace referencia a un espacio municipal con características propias, que demandan cierta forma de organización e interacción de actores y/o agentes, pertenecientes o no al contexto implicado para el desarrollo del mismo. Esto permite el aprovechamiento de diferentes formas de acción individual o colectiva; una de ellas es la acción que la universidad puede ofertar a dicho desarrollo.

Universidad cómo agente de desarrollo local

En términos generales, Cienfuegos, De los Ángeles, Miranda y Pompilio (2011), citan a (Esteva y Reyes, 1998), para considerar como un agente del desarrollo a una persona, grupo u organización que interviene de manera activa en los procesos políticos, culturales y de desarrollo de una comunidad, región o país. Habitualmente se identifican como actores sociales principales para el desarrollo local a: empresas, gobierno, ONG, administración pública descentralizada y a las universidades.

En este mismo sentido, Cienfuegos, De los Ángeles, Miranda y Pompilio (2011), argumentan que los actores del desarrollo local son quienes están establecidos en el territorio. "En esta lógica, las universidades y demás instituciones de educación superior representan una oportunidad significativa para contribuir con sus productos (docencia, investigación y difusión) en la agregación de valor al territorio" Cienfuegos, De los Ángeles, Miranda y Pompilio (2011). Asimismo estos autores ven a la universidad como un espacio para materializar lo teórico en conocimiento práctico que pueda aportar al desarrollo de espacios locales en temas productivos.

Lo económico específicamente sobre los efectos que tiene en la estructura productiva, los que a su vez tienen una relación directa con la difusión de la tecnología y el conocimiento. Los impactos de la universidad sobre el entorno geográfico adoptan una dimensión temporal, puesto que tanto los efectos del gasto universitario como los del conocimiento dan lugar a encadenamientos dinámicos que se acumulan en el tiempo, Checa (2011). Así, las universidades

Desde la vertiente del conocimiento, se transmite al tejido productivo y de servicios, el capital humano y se efectúa o crea una transferencia tecnológica. Además, las universidades generan e incluso facilitan el surgimiento de emprendedores, potencian el mercado tecnológico y mejoran los factores de localización de la zona, habiendo no pocos casos de total simbiosis entre la universidad y una población, ya que este es un agente activo y nuclear en los entornos urbanos, ya que genera unas dinámicas particulares y específicas (Checa, 2011).

Como vemos, las universidades tienen un rol protagónico como agentes de desarrollo local, en palabras de (Coraggio, 2002), citado por (Checa, 2011), se trata de una complejización de la misión de las universidades que deben transitar hacia un papel de conciliador entre los actores locales para el desarrollo de un determinado territorio.

También (Díaz y Silva, 2013), consideran que debido a que la sociedad está formada por un gran número de personas, estas crean instituciones para satisfacer sus necesidades. Dentro de estas instituciones está la universidad cuya misión es generalmente la de formar profesionales que puedan hacer investigación científica y que además puedan aplicar métodos que lleven a la solución de problemas concretos para de esta manera aportar al desarrollo de la sociedad.

En este mismo sentido de la universidad como un agente de desarrollo local (Gutiérrez, 2006), argumenta que para que esta institución sea un agente transformador del territorio es necesario superar diversos paradigmas que han regido a las universidades. Uno de ellos es que debe asumir el liderazgo para dirigir las potencialidades que tiene un territorio. Concretamente, desde el desarrollo local puede conducir un proceso de formación de capacidades emprendedoras y de innovación hacia las actividades productivas. Para esto es necesario cambios culturales profundos en la sociedad y es justamente la universidad la institución propicia para desarrollar estos cambios (Gutiérrez, 2006).

2

Unidad 2

Monopolios de la
innovación



Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llenez

Introducción

El propósito de esta cartilla consiste en conocer los aspectos esenciales de los monopolios de la innovación. En esencia los monopolios generan efectos que no son beneficiosos en términos sociales, dado que si una empresa puede determinar el precio es probable también que pueda crear unas condiciones excepcionales que solo le favorezcan a ella. Aquí los integrantes de la sociedad quedan en desventaja y es por eso que el Estado debe intervenir.

No obstante, los monopolios pueden crear condiciones propicias para la innovación, debido a que hay un incentivo fuerte para crear productos con elementos diferenciadores siempre y cuando las empresas se puedan lucrar de ellos. En este módulo se aprenderán las condiciones en que las empresa generan innovaciones así como la forma de hacerlas efectivas en términos de mercado. Para lo cual se exploran situaciones tanto teóricas como prácticas que enriquecen y fortalecen la capacidad analítica del estudiante.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

Monopolios de la innovación

Un monopolio implica que solamente hay una empresa en el mercado y por lo tanto esta puede influir en el precio de mercado. A su vez, en términos de innovación un monopolio puede llevar a ineficiencias para la sociedad dado que al crear un producto que resulte beneficioso en términos sociales pero a su vez con la capacidad de quedarse con los beneficios del mismo, el monopolio crearía lucro para la empresa con deterioro de las condiciones de determinados individuos. No obstante los monopolios pueden generar innovación dado que el incentivo del lucro puede llevar a que se creen productos. Por lo tanto la innovación es un elemento que se puede ver favorecido por los monopolios.

Innovación

En consecuencia, hay que hacer referencia a que se refiere la innovación. La agregación de valor a procesos productivos comúnmente está asociada al criterio de innovación. Según Vásquez (2000):

La dinámica productiva depende de la introducción y difusión de innovaciones y conocimiento, que impulsan la transformación y renovación del sistema productivo, ya que en último análisis, la acumulación de capital es acumulación de tecnología y conocimiento. Para que ello sea posible, es necesario que los actores que integran el sistema productivo local tomen las decisiones adecuadas de inversión en tecnología y organización. (Vásquez, 2000).

Una empresa que tenga su naturaleza como generadora de conocimiento es uno de los lugares propicios para la difusión de las innovaciones al sistema productivo. Pero un elemento fundamental para entrar en esta dinámica está relacionado con decisiones de inversión en tecnología y organización. Adicionalmente, los resultados de las innovaciones dependen de cómo se difunden en el tejido productivo y de cual sea la estrategia tecnológica de las empresas por mejorar los resultados de su actividad (Vásquez, 2000).

Concretamente, la innovación de acuerdo a Schumpeter, citado por (Furió, 1996), hace referencia a:

producir otras cosas, o las mismas, por métodos distintos, y el concepto cubre los cinco casos siguientes: a) la introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad de un bien; b) la introducción de un nuevo método de producción; c) la apertura de un nuevo mercado, un mercado en el cual no se haya entrado todavía; d) la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semifabricados, y e) la creación de una nueva organización (Furió, 1996, p. 119).

Y específicamente para (Furió, 1996), innovar significa crear algo nuevo y dotarse de las condiciones técnicas, financieras, organizacionales y comerciales que permiten su posicionamiento exitoso en el mercado. Pero según este autor la innovación no es un proceso que pueda darse de manera aislada sino que debe intervenir todo un colectivo para su realización. En este mismo sentido (Vásquez, 2002), señala que la innovación y la difusión del conocimiento están condicionadas por el entorno (sistema de empresas, instituciones, actores económicos y sociales) en los que las empresas toman las decisiones de inversión.

Asimismo, (Albuquerque, 2003), define la interacción entre financiación y apropiación de las innovaciones de la siguiente manera:

Los sistemas locales de pequeñas empresas pueden abordar, a través de la cooperación territorial de actores, una actividad decisiva para dicha introducción de innovaciones en el sistema productivo local. En suma, desde este enfoque "interactivo" de la innovación se insiste

en que esta no depende solo de la financiación en ciencia y tecnología básica. El incremento de actividades de I+D no es suficiente para la introducción de innovaciones. Para que estas se produzcan es necesario que los usuarios se involucren en la adaptación y utilización de los resultados de dichas actividades de I+D en los diferentes procesos productivos, a fin de generar I+D+i. Esto subraya la importancia de los sistemas territoriales de innovación (Albuquerque, 2003, p. 10).

Empresa e innovación

En dicho enfoque interactivo podríamos colocar a una empresa con un rol determinante como un agente de desarrollo. Dado que debería recibir financiación para investigación y al mismo tiempo ser un puente para su difusión en actividades productivas. De esta manera podríamos estar hablando de:

la construcción de entornos innovadores territoriales que sean capaces de ofrecer servicios avanzados de apoyo a las empresas, de vincular adecuadamente el sistema educativo y de capacitación con el perfil productivo local, de organizar redes de cooperación entre empresas y entre estas y otras entidades que ofrecen servicios tecnológicos, y de facilitar la capacitación y la información estratégica sobre mercados, productos, insumos, etc. En suma, se trata de proceder a la organización eficiente del mercado de factores para las empresas locales (Albuquerque, 1999, p.19).

Así, le estaríamos colocando un rol específico a las empresas como agentes que contribuyen a moldear un entorno favorable para la innovación del territorio en el que interactúan unas empresas que necesitan servicios tecnológicos.

Dentro de este mismo orden de ideas (Yoguel, 2000), considera que:

en la generación y la circulación del conocimiento tanto al interior de las organizaciones como entre ellas influye poderosamente la complejidad de los nexos y el grado de cooperación tecnológica formal e informal entre los agentes; el tipo de vínculos entre las universidades, los centros de investigación y las empresas; la preparación de los recursos humanos y la complejidad del sistema educativo y de capacitación; y el grado de desarrollo de los agentes intermediarios (capital de riesgo, servicios técnicos específicos, asociaciones profesionales, grupos de ex alumnos, etc.) que actúan además como mensajeros (enlaces) en el proceso de transmisión y generación de informaciones. Como en este nuevo panorama la creación y transferencia de conocimientos se desarrolla en muchas formas, se producen áreas informales de innovación al interior de las empresas e instituciones que complementan la actividad de los laboratorios dedicados específicamente a la investigación y el desarrollo (Yoguel, 2000, p. 112).

Por lo tanto, para que una empresa sea un agente del desarrollo a través de generación y difusión de conocimiento encaminado a la introducción de nuevos métodos de producción es necesario no solo el compromiso de esta institución. Hay una serie de vínculos que deben darse con el sector productivo al que irían dirigidos los nuevos métodos de producción. A su vez ese sector productivo depende del entorno que le genera la institucionalidad en el cual interactúa.

Adicionalmente, vale agregar que

Según Shumpeter, la investigación y desarrollo están vinculadas con la estructura del mercado, y los monopolios además de ser un buen nido para ellas, «si se quiere inducir a que las empresas emprendan I+D se tiene que aceptar la creación de monopolios como un mal necesario. Shumpeter no deja claro si el primer monopolio o con el tamaño. Sugiere que las empresas grandes están más cualificadas o más dispuestas a emprender I+D que las empresas pequeñas ya que la I+D supone un alto nivel de riesgo que es difícil de eliminar con seguros (por razones de riesgo moral) las empresas grandes están más diversificadas y, por tanto, más dispuestas a tomar riesgos. Dado que la innovación, una vez generada se implanta más rápidamente en una empresa grande (Gómez, 2006, p. 110).

Según estos argumentos, los monopolios cumplirían una función importante para la generación de investigación, desarrollo e innovación. Y solamente las empresas grandes con capacidad monopólica podrían asumir riesgos en inversión de conocimiento. Esto les permitiría crear un producto con posición monopólica pero a su vez existe el riesgo de que la creación que se esté elaborando no funcione. Es así como la inversión que generalmente es alta para crear conocimiento podría perderse y generar ineficiencias económicas. Así es riesgo entra a ser una variables que condiciona la entrada en la era del conocimiento a las pequeñas empresas.

Innovación y difusión

Asimismo, hay que mencionar que hay detalles que se deben tener en cuenta en lo relacionado con las innovaciones:

Si bien las invenciones son importantes, no lo son menos la velocidad de sus adopciones y su difusión. Usualmente las innovaciones no se adoptan de inmediato pues las empresas deben hacerlo en el momento más conveniente que permita entre otras recuperar la inversión, disminuir los costos de adopción y minimizar la incertidumbre de la nueva tecnología. De acuerdo a Kamien y Schwartz, la difusión es más rápida en sectores no concentrados (Gómez, 2006, p. 112).

Así, si bien se puede lograr un proceso de innovación también hay que tener en cuenta el mecanismo para hacer efectiva esa innovación. La difusión del conocimiento debe ser asimilada en un espacio propicio, por ejemplo, en donde se encuentren las condiciones para recibir dicha innovación. Para esto es necesario un territorio o una empresa con el suficiente capital humano capacitado. De lo contrario las innovaciones no producen los efectos deseados como los aumentos en productividad y por ende en producción y mercado. Para esto hay que tener en cuenta que al introducir un nuevo producto en el mercado:

Introducir nuevos productos en el mercado lleva consigo un riesgo ineludible en los ámbitos tecnológico, financiero y de mercado, y la tasa de fracasos es bastante elevada, principalmente por una aplicación y un desarrollo muy instintivos y poco científicos. Para manejar esta situación, las acciones involucradas en la creación de empresas o la introducción de nuevos productos deberían seguir criterios y metodologías que han probado disminuir los riesgos de fracaso y aumentado las posibilidades del éxito. Las piezas angulares del emprendimiento son la creatividad, la innovación y el marketing (Laguna, 2012, pág. 3).

Por consiguiente al introducir al mercado un producto derivado de un proceso de innovación, es necesario involucrar elementos de marketing. Dado que si pensamos en el mercado, la creación de necesidades resulta fundamental. Para esto resulta vital la publicidad que juega con elementos psicológicos y de prestigio para lograr vender un producto al consumidor final. Aunque generalmente los productos para los cuales se investiga y en los cuales se crean procesos de innovación, es normal encontrar que previamente se hayan identificado las necesidades a satisfacer. Aunque esto de por sí no garantiza su éxito en el mercado si reduce las probabilidades de fracaso, debido a que el mercado tiene sus propios caprichos. Por esto las técnicas del marketing como la publicidad entran a reforzar la introducción de un producto en el mercado.

Redes e innovación

Las innovaciones para las empresas normalmente terminan transmitiéndose a través de redes.

Definimos las redes sociales como “estructuras sociales” compuestas por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones. Actualmente las empresas deciden cada vez más invertir parte de su tiempo y de sus recursos en mejorar su presencia en las redes sociales para conseguir más seguidores, gente a la que le interesan las noticias que se ofrecen por este canal. Las empresas calculan cuánto dinero genera cada seguidor, que en definitiva es la clave que puede resultar interesante para medir los esfuerzos realizados en mantener la presencia en las redes sociales. Dicho cálculo lo llevan a cabo teniendo en cuenta parámetros como el coste

de las horas invertidas y el número de seguidores afiliados a nuestra red social (Laguna, 2012, pág. 5).

Este concepto de red resulta útil como un canal tanto para apropiarse de innovaciones como para transmitir las generadas. Adicionalmente hay distintos vínculos que se den entre nodos de las redes. Unos fuertes y otros débiles. Dependiendo de estos niveles las redes pueden resultar útiles para sus propósitos. A veces, los vínculos débiles pueden servir para consolidar un monopolio de innovación de tal manera que se evita que se haga una difusión.

A manera de conclusión se puede decir que los monopolios por definición generan ineficiencias sociales. No obstante en términos de mercado y empresa pueden resultar útiles para incentivar innovaciones. Dado que al pensar en las rentabilidades exclusivas de invertir en ciencia y tecnología para crear un producto con elementos diferenciadores, es posible que se sigan creando este mecanismo de innovación. No obstante el Estado debe inmiscuirse para evitar que solamente las empresas con capacidad financiera puedan tener procesos de innovación.

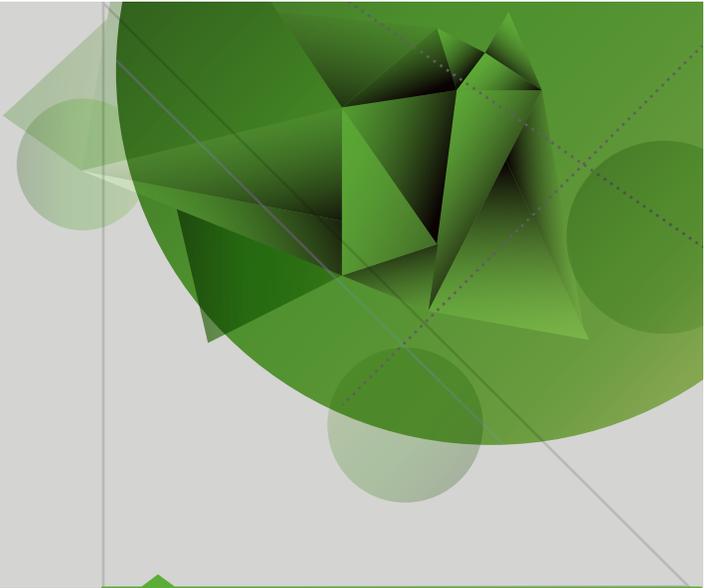
A large white number '2' is centered within a white circle. The circle is partially enclosed by a white line that forms a partial square shape. The background is a solid green color.

2

Unidad 2

Nuevos modelos de
negocios, clúster,
alianzas, consorcios

• • • •

A stylized globe composed of various shades of green and grey geometric shapes, including triangles and circles, creating a faceted, crystalline appearance. The globe is set against a light grey background.

Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llenez

Introducción

El propósito de esta cartilla consiste en conocer los elementos fundamentales de los clústers como elemento clave en las tendencias de los negocios internacionales. Estos terminan definiendo asuntos importantes como las innovaciones y la sostenibilidad, dado que según haya una aglomeración de determinada actividad en un territorio, hay bastantes posibilidades de que perdure una actividad productiva. Adicionalmente, los encadenamientos que se dan alrededor de estas actividades reunidas en un lugar concreto; estimulan los procesos de aprendizaje y transferencia de conocimiento de las empresas.

En cuanto a la convergencia, a este modelo también resultan relevantes las fuerzas que lo pueden estimular. Inicialmente nos encontramos al Estado como impulsor de las actividades que se generan a través de financiamiento y estímulo a las innovaciones. También hay que agregar que el Clúster es determinante a la hora de definir un negocio debido a que es fácilmente identificable una actividad productiva que tiene relación con las aglomeraciones productivas que se dan en un espacio geográfico. Y estas aglomeraciones facilitan encadenamientos entre distintos niveles productivos, en los cuales se pueden fortalecer o iniciar determinados negocios. Finalmente, al ver un caso concreto se podrá entender mejor la forma en que opera un clúster en la dinámica de los mercados mundiales.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

Nuevos modelos de negocios, clúster, alianzas, consorcios

Al referirse al concepto de clúster es necesario evocar a Alfred Marshall como el origen de la teoría de clúster:

Cuando una industria ha escogido una localidad para situarse en ella, es probable que permanezca en la misma durante largo tiempo, pues son muy grandes las ventajas que los se dedican a la misma industria se obtienen de la mutua proximidad. Los misterios de la industria pierden el carácter de tales; están como si dijéramos en el aire y los niños aprenden mucho de ellos de un modo inconsciente. El buen trabajo es apreciado como se merece; los inventos y los perfeccionamientos en la maquinaria, en los procesos de fabricación y en la organización general de los negocios, se estudian pronto para dilucidar sus méritos o inconvenientes; si una persona lanza una nueva idea, ésta es adoptada por las demás y combinada con sus propias sugerencias, y de este modo se transforma en una fuentes de otras nuevas ideas (Marshall, 1957, p. 205).

El autor introduce aquí la noción sobre la ventaja generada por la proximidad física entre las que se destaca la apropiación del conocimiento que se expande libremente entre los empleados de las empresas que se establecen en un lugar. Así mismo reconoce las ventajas que dicho proceso tiene como fuente para la innovación.

A su vez Marshall (1957), afirma que dado lo anterior pronto las actividades subsidiarias se establecen en las proximidades, proporcionando a la industria principal útiles y materiales, organizando su tráfico y tendiendo de diversos modos a la economía de su materia. Así mismo, en todas las etapas del desarrollo económico... una industria localizada obtiene una gran ventaja del hecho de ofrecer un mercado constante de mano de obra especializada. Los patronos acostumbran a dirigirse a cualquier lugar donde esperan encontrar probablemente una buena selección de trabajadores dotados de la habilidad especial que ellos necesitan, mientras que los que buscan trabajo van, naturalmente, a los lugares donde hay muchos patronos que necesitan obreros de su especialidad y donde pueden, por tanto encontrar probablemente un buen mercado (Marshall, 1957, p. 227). Alrededor entonces de estas aglomeraciones de empresas, se instalan otros sectores proveedores de insumos y servicios o actividades complementarias como consultoría, de igual manera la mano de obra se traslada a los centros de mayor demanda lo que afecta el crecimiento del mercado de los productos.

El refinamiento de esta teoría sobre la aglomeración de empresas fue retomada por el profesor de origen Norte Americano Michael Porter. Para este autor:

Un clúster es un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones conexas, pertenecientes a un campo concreto, unidad por rasgos comunes y complementarias entre sí. Los clúster adoptan varias formas dependiendo de su profundidad y complejidad, pero la mayoría de ellos comprenden empresas de productos o servicios finales, proveedores de materiales, componentes, maquinaria y servicios especializados, instituciones financieras y empresas de sectores afines. En los clúster también suelen integrarse empresas que constituyen eslabones posteriores de la cadena (es decir, canales de distribución o clientes); fabricantes de productos complementarios; proveedores de infraestructura; las instituciones públicas y privadas que facilitan formación, información, investigación y apoyo técnico especializado (universidades, grupos de reflexión, entidades de formación profesional) y los institutos de normalización. Los organismos del Estado que influyen significativamente en un clúster pueden considerarse parte de él...en muchos de estos están incorporados también, asociaciones comerciales y otros colectivos de carácter privado que apoyan a los miembros del cúmulo (Porter, 2005, p. 205).

De acuerdo a lo anterior dentro de un clúster se puede considerar la presencia de los actores que se presentan en la siguiente figura:

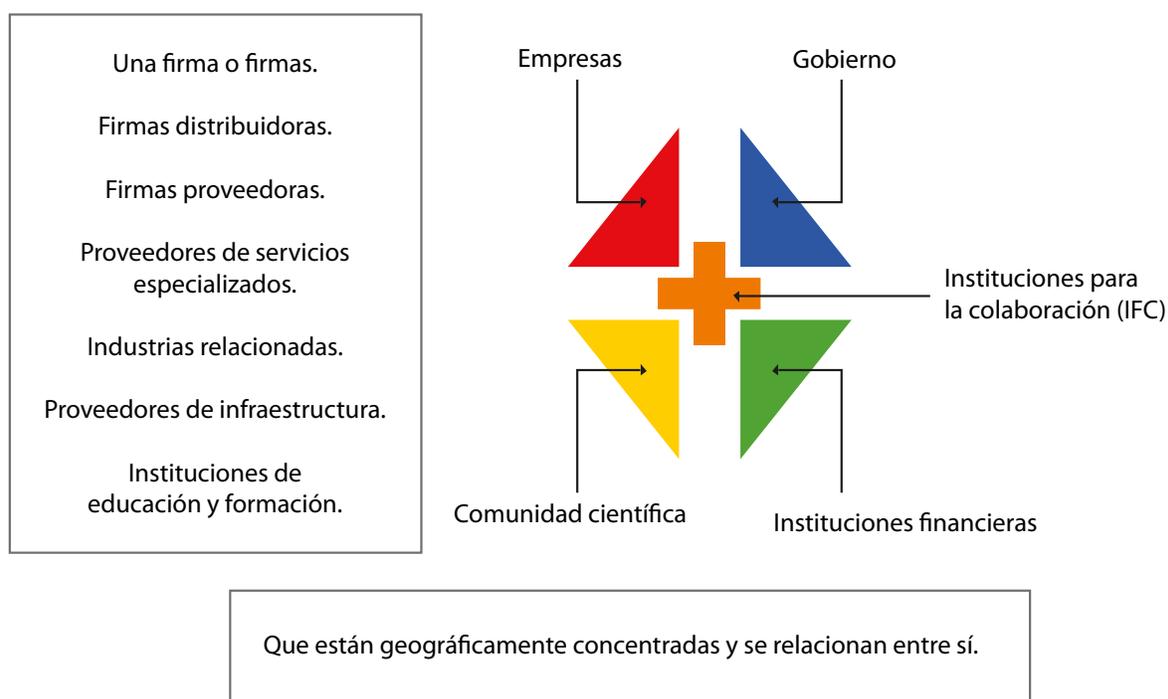


Figura 1.

Fuente: Centro de Estrategia y Competitividad, Facultad de Administración, Unidades. 2006. Tesis de grado Norma Pérez.

El profesor Porter sugiera además que

Para identificar los elementos que integran un clúster es necesario comenzar por una gran empresa o concentración de empresas similares y observar los niveles superiores e inferiores de la cadena vertical de empresas e instituciones. La siguiente etapa consiste en observar en horizontal para identificar sectores que pasan por canales similares o que producen bienes y servicios similares. Las cadenas horizontales adicionales de sectores pueden identificarse en función del empleo de tecnologías o materiales especializados similares o en función de otros nexos de relación correspondientes a la oferta. La siguiente etapa después de la identificación de los sectores y empresas que forman parte del clúster consiste en ver qué instituciones le proporcionan conocimiento, tecnologías, información, capital o infraestructuras especializadas, y en qué organismos colectivos están integrados sus miembros. La última etapa consiste en identificar los órganos de la Administración y otros cuerpos normativos que influyen significativamente en los componentes de un clúster. Establecer las fronteras de un clúster suele ser cuestión de grado y requiere un proceso creativo apoyado en el conocimiento de las relaciones de complementariedad más importantes que existen entre los sectores y las instituciones. Las fuerzas de estas relaciones y la importancia que tienen para la productividad y la innovación son los factores que determinan los límites definitivos (Porter, 2005, p. 208).

Esquemas bajo los cuales operan los negocios en los mercados mundiales

Según los argumentos del Michael Porter, los esquemas bajo los que operan los negocios en los mercados mundiales tienen los siguientes referentes:

Incrementar la productividad y la eficiencia, ya que facilitan el acceso eficiente a insumos especializados, servicios, empleados, información, instituciones y bienes públicos (como por ejemplo Programas de Formación), la transacción y coordinación entre firmas, hacer más rápida la difusión de mejores prácticas, y generar fuertes incentivos para mejorar frente a rivales locales.

La innovación, mejora la habilidad de percibir oportunidades de innovación, con la presencia de múltiples proveedores e instituciones para coadyuvar en la generación de conocimiento y da la facilidad para experimentar, dada la disponibilidad de recursos locales.

Clústers que facilitan la comercialización, al brindar las oportunidades para nuevas compañías y nuevas líneas para nuevos, facilitar la comercialización de nuevos productos y la creación de nuevas compañías, ya que es más fácil debido a la disponibilidad de destrezas, proveedores, etc.

Como herramienta de política económica, genera una nueva forma de pensar en cuanto a la economía y la organización de esfuerzos, mejor alineación con la realidad de la competencia y las fuentes de ventaja competitiva. Los clústers incluyen eslabones importantes en términos de tecnología, destrezas, información, mercadeo y necesidades del cliente que se dan entre firmas e industrias. Estos eslabones son fundamentales para la

competencia y, en especial, para la dirección y ritmo de la innovación. Además buscan reformar el papel del sector privado, el gobierno, las asociaciones de comercio y las instituciones de educación e investigación, reúne a firmas de todos los tamaños, crea un foro para un diálogo constructivo entre los negocios y el gobierno, es un medio para identificar oportunidades comunes, no solo problemas comunes y provee una guía para las políticas económicas y sociales.

Dentro de este marco, en el estudio de caso del clúster de música de Bogotá se deben identificar los actores que lo conforman y establecer las relaciones que mantienen, así mismo establecer los factores que influyen en la productividad, la innovación y comercialización, como elementos claves de la competitividad.

Uno de los principales clústers apoyados por el Banco Mundial

Para Pérez (2008), en Colombia los estudios a nivel de clúster son muy escasos y específicamente no existe un estudio sobre el clúster de música en Bogotá. El convenio Andrés Bello, el Ministerio de Cultura así como otras organizaciones no gubernamentales han adelantado estudios y procesos de planificación enfocados al sector de industrias creativas y artes de la ciudad, existen además estudios sobre el clúster de música de la cultura Vallenata. Sin embargo, el clúster de música de la ciudad de Bogotá que no solo tienen una connotación de cultura diferente por la combinación y fusión de ritmos sino además de negocios y comercialización, ha sido muy poco estudiado y analizado desde la perspectiva de clúster, lo que implica no solo el nivel de profundidad del mismo sino las interrelaciones que se establecen entre las empresas y las instituciones para la colaboración con las que cuenta dicho clúster.

De otra parte resulta de especial interés estudiar el clúster de música dada la relevancia económica a nivel mundial, nacional y regional: El sector de industrias creativas (del cual hace parte la música) en el 2000 aportó aprox. el 2% del PIB Nacional, a pesar de que algunos sectores se caracterizan por la informalidad, es decir que esta cifra puede ser incluso mayor. Así mismo las exportaciones de la industria fonográfica crecieron en promedio un 20.9%, entre 1997 y 2001. Las exportaciones pasaron de representar el 8% del total de las ventas en 1997, al 20% en 2000 (Pérez, 2008).

Por otro lado según Pérez (2008), existe un crecimiento constante de mercados mundiales en nichos especializados como el de World Music:

- En Francia representa aprox. el 6% del mercado fonográfico (35.000 referencias publicadas al año).
- La venta de CD de este género en Francia para el 2003 fue de aprox. 6.5 millones de Euros, lo que representa un incremento del 5.2% frente al 2002.

Del TOP 100 de ventas de este mercado, el 21% proviene de América Latina, lo que representa un potencial importante para Colombia.

Precisamente en el nicho mencionado de las músicas del mundo, Bogotá tiene un gran potencial ya que aquí se ubican artistas, colectivos, productores y empresarios líderes, que trabaja en el circuito de la World Music o Música del Mundo, como desde 1980 se denomina en la industria al nicho de mercado de músicas no occidentales, tradicionales, o venidas de la periferia. Colombia tiene un gran potencial en este mercado, debido a la diversidad de sus expresiones musicales, tanto tradicionales como modernas, y en

ese nicho, dado el interés cultural que ha incrementado su demanda, se tienen para Bogotá y el país, las mejores oportunidades de desarrollar negocios. Entre los representantes de la música independiente colombiana que hacen parte de este circuito del Word Music están: Sidestepper, Chocquibtown, Malalma, Orquesta la 33, Petrona Martínez, Etelvina Maldonado, Cholo Valderrama, Aterciopelados, entre otros (Pérez, 2008).

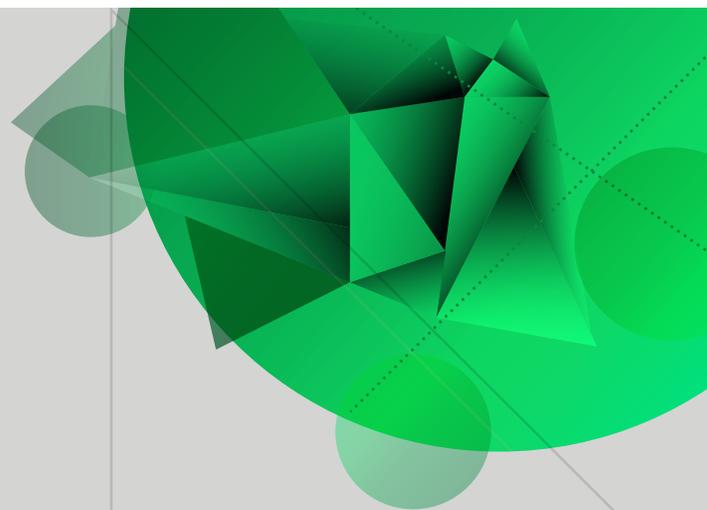
Se suma al boom del talento colombiano como el posicionamiento de artistas en el exterior, el reconocimiento de la calidad de los servicios profesionales colombianos (música, imagen, diseño, moda), la capacidad de producción, la tendencia de crecimiento de sellos independientes (ubicados principalmente en Bogotá), el desarrollo de las TIC que abren nuevas puertas para llegar a los mercados mediante la Industria Digital (desarrollo que se intensifica en la capital colombiana), la diversificación de servicios de la industria ya que no solo se vende a través de discos, sino que integra otros medios como TV, videos, películas, telefonía celular, reproducción y descargas digitales, así como la función jalonadora del sector de la música de otras industrias relacionadas (Ej: turismo) (Pérez, 2008).

Por lo anterior el estudio de caso propuesto busca enfocarse en identificar cuáles son los factores del clúster de música – refiriéndose específicamente a la producción independiente de músicas del mundo- de Bogotá que le permitirán generar ventajas competitivas en el mercado nacional e internacional (Pérez, 2008).

3

Unidad 3

Nuevos sectores
de desarrollo
empresarial



Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llanez

Introducción

El propósito de esta cartilla consiste en analizar los nuevos sectores de desarrollo empresarial. Para esto se indaga en uno de los elementos más significativos en cuanto a la manera en que el desarrollo empresarial ha venido tomando forma, es decir, con micro, pequeñas y medianas empresas. Estas han venido desplazando al esquema de producción en serie, en donde lo que terminaba siendo fundamental era la producción masiva sin importar las especificidades del consumidor final.

Con este nuevo modelo de desarrollo empresarial a través de micro, pequeñas y medianas empresas, surgen sectores nuevos que se especializan en hacia quién va dirigida la producción. Algo que resulta trascendental para ver oportunidades de negocio dado que al fijarse la producción en su receptor, hay más probabilidades que ese producto perdure en el mercado. Así, para ver todo estos puntos es necesario contextualizar estas empresas dentro del entorno que las condicionan o potencializan, es decir, dentro de las condiciones y estímulos que les coloca el Estado.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

Nuevos sectores de desarrollo empresarial

En los nuevos sectores de desarrollo empresarial hay un elemento que es sumamente importante: las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Estas son sumamente significativas para la estructura productiva del país. Tienen un peso trascendental en aportes al PIB y en la generación de empleo. Al mismo tiempo su dificultad para acceder al sistema financiero, las hace vulnerables ante los retos globales enmarcados dentro de los criterios de competitividad y productividad. Para estar dentro de estos conceptos vemos que desde las primeras elaboraciones teóricas, se aprecia que el Estado debe tener un rol protagónico en la generación de unas condiciones mínimas para el desarrollo de lo que hoy llamaríamos un entorno favorable para el desarrollo de las MIPYMES.

Desde la institucionalidad se ha empezado a reconocer la importancia de las micro y pequeñas empresas como dinamizadoras de la economía nacional. Más cuando la organización macroeconómica actual no absorbe mano de obra y la que genera está cada vez más precarizada; se ve en la figura del emprendimiento una alternativa para el manejo de la variable del empleo. Afortunadamente se parte del principio de crear emprendimientos bajo el referente de vincularlos a cadenas de valor que tenga potencial de mercado.

Una mirada interesante sobre el tema empresarial la encontramos en Weber (1904) al considerar elementos culturales y religiosos en lo que él denomina el “espíritu del capitalismo”. Lo que hoy llamamos emprendimiento para este autor está relacionado con un componente religioso y cultural. En el catolicismo el trabajo es concebido como castigo, mientras que en la ética protestante el trabajo dignifica al ser humano. Su análisis indica que el tradicionalismo impide la expansión del sistema basado en la competencia empresarial. Concluye que la noción de labor como un fin en sí mismo es, el factor fundamental, por encima de la noción de lucro en la consolidación del sistema capitalista. Y esta noción de labor obedece a fenómenos culturales y religiosos como los aportados por la ética protestante, que introduce lentamente en el individuo un sentido de obligación moral en el cumplimiento de las tareas.

Las micro, pequeñas y medianas empresas y su importancia en los nuevos sectores de desarrollo empresarial

Generalidades

Cala (2005) estima que hay un número por encima de un millón de Pymes que aportan más del 50% del Producto Interno Bruto. Existe una gran mayoría sin ninguna clase de registro. Solamente una pequeña parte están registradas y cumplen todos los requerimientos legales. Asimismo, en Colombia las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son las que más influyen en la generación de empleo. Las micros generan el 50.3% del empleo, las pequeñas el 17.6%, las medianas el 12.9% y las grandes el 19.2%. (DANE, 2005).

En total el 96.4% son micros, el 3% pequeñas, el 0.5 medianas y el 0.1% son grandes empresas (DANE 2005). Estas unidades productivas son hoy factor de crecimiento y dinamismo en el sistema económico. ACOPI, señala que en 2003, las MIPYMES representaron el 96% de las empresas existentes en Colombia 25% de las exportaciones totales y el 33% de las exportaciones no tradicionales. Además, representan 92% de los establecimientos industriales, generan 33% del total de valor agregado, el 31% de la inversión neta y el 45% del consumo industrial nacional. En cuanto a la definición de las MIPYMES, la ley 590 de 2000 contiene lo siguiente:

Definición de MIPYMES

Tipo de empresa	Empleados	Activos
Micro	Hasta 10	Menos de 501 SMLV
Pequeña	Entre 11 y 50	Desde 501 y menos de 5.001 SMLV
Mediana	Entre 51 y 200	Desde 5.001 y menos de 15.000 SMLV
Grande	Más de 200	Más de 15.000 SMLV

Tabla 1. SMLV: Salario mínimo legal vigente
Fuente: DANE, 2005.

Características de las Microempresas en las tendencias de los mercados mundiales

Según el CONPES 3484 las Microempresas en su mayoría son establecimientos que ocupan menos de 5 empleados y se dedican principalmente a desarrollar actividades del sector comercio (49.9%) especialmente del comercio al por menor (47.3%) y del sector servicios (39.1%). Mientras que a la industria solo se encuentra el 11% lo cual evidencia el proceso de desindustrialización de la estructura económica.

Siguiendo el CONPES 3484 entre las características más relevantes de las Microempresas, se destacan: i) sus altos niveles de informalidad, ii) sus bajos niveles de asociatividad, iii) la estrechez de los mercados a los que dirigen sus productos, iv) el bajo nivel tecnológico y de formación de sus recursos humanos, y v) el limitado acceso al sector financiero.

Los altos niveles de informalidad en las microempresas se reflejan en el elevado porcentaje de empresas que no pagan impuestos (53.5%); que no llevan registros contables (42%) y que no tienen registro mercantil (45%) (Cárdenas, 2007). Según Castañeda y Cubillos (2002) los niveles de beneficios de las empresas unipersonales fueron en promedio de 1.5 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Esos altos índices de informalidad en las prácticas empresariales de las Microempresas reflejan su baja capacidad para llevar a cabo actividades rentables y con potencial de expansión que les permita cubrir los costos de operar en el sector formal de la economía.

Por otro lado, el mercado en el que operan las Microempresas es bastante limitado, y su articulación con otras empresas es débil. Un alto porcentaje de esas empresas vende sus productos y servicios en nichos de mercados locales, principalmente a consumidores de bajos ingresos, donde los requisitos de calidad, precio y volumen son poco exigentes (Chávez, 1997). Además, el hecho de que sus principales clientes sean directamente los consumidores, no les genera incentivos para formalizar su actividad, como sí sucede cuando son proveedoras de otras empresas de mayor tamaño.

De igual forma, el acceso de las Microempresas a la tecnología es restringido y prima la utilización de máquinas y equipos de tecnologías atrasadas, así como el uso de recurso humano semicalificado y no calificado Cabal (1996).

Finalmente, las Microempresas tienen un acceso limitado al sector financiero. Según Castañeda y Fadul (2002) el apalancamiento que usan los Microempresarios al momento de iniciar su negocio proviene principalmente de los ahorros acumulados por la familia y de los ingresos de trabajos anteriores (72%). Los préstamos de amigos y familiares, constituyen otra importante fuente de financiación (16%), mientras que los bancos y las financieras tan solo representan el 5% y las ONG el 4%. El limitado acceso a fuentes de financiamiento formal, se explica en parte porque para las Microempresas es muy difícil satisfacer los requisitos que el mercado formal impone (garantías, documentación etc.) y porque las condiciones de los créditos no se ajustan a sus requerimientos.

Características de las PYMES en las tendencias de los mercados mundiales

Un alto porcentaje de pequeñas y medianas empresas se dedica a una gran variedad de actividades del sector servicios (59.2%). El comercio y la industria le siguen en importancia similar con 21.5% y 19.3%, respectivamente. (CONPES 3484). Además El CONPES 3484, reseña las siguientes características de las PYMES: i) su baja capacidad de innovación, ii) el bajo uso de tecnologías de información y comunicaciones (TICs), iii) el limitado acceso al financiamiento adecuado, iv) los problemas para la comercialización de sus productos y la obtención de insumos, y v) la limitada participación en el mercado de la contratación pública.

La baja capacidad para innovar se relaciona con la limitada inversión de las Pymes en investigación y desarrollo y con su débil relación con el Sistema Nacional de Innovación (SNI). De acuerdo con la segunda Encuesta de Innovación y Desarrollo Tecnológico para la industria manufacturera, en el año 2004 las Pymes invirtieron, como proporción de sus ventas, tres veces menos en investigación y desarrollo en comparación con las grandes empresas. Además, sólo el 0.8% de las Pymes interactuaron con el SNI, mientras que en el caso de las grandes empresas este porcentaje fue del 1,9% (DANE, DNP, Colciencias, 2004-2005).

Aunque no se cuenta con estadísticas representativas para analizar en detalle la utilización de TIC por parte de las Pymes, a nivel nacional se han observado importantes avances en la disponibilidad de infraestructura y disminuciones en las tarifas de acceso, que han contribuido a incrementar la adopción y uso de estas tecnologías. Sin embargo, los niveles de utilización y calidad se mantienen bajos y el país aún se ubica por debajo de los promedios latinoamericanos. (*Global competition Index, 2006-2007*). El sector empresarial muestra una baja utilización de los servicios de Internet para tareas productivas, frente al uso generalizado de servicios de uso libre y de correo electrónico. (*DANE, 2003*). Así mismo, el desarrollo del comercio electrónico es incipiente, con una participación de 0.4% del total de Latinoamérica (*The economist, 2007*).

Respecto al acceso a financiamiento, existen importantes avances en la colocación de crédito bancario y de proveedores. Alrededor de 90% de las instituciones financieras han creado secciones especializadas en Pymes y de acuerdo con la Encuesta de Opinión Em-

presarial de Fedesarrollo, en 2006 el crédito bancario representó el 33% de la estructura financiera de las Pymes, constituyéndose en su principal fuente de financiación. Le siguió en importancia el crédito de proveedores (28%), la reinversión de utilidades (16%) y el leasing (8%)¹ (Fedesarrollo, 2006).

En cuanto a la comercialización de productos y la obtención de insumos, Fundes (2003) ha indicado que la mayoría de las Pymes no concibe los mercados externos como una oportunidad. Dentro de las restricciones para vender sus productos en el exterior se destacan los altos costos para exportar, la carencia de servicios logísticos y de infraestructura, y el acceso limitado a información comercial. Únicamente el 12% de las pequeñas y el 22% de las medianas empresas manifestaron haber exportado en los dos años anteriores a la encuesta. Dentro del grupo de empresas no exportadoras, solo el 9% de las medianas y menos del 7% de las pequeñas empresas, intentó exportar alguna vez (Fundes, 2003).

Finalmente, aunque no se cuenta con estadísticas oficiales sobre la participación de las Pymes en el mercado de la contratación pública, se estima que ésta es baja. El Conpes (2007) reseña que Estudios del Proyecto de Contratación Pública-PRAP señalan que de los 39.5 billones de pesos susceptibles de contratación, 6 billones corresponden a contratos cuya cuantía fue inferior a 750 salarios mínimos mensuales legales vigentes, lo cual evidencia el potencial de este mercado para el desarrollo de las Pymes.

Políticas de Estado para el fomento de los nuevos sectores de desarrollo empresarial

Sedano (2009) argumenta que “La política es clara en plantear que lo que busca es incrementar la competitividad del sector productivo, para que esto genere bienestar y calidad de vida a la población”. En este sentido en este trabajo se hace un análisis del origen y la implementación de la política pública alrededor de los temas de competitividad y productividad. Conceptos sobre los que orbita actualmente el tema empresarial.

Siguiendo a Sedano (2009) se encuentra que desde la constitución (artículos 333 y 334) el Estado tiene la competencia para intervenir en los temas de competitividad y productividad. Además desde el primer gobierno posterior a la constitución (Samper) se dedicó un capítulo al asunto, con el nombre de “competitividad para la internacionalización” centrado el criterio en la penetración de mercados externos. Una de las estrategias consiste en “Innovación, competitividad y desarrollo tecnológico... el propósito...es desarrollar redes de innovación” (Sedano, 2009). Las cuales tienen la función de dar apoyo a las empresas en investigación y en interactuar con las universidades y con otras empresas que tengan experiencia en innovación. El modelo fue y promocionado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) con la idea de ayudar a integrar a los países en vía de desarrollo en la economía mundial.

Dentro de este marco surge el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología (SNC y T) en 1991 y se derivó en 1995 el Sistema Nacional de Innovación (SNI), donde se le da cabida a los nuevos actores propuestos para las redes de innovación: empresas, gremios

de producción, Sena, Superintendencia de Industria y Comercio, centros de desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas de base tecnológica, centros regionales de productividad, Bancoldex, Proexport, IFI, Fondo Nal de Garantías y banca comercial, entre otros (Conpes 3080).

En cuanto a la competitividad en el Conpes 3297 de 2004, se retoma la política pública sobre competitividad con la definición de una “Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad (AI)”, en la cual uno de los temas a tratar era Innovación y Desarrollo Tecnológico. Uno de los resultados de esta AI fue la creación en el 2005 de la Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y la Productividad y con el Conpes 3439 de 2006 se crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad (SNC) y se comienza a trabajar en una Política Nacional de Competitividad.

Adicionalmente El Conpes 3527 de Junio 23 de 2008, impulsado por el SNC, define la Política Nacional de Competitividad y Productividad, donde se acepta que la competitividad es un “término complejo, que admite múltiples definiciones”(DNP, 2008, p. 5) siendo la productividad la forma menos controversial de medirla. Sin embargo luego define competitividad “como un complemento a las condiciones del entorno para el crecimiento” (DNP, 2008, p. 5).

Teniendo en cuenta estos elementos se crean los siguientes pilares de la política de competitividad: Desarrollo de sectores o clústers de clase mundial; promoción de la productividad y el empleo; formalización laboral y empresarial; promoción de la ciencia, la tecnología y la innovación.

A nivel distrital en el Conpes 3256 de 2003

se fijan políticas y estrategias para la gestión concertada del desarrollo de la Región Bogotá-Cundinamarca. Plantea cuatro instrumentos de financiación para el fortalecimiento de capacidades regionales de ciencia y tecnología: “Las Agendas Regionales de Ciencia, Tecnología e Innovación; los Programas Territoriales Ciencia Tecnología e Innovación como fase dos de las Agendas Regionales; los Proyectos de Investigación-Acción que vinculan a generadores y usuarios del conocimiento; y las Redes Regionales, las cuales buscan fortalecer el capital social regional” (DNP, 2003).

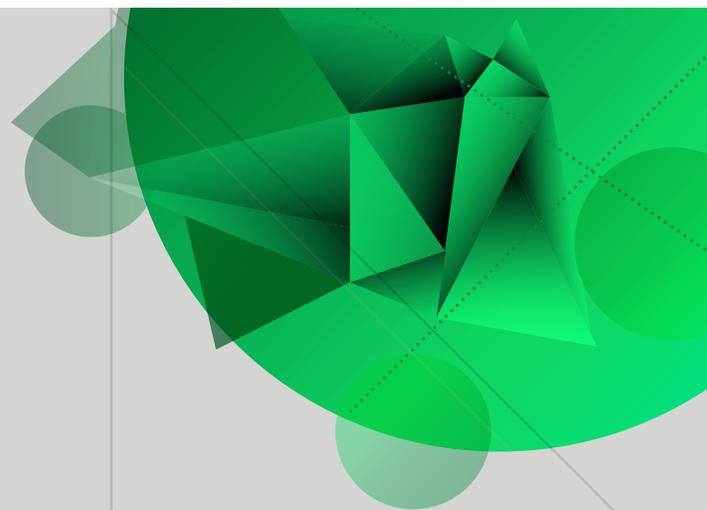
Adicionalmente, La Administración Distrital, a través de la Comisión Distrital de Ciencia Tecnología e Innovación, en Octubre de 2007, produce el “Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación Bogotá D.C.: Bogotá Sociedad del Conocimiento”, el cual mantiene exactamente el mismo marco conceptual de la Agenda Regional, pero propone como Visión que para el 2019 la ciudad sea reconocida a nivel nacional e internacional, como una “Sociedad del Conocimiento y una economía de la innovación”(Comisión Distrital de Ciencia, Tecnología e Innovación, 2007, p. 13).

Para Sedano (2009) se ve la preocupación del Distrito por lograr tener un sector productivo de talla mundial, que posicione a Bogotá como una ciudad global y entendiendo que la única manera en que se podrá llegar a tener un sector productivo competitivo o con ventajas competitivas es promocionando y fortaleciendo los procesos de innovación a este nivel.

3

Unidad 3

Líneas estratégicas
en los nuevos
sectores de
desarrollo
empresarial



Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llanez

Introducción

El propósito de esta cartilla es profundizar en detalles de los nuevos sectores de desarrollo empresarial. Un elemento importante tiene que ver con las líneas estratégicas que terminan definiendo los sectores productivos hacia los cuales el Estado coloca los incentivos. Algo sumamente importante en términos de negocios dado que al conocer en donde están los beneficios (en créditos e infraestructura) se pueden ir identificando determinados nichos de negocios.

Para lo anterior resulta ilustrativo visualizar un estudio de caso. Aquí se muestra una localidad de Bogotá en donde se han identificado unos sectores clave hacia los cuales la alcaldía local viene pensando en potencializar. De esta manera al partir de una caracterización e identificación de los elementos productivos del territorio, se puede orientar un determinado tipo de negocio. Posteriormente queda más fácil lograr que dicho negocio tenga sostenibilidad dado que tiene un apoyo no solo productivo sino institucional.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas

Líneas estratégicas en los nuevos sectores de desarrollo empresarial

En el CONPES 3484 expresa que “Las estrategias de política que aquí se presentan, tienen como objetivo el logro de la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y competitividad de las Microempresas y de las Pymes”. Se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad, y que logren insertarse y posicionarse en los mercados nacionales e internacionales.

Esta Política ha sido estructurada alrededor de nueve líneas estratégicas *interdependientes y complementarias*: i) la facilitación del acceso a servicios financieros; ii) el fomento a la formalización de la actividad empresarial; iii) el fomento al desarrollo del mercado de servicios no financieros de desarrollo empresarial (SDE); iv) el fortalecimiento de la capacidad de innovación y la transferencia de tecnología; v) la promoción del uso de TIC; vi) el acceso a la formación para el trabajo; vii) la facilitación del acceso a mercados; viii) el fomento del emprendimiento; y ix) la promoción de la articulación productiva y la asociatividad empresarial.

Asimismo el Conpes 3678, define 8 sectores estratégicos sobre los que deben moverse las anteriores políticas: autopartes; energía eléctrica bienes y servicios conexos; industria de la comunicación gráfica; textil, confecciones, diseño y moda; tercerización de procesos de negocios & outsourcing (BPO&O); software y tecnologías de la información; cosméticos, productos de aseo y absorbentes; y turismo de salud.

Además para estos sectores se enfatiza en generar condiciones favorables alrededor de los siguientes elementos: talento humano, normatividad y regulación (afín con la internacional), fortalecimiento de la industria y promoción e Infraestructura.

Acceso a servicios financieros

Se le da un rol protagónico a Bancóldex, en síntesis el Conpes 3484 establece que se fortalecerá sus líneas de crédito de largo plazo con garantías complementarias para incentivar a los intermediarios financieros a que las coloquen manteniendo las condiciones favorables de plazo, tasa y periodos de gracia establecidas por Bancóldex. Este fortalecimiento supone igualmente la corrección de las asimetrías regulatorias con otras entidades públicas

de redescuento, que permitan el acceso de las Microempresas y Pymes a los servicios financieros ofrecidos por Bancóldex en condiciones favorables. También Fomipyme es un fondo que ha venido apoyando el fortalecimiento de las Mipymes en áreas como normas de calidad, mercado, TIC... para empresas que tengan dos años de estar constituidas y con recursos no reembolsables.

Para garantizar el acceso a fuentes alternativas de financiación se establecerá una política de estímulo a los fondos de inversión, en la que se determine la clase de participación que tendrá el Estado, los recursos que dedicará a este objetivo y los esquemas de fomento y acompañamiento a las empresas, entre otros aspectos. Como mecanismo adicional, se optimizará el desarrollo de esquemas fiduciarios específicos para Microempresas y Pymes, que faciliten su acceso a fuentes de financiación.

Fomento a la formalización

El documento en cuestión parte de reconocer que "La formalización de las Microempresas solo puede ser el resultado de un proceso de fortalecimiento de su capacidad productiva y de su crecimiento económico". Se plantean unas estrategias pero sin mucha elaboración, solamente hay unos enunciados sobre cada tema: reducir los costos empresariales, a simplificar los trámites y a proveer información acerca de los procesos, implicaciones y beneficios de operar en el sector formal.

Fortalecimiento de la capacidad de innovación y transferencia tecnológica

Se tiene solamente planteado promover lo siguiente: la transferencia de tecnología

en las Microempresas y en la Pymes de tal manera que puedan adquirir, usar, adaptar y adoptar tecnología. Para fortalecer los vínculos entre las Microempresas y las Pymes con todas aquellas entidades que generan conocimiento (como las universidades, los centros de desarrollo tecnológico o centros de investigación) se plantea: la creación y consolidación de comités universidad empresa, oficinas de transferencia de resultados de investigación e innovación (OTRI) y cualquier otro mecanismo de cooperación y transferencia de tecnología entre dichos actores. Se pretende que esta estrategia permitirá que las necesidades del sector productivo se conviertan en agendas de investigación de las universidades y demás entidades de generación de conocimiento.

En cuanto a la formación del talento humano la idea planteada es: se cofinanciará la vinculación temporal de investigadores en las empresas y centros de investigación y desarrollo tecnológico, y se capacitará a los gerentes de las empresas en gestión de la innovación e incorporación de nuevas tecnologías.

Finalmente, se promoverá el sistema de propiedad intelectual mediante la cofinanciación de obtención de patentes, certificados de obtentor y licenciamiento de tecnologías.

Promoción del uso de TIC

Se pretende: diseñar una estrategia para promover el uso de las TIC en el sector empresarial, como parte del Plan Nacional de Tecnologías y Comunicaciones que está desarrollando el Ministerio de Comunicaciones.

Acceso a la formación para el trabajo

La idea consiste en que además de lo que hace el SENA, se destine un porcentaje del presupuesto del Programa Nacional de Formación Especializada y Actualización Tecnológica del Recurso Humano para la atención a las necesidades de las Microempresas y las Pymes.

Mercados

A Proexport le colocan estas tareas: i) la actualización de estudios sectoriales, ii) la actualización de estudios sobre nuevos productos a nivel internacional, y iii) la realización de proyectos de investigación en inteligencia competitiva.

Fomento del emprendimiento

Se considera bajo el enfoque de articular los emprendimientos a cadenas de valor con potencial de mercado. Que permitan ampliar la base empresarial y generar cambios sustanciales en la estructura productiva nacional.

El diseño de esta estrategia espera partir de la realización de un inventario y una evaluación del impacto de los actuales programas de emprendimiento. A partir de allí, se generarán mecanismos de coordinación de los diversos instrumentos de apoyo y se desarrollarán instrumentos específicos de financiación adecuados a las diversas fases del proceso de formación y consolidación de las nuevas empresas (capital semilla, capital de arranque y capital de riesgo).

De igual manera, la estrategia contemplará el desarrollo de sistemas de información confiables que evidencien oportunidades de negocio; los mecanismos para fortalecer las redes de cooperación entre las univer-

sidades, el sector privado y las entidades del Estado para impulsar el surgimiento de emprendimientos; el desarrollo de mecanismos tendientes a reducir los costos de operación de las empresas en sus primeros años de operación; y el diseño de intervenciones diferenciadas de acuerdo a las características y capacidades de los diversos grupos de poblaciones con vocación emprendedora (jóvenes emprendedores, poblaciones vulnerables, etc.).

Lo anterior implica llevar a cabo un amplio ejercicio de coordinación que complemente esfuerzos entre las distintas áreas y niveles del Gobierno, los organismos de cooperación internacional y las organizaciones privadas que desarrollan programas de emprendimiento para definir derroteros de acción comunes hacia el logro de esos objetivos.

Articulación productiva y asociatividad empresarial

Las intenciones de esta política giran alrededor de los siguientes puntos: i) articular esfuerzos público – privados para identificar y consolidar proyectos asociativos, ii) desarrollar y proporcionar metodologías para el trabajo asociativo empresarial, iii) posibilitar la gestión de recursos financieros y no financieros, y iv) sistematicen las experiencias que se generen, con el objeto de incentivar el desarrollo de estrategias de subcontratación industrial entre eslabones y/o cadenas productivas y/o clústers nacionales con los internacionales.

Estudio de caso sobre los nuevos sectores de desarrollo empresarial: caracterizaciones empresariales

El foro económico mundial (2008) usa unos criterios que han venido siendo unificados para la elaboración de caracterizaciones empresariales. Tiene en cuenta los siguientes elementos: los asociados al entorno económico, los asociados a la estructura empresarial y los proyectos estratégicos para el desarrollo local. Esta metodología fue usada por la cámara de comercio de Bogotá para realizar el perfil económico y empresarial de la localidad de Suba. En este sentido a lo adicionalmente ya mencionado sobre las generalidades de Suba en el estudio de la cámara de comercio, encontramos unos elementos de seguridad, infraestructura y gobierno (Cámara de Comercio de Bogotá, 2007) En seguridad, En el caso de hurto a establecimientos, la tasa por cada 10.000 habitantes de la localidad es la tercera más elevada de la ciudad.

En lo planteado por el gobierno local una de las estrategias del capítulo 3 “Ciudad Global” del plan de Desarrollo de Suba, contempla: “Promover el emprendimiento y el fortalecimiento empresarial con énfasis en formas empresariales asociativas y solidarias en los sectores poblacionales más vulnerables”.

Para desarrollar esta estrategia se encuentre el siguiente programa: **“Fomento para el desarrollo económico.** Promover el emprendimiento, el fortalecimiento empresarial y potenciar los medios de financiación que fomenten la generación de ingresos y oportunidades de empleo”.

Estructura empresarial para el estudio de caso

Número de empresas

El perfil económico y empresarial de la cámara de comercio maneja los siguientes datos: se registraron 227.000 empresas en Bogotá en 2006. Del total de empresas de la ciudad, 10%, equivalente a 22.359 empresas, se ubicaron en la localidad de Suba. Frente a las demás localidades de la ciudad Suba ocupó el segundo lugar por número de empresas. En términos de capital, las empresas en Bogotá reportaron \$332 billones, de los que \$7 billones pertenecen a la localidad de Suba con lo cual la localidad se ubicó en el sexto puesto por valor de activos.

Siguiendo con este documento se encuentra que La Localidad Suba registró una estructura empresarial concentrada en el sector de los servicios (75%), otros sectores representativos para la economía local fueron la industria (13,5%) y la construcción (8,4%). La mayor participación del sector servicios es el resultado de la alta concentración del comercio (37% de las empresas) que, además, representó el eje de la economía local y en menor medida por la actividad de servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (12%), la actividad de los hoteles y restaurantes (7,3%) y la actividad de transporte, almacenamiento y comunicaciones (6,4%).

Asimismo según el tamaño de las empresas, la estructura empresarial de Suba se caracterizó por la mayor presencia de microempresas. “Del total de empresas en el 2006,

20.479 son microempresas, que representaron el 91,6% del total y el 10,2% de las de Bogotá. Las pymes en Suba representaron el 8,2%, mientras que la gran empresa (0,2%) registró una baja participación". Cámara de comercio (2007).

Por número de empresas, se destacaron las actividades de: comercio al por menor, en establecimientos no especializados (21%); comercio al por menor de productos nuevos de consumo doméstico en establecimientos especializados (20%); comercio al por menor de otros nuevos productos de consumo, en establecimientos especializados (12%), y comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (11%).

La industria es otro de los sectores representativos y dinámicos de la economía local. En el 2006 se registró un total de 3.021 empresas, el 13,5% de las empresas locales, de estas el 92% fueron microempresas. La industria en Suba reportó activos por valor de \$570 mil millones, el 8% del total de activos de las empresas locales, además, obtuvo ventas por un valor aproximado de \$692 mil millones, el 10% del total local y contrató cerca de 5.926 personas, el 14% del personal ocupado por los sectores económicos que desarrollan actividades productivas en la localidad.

La actividad inmobiliaria, empresarial y de alquiler representa una importante fuente de ingresos y empleo en la localidad, como lo demostró que en el 2006 concentrara el 12% de las empresas y \$1.1 billones en activos (16% de la **Actividad inmobiliaria, empresarial y de alquiler** total). Así mismo, los empresarios de esta actividad obtuvieron el 12% del valor de las ventas en la localidad y contrataron más de 5 mil personas, el 12% del personal ocupado.

El sector de la construcción en Suba cuenta

con el 8,4% de las empresas registradas en la localidad; en el 2006 el sector obtuvo el 7% de los activos (\$515 mil millones) y las ventas alcanzaron los \$505 mil millones, el 7% de las reportadas en ese año, además la construcción ocupó al 7% del personal reportado por las firmas locales. Las empresas de Suba dedicadas al negocio de construcción están dedicadas en mayor número a las actividades de construcción de edificaciones para uso residencial (28%); construcción de obras de ingeniería civil (27%); trabajos de electricidad (7%), y trabajos de demolición y preparación de terrenos para la construcción de edificaciones (6%).

Cadenas productivas identificadas en el estudio de caso

Cadena de productos alimenticios

El estudio indica que el 19% de las empresas registradas en la localidad podrían vincularse a esta cadena. 51%, pertenecen al eslabón de comercialización de productos, 42% a la transformación y el resto provee insumos a la cadena. El 96% son micros y el 4% pequeñas empresas (Cámara de Comercio de Bogotá, 2007).

Cadena de construcción

El 13% de las empresas (2907) se vincularían a la cadena de la construcción. 77% pertenece al eslabón de transformación, 18% proveedores de insumos y el 5% a la comercialización. Por tamaño el 86% son micros, 12% pequeñas y 4% medianas (Cámara de Comercio de Bogotá, 2007).

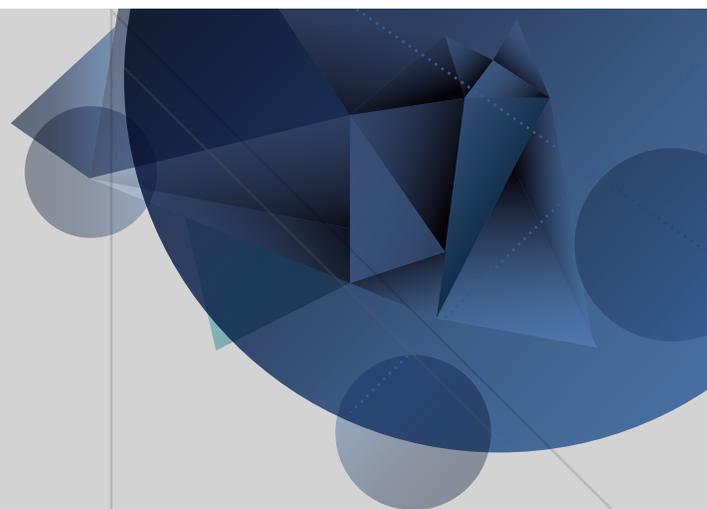
Cadena textil y confección

El 5% de las empresas (1033) podrían formar una cadena de confección. 50% son del eslabón de la transformación, 48% en comercialización y el resto proveedores de insumos. Por tamaño 94% son micros, 5% pequeñas y 1% medianas (Cámara de Comercio de Bogotá, 2007).

4

Unidad 4

Análisis del
mercado de
productos
y servicios
por sectores
económicos



Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llenez

Introducción

Esta cartilla tiene como propósito exponer los sectores económicos y hacer un análisis de uno de ellos. En términos económicos es importante conocer a que hace referencia cada uno de los mencionados sectores debido a que de esta manera se puede identificar en donde se encuentra el valor, es decir, la forma en que se concentra la producción. El sector primario y secundario son los que más absorben mano de obra debido tanto a la creación como transformación de insumos. En tanto que el terciario debería ser un apoyo para los dos anteriores pero se ha convertido en un mecanismo de especulación que entorpece la dinámica de la transformación industrial.

Debido a que el actual entorno internacional tiene que ver con la globalización en donde hay unos países emergentes como China, se encuentran una serie de oportunidades en el sector primario. Esto debido a que este país asiático ha venido sacando de la pobreza a una gran cantidad de gente y al sacarla de esta condición lo primero que se demanda es alimentos. Por lo tanto y teniendo en cuenta que Colombia es un país con un potencial en el sector primario, la cartilla analiza un estudio de caso en donde se identifica un potencial productivo sobre el cual se puede generar una dinámica de negocios.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

Análisis del mercado de productos y servicios por sectores económicos

Lo sectorial como elemento determinante en las tendencias de los mercados mundiales

Sectores económicos

En términos prácticos la actividad económica está dividida en tres sectores: primario, secundario y terciario. El primero hace referencia a lo agropecuario:

Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial (Banco de la República, 2014).

Aquí se encuentran todos los insumos primarios que posteriormente son transformados. El secundario hace referencia a:

Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación: Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo. Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc. (Banco de la República, 2014).

Este sector es el más dinámico en términos económicos dado que por su naturaleza de transformar insumos primarios absorbe bastante mano de obra. A su vez el sector terciario tiene que ver con:

Todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional (Banco de la República, 2014).

El sector terciario resulta siendo para algunos analistas (sobre todo en lo financiero) un parásito para el funcionamiento de la economía. Esto debido a que se hace dinero sin pasar por un proceso productivo sino solamente especulando con el dinero en sí.

Elementos determinantes para la consolidación en el sector primario: enfoque de microrregiones a través de un estudio de caso

Como afirma González (2007, p.10) las microrregiones deberían integrarse por localidades con las siguientes características: "I. Municipios de Muy Alta Marginación y Alta Marginación, II. Municipios Predominantemente indígenas y III, Municipios con índice de Marginación Relativa" (para el caso colombiano un IPM similar). Por ejemplo, para el caso de estudio de las regiones de Tundama-Sugamuxi en el departamento de Boyacá, los municipios de Gameza, Mongua, Monguít y Topaga cuentan con problemáticas comunes en materia de pobreza, demanda de infraestructura social y limita-

do acceso a infraestructura física, es decir problemas de marginación derivados "de la falta de infraestructura para el desarrollo" (González, J. 2007, p. 4) que permitirían su integración como microrregión.

De otro lado, Sogamoso podría ser considerado un Centro Estratégico para la microrregión, de acuerdo con González (2007), por su volumen, estabilidad poblacional, sus características de interconexión con los municipios aledaños su disponibilidad de servicios de educación y de salud, de infraestructura básica y de vocación productiva. Para el caso de Gameza por ejemplo, como afirma el Plan de Desarrollo, el polo de atracción es Sogamoso, municipio que abastece sus requerimientos en materia de servicios especializados y grandes productores agrícolas, industriales, mercantiles y de empleo.

En consecuencia, este enfoque de microrregiones sería pertinente para ser aplicado en nuestra región por las características encontradas en nuestro grupo de municipios (18 municipios). Dado que lo buscado con este enfoque es generar políticas que incentiven el desarrollo rural y la materialización de estas por lo general se tiene que atar a programas o proyectos, el primer elemento que miraremos en el enfoque de microrregiones es el de capacidad de participación.

La participación del sector primario como elemento clave en la definición del mercado de productos y servicios: estudio de caso

La principal variable que afecta la intensidad de la participación es la voluntad personal de cada posible beneficiario, por esta razón las políticas deben ser diferenciadas según microrregiones, dado que en una

zona se puede aprovechar la experiencia que se tiene en procesos anteriores de asociatividades, en otras puede estar definido por el nivel educativo de las personas y en regiones pequeñas la capacidad de poder llegar a cada uno de los miembros de la comunidad de manera más directa (Alcázar).

Identificar las características personales de los pobladores rurales genera un componente de heterogeneidad el cual puede ser abordado desde el enfoque de microrregión, tanto por las debilidades como por las fortalezas que se tenga. En particular se identifica en la mayoría de los planes de desarrollo de los municipios que componen la región de Tundama-Sugamuxi, la necesidad de motivar y formalizar la asociatividad, esto por ser zonas compuestas en su mayoría por pequeños productores poseedores-propietarios de la tierra, los cuales por si solos tienen una muy baja capacidad de influencia tanto política como en el mercado. En este sentido es importante identificar dentro de cada microrregión, ya sea por actividad productiva o por afinidad territorial, los incentivos que permiten formar sociedades eficientes que no estén forzando a sus miembros a ejercer ciertas prácticas solo por el hecho de conformar una región, sin que estas necesariamente respondan a sus necesidades.

Adicionalmente, según (Alcázar y Wachtenheim, s.f), la participación es más efectiva con comunidades pequeñas. Ahí, es en donde aparece nuevamente el concepto de microrregiones, es decir, al interior de Tundama- Sugamuxi tenemos varios territorios con similitudes, como Sogamoso, Firavitoba y Pesca que comparten por ejemplo la vocación en el uso del suelo (agrario) y sus bajos niveles de desarrollo social, igual es el caso

de municipios como Busbanzá, Corrales, Floresta y Santa Rosa de Viterbo en los que a pesar de estar cercanos al centro poblado de Sogamoso tienen problemas de acceso al agua y comparten en común la poca diversificación de la producción y el pobre equipamiento institucional. Ahora para identificar la clase de productos que se deberían cultivar la estrategia indica que se debe consultar con los habitantes de estos municipios, con el fin de establecer la vocación productiva propia de estos. Esta concertación permite que un proceso de planeación tenga más posibilidades de éxito, dado cuando se lleva a cabo (a través de proyectos) el desarrollo del potencial productivo, explicando así un mayor nivel de compromiso de la gente con lo que ellos mismos han señalado como las apuestas productivas.

Vocación productiva como elemento clave en la definición del mercado de productos y servicios en el sector primario: estudio de caso

Al analizar el territorio Tundama- Sugamuxi además se identifica que la estrategia de microrregiones es pertinente porque, al interior de este espacio geográfico hay similitudes en un punto fundamental como: la vocación productiva (González, 2007). Por ejemplo, la distribución del PIB por municipio, para la microrregión del "Anillo del lago de Tota" muestra que el sector agropecuario se encuentra en los tres primeros renglones de la economía. Además, se encuentran características similares en producción de productos agropecuarios, según las evaluaciones agropecuarias de los municipios. Así mismo, si partimos de contemplar que una de las características que se evidencia en la región, es la existencia de ciertos municipios marginados en relación con otros, aunque en términos generales la región no

tiene un nivel de marginación significativo relativo al resto de las zonas rurales del país, entre los municipios de la zona si se percibe alguna significancia, en concreto por la cercanía a las vías principales, ya que pasan por ciertos municipios pero en otros debe hacer un desplazamiento adicional por vías secundarias.

En consecuencia, se hace evidente la necesidad de plantear una solución que involucre lo territorial. Para esto, identificar el potencial productivo de un espacio geográfico resulta determinante. Este potencial endógeno, es por lo tanto, un punto de partida para solucionar lo social, dado que al tener claro por donde se la puede jugar el territorio en términos productivos los incentivos deben estar puestos en esas actividades productivas, las cuales jalonarían empleo y por lo tanto ingresos.

Reconocer puntos de encuentro donde estén representadas las microrregiones en términos productivos y sociales permite una comunicación bilateral más efectiva entre la institucionalidad pública y la microrregión, que en nuestro caso estaría conformado por municipios (De Janvry, 2004). En concreto en nuestra región, el tema de marginalidad esta medido en relación a las dos ciudades de más de 100 mil habitantes que están ubicadas en los polos opuestos del anillo vial que une a los 18 municipios.

La estrategia de micro regiones en México se caracterizó por este enfoque, por lo que las microrregiones además de conformarse por sus afinidades culturales o productivas, deben integrar dentro sus características el grado de marginalidad, así se hace posible diseñar espacios territoriales donde se estén representadas esas microrregiones, lo cual acerque a las poblaciones marginales a

las redes de comunicación de manera grupal (De Janvry, 2004).

Elementos principales para involucrar en la estrategia de desarrollo sectorial primario: estudio de caso en Tundama-Sugamuxi

Una vez definida la vocación productiva, con la participación de la comunidad, uno de los elementos centrales que debería involucrar esta estrategia para el desarrollo rural de la región es la generación de empleo. Esta apuesta según (Alcázar y Wachtenheim, s.f), debe estar impulsada en inversión a través de proyectos. De acuerdo a las características del territorio que tenemos deben estar, inicialmente concentrados, en la cadena primaria de los productos agrarios que se hayan identificado en el potencial productivo del territorio. Claro está, solucionando a la par los problemas de vías secundarias y terciarias y de transferencia de tecnología para poder superar la baja rentabilidad de las actividades productivas de Tundama-Sugamuxi.

Así mismo, hay que tener en cuenta que el objetivo de una estrategia de microrregiones como afirma González, J. (2007, p. 4) sería "mejorar la infraestructura y la actividad económica de las zonas deprimidas". En el caso de los municipios analizados, tal como ilustra la bibliografía revisada, sería entonces necesario implementar una estrategia basada en un enfoque multidimensional.

Como afirman González, J. 2007, esta intervención en materia de infraestructura social debe estar orientada a apoyar las familias en pobreza extrema mediante el mejoramiento de sus opciones en alimentación, educación y salud, y su inclusión en nuevos servicios y programas de desarrollo. Esto a través de

mecanismos como el incremento del “capital fijo de las comunidades en lo referente a agua potable, drenaje, electrificación y pisos firmes, entre otros”. González, J. (2007, p. 9). En el caso de los municipios seleccionados, la necesidad está enmarcada en la construcción de políticas que disminuyan la distancia, en términos de pobreza, entre la población rural y urbana.

Adicionalmente, disminuir la distancia entre las zonas rurales y los centros económicos contribuye activamente en el desarrollo de las regiones. Estas estrategias pueden aplicarse también a la zona seleccionada para acercar la ruralidad con las densidades. Un buen ejemplo de esa estrategia puede ser el “Contrato Plan entre la Nación y el departamento de Boyacá” de noviembre de 2012, el cual pretende destinar 68.745 millones de pesos para “desarrollo vial del Lago de Tota”, el cual fomentará principalmente el turismo, pero además permitirá la conexión más rápida entre estos municipios y Sogamoso.

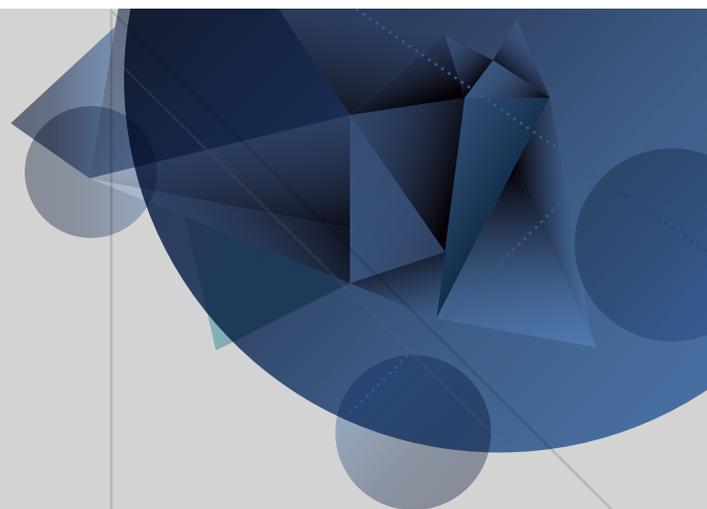
En términos generales la elección de nuestras microrregiones estará respaldada por la identificación de las condiciones que las hacen heterogéneas, sobre todo en términos de debilidades con el fin de minimizar los riesgos que puedan hacer fracasar cualquier tipo de intervención relacionada con programas o proyectos. A su vez se deben identificar las potencialidades de cada región, que serán finalmente en lo que se tendrían que enfocar las políticas diferenciadas.

En este sentido los elementos que se deberían identificar para definir las microrregiones de nuestra área de estudio son: la cercanía geográfica, la distancia a vías principales, las actividades económicas comunes y las potencialidades compartidas.

4

Unidad 4

Ejemplo
metodológico
para definir



Tendencias de mercados
mundiales

Autor: Helmer Llenez

Introducción

El presente documento busca ilustrar el planteamiento de estrategias para responder a las exigencias de las tendencias de los mercados mundiales en un sector económico específico. Se toma a manera de ejemplo el sector primario con el referente de un espacio geográfico concreto para el cual se definen unas acciones a tomar para mejorar su situación productiva. Estas acciones terminan dando la pauta para identificar posibles negocios. Así se quiere mostrar que un negocio tiene más posibilidades de sostenerse cuando está articulado con lo que se tiene definido para un territorio en cuanto a su vocación productiva y sus mecanismos para desarrollar dicha vocación.

El planteamiento de estrategias tiene que ver con la metodología para definir un plan de acción. De esta manera terminamos llevando lo planteado en las anteriores cartillas a un terreno de lo práctico. Teniendo como referente las tendencias de los mercados mundiales y las posibilidades de incluir negocios en concordancia con lo que ocurre con unas dinámicas globales.

- La lectura debe hacerse de manera crítica y con el apoyo del tutor.
- Para comprender y asimilar mejor los contenidos es necesario hacer resúmenes y de ahí sacar preguntas para hacer al tutor.
- Aprovechar en los tiempos fijados los enlaces a videos y lecturas.

Ejemplo metodológico para definir

Mercados de productos y servicios en el sector económico primario, con los nuevos modelos de negocio (alianzas comerciales) dentro de las nuevas tendencias en modelos empresariales

Teniendo como referente la metodología de marco lógico para hacer un plan de acción, se definirán a continuación unas estrategias que responden al título que se acaba de plantear en este desarrollo temático. Por lo tanto el objetivo general del presente documento es proponer unas intervenciones que logren aumentar la productividad del sector agropecuario, para el presente caso no se hace énfasis en ningún producto específico, por lo que se puede ser flexible en las estrategias propuestas manteniendo siempre como límite la promoción de actividades agropecuarias sin importar de que tipo sean. Esto teniendo como referente un caso concreto: la región de Tundama Sugamuxi y bajo los siguientes criterios: alianzas comerciales y cadenas de valor y experimentación de nuevos productos Los cuales son elementos trascendentales para enfocar negocios debido a que

Alianzas comerciales y cadenas de valor

Identificación de tres productos con el enfoque de cadena de valor sobre los que se harían las alianzas comerciales: este ejercicio debe tener un énfasis claro en la participación de los habitantes del territorio como demandantes y como oferentes. Adicionalmente para el tema de mercados externos es importante consultar expertos en que logren esa articulación entre las capacidades locales y los requerimientos de las industrias procesadores de alimentos y manufactureras.

Alianza comercial entre pequeños productores con base en los tres productos identificados: esta estrategia debe tener un componente fuerte en la generación de confianza entre productores, pues se han identificado debilidades desde lo cultural para lograr ese tipo de alianzas que aunque técnicamente, desde la planeación, muestran resultados positivos, en su aplicación real se encuentran con debilidades asociadas las características personales de los posibles beneficiarios.

Alianza comercial entre pequeños y grandes productores con base en los tres productos identificados: Para el cumplimiento de esta estrategia, además de la sensibilización sobre el productor local, se debe contar con expertos que tengan las capacidades de mercadeo para llegar a las empresas grandes, tanto procesadoras como los grandes almacenes, con el fin de generar una comunicación efectiva entre pequeño productor y grande productor.

Otro aspecto importante es definir el andamiaje dentro de los pequeños productores para no generar fallas en el cumplimiento de las alianzas, pues en este caso se busca que dichas alianzas sean con privados lo cual genera que las dinámicas de mercado pueden castigar dichos incumplimientos más allá de la comprensión que se pueda tener en de las fallas en los acuerdos.

Plan de acción componente alianzas comerciales y cadenas de valor

Problema	Objetivo	Estrategias	Acciones	Información responsable de la ejecución
Poca implementación de cadenas comerciales para generar cadenas de valor.	Aumentar los ingresos de los pequeños productores a través de alianzas comerciales que puedan generar cadenas de valor con el fin de disminuir los altos indicadores de pobreza y disminuir la emigración de jóvenes en Tundama Sugamuxi.	Identificación de tres productos con el enfoque de cadena de valor sobre los que se harían las alianzas comerciales. En este ejercicio estarían involucrados los habitantes del territorio.	Identificación de 3 productos con: enfoque limpio, potencial de mercado y que permitan garantizar la seguridad alimentaria del territorio.	Municipios.
			Fortalecimiento productivo de las cadenas identificadas a través de proyectos.	
			Difusión de los productos y subproductos de las cadenas identificadas.	
		Alianza comercial entre pequeños productores con base en los tres productos identificados.	Crear 3 alianzas comerciales entre pequeños productores. Una por cada cadena identificada.	Departamento. Municipios. Pequeños productores locales.
		Alianza comercial entre pequeños y grandes productores con base en los tres productos identificados.	Crear 3 alianzas comerciales entre pequeños productores locales con productores grandes locales, departamentales o nacionales. Una por cada cadena identificada.	Departamento. Municipios. Pequeños y grandes productores locales y departamentales o nacionales.

Tabla 1.
Fuente: Propia.

Experimentación de nuevos productos

Para el caso de la experimentación con nuevos productos se identifican tres estrategias a seguir, las cuales tienen como factor de distinción el elemento temporal, así la primera será una estrategia en la cual constantemente se busquen nuevos productos, la segunda en la que se aprovechen elementos coyunturales y la tercera, de largo plazo, en la cual se debe aprovechar el valor ecológico.

Estrategia de cotidianidad: como el elemento central de este aparte es la experimentación de nuevos productos, no se hace énfasis sobre quien deba promover esta estrategia desde lo cotidiano, lo ideal sería que todos los agentes participen en ella. Aquí estamos hablando de estar constantemente analizando dentro del mercado cuales son esos productos agrícolas y pecuarios que generan particular interés tanto en comparadores directos como en empresas procesadoras y manufactureras.

La siguiente etapa es filtrar esos productos por la compatibilidad que tengan con las condiciones geográficas del territorio, luego se deben buscar aquellos que tengan unas exigencias técnicas lo más afín posibles con los productos que ya se manejan en la región con el fin de evitar desincentivos en los productores. Es importante tener en cuenta el tiempo de producción, pues el flujo de caja que genere es una variable sensible a la hora de lograr aceptación por parte de los productores.

Un ejemplo práctico de la sustitución de actividad productiva fue el expuesto por Forero (1999), que se presentó en la región Norte de Sumapaz en Cundinamarca, la cual por sus condiciones climáticas y por la diná-

mica del mercado durante la primera mitad del siglo XX se caracterizó por ser una zona de haciendas dedicadas al cultivo de café. El desempleo que existía en las áreas de más de 2.000 metros de altura del altiplano cundiboyacense impulsó la inmigración a esta región cafetera, siendo entonces esta zona la más cercana para buscar trabajo.

La colonización generó la formación de los minifundios, así que los productos que se comenzaron a cultivar en sustitución del café fueron básicamente hortalizas, siendo en 1968 la habichuela el primer producto en tomar fuerza en el mercado. En este caso particular es importante notar que la sustitución de cultivos se gesta en parte por esta formación de pequeños productores propietarios de minifundios los cuales, para poder obtener ingresos, deben dedicarse a la producción agrícola intensiva a muy pequeña escala.

Una mención importante que se debe hacer del anterior ejemplo que se enfoca sobre la sustitución de cultivos es que tuvo un origen campesino, es decir que ningún agente externo como instituciones gubernamentales o privadas influyeron en la decisión de implementar otro cultivo. El desarrollo de las hortalizas entonces fue producto de experimentación y comunicación entre los mismos agricultores. Esto se evidencia dado que hasta 1982 el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) incorporó estos productos dentro de su agenda para comenzar a brindar apoyo técnico y financiero a los cultivadores de esta región (Forero, 1999).

Estrategia aprovechamiento de coyunturas: esta estrategia se basa en alguna medida, en aprovechar los eventos que suceden ya sea desafortunados o afortunados para generar productos temporales que en

determinado momento tengan una demanda importante. Como ejemplos se puede mencionar el aprovechamiento de crisis de abastecimiento en ciertas partes para lograr allí una fácil demanda, cultivar productos que en el momento sean escasos, teniendo claramente en cuenta el tiempo de maduración, cultivar productos que se puedan almacenar, experimentar con productos especiales donde la demanda sea baja pero el precio alto etc.

Un caso concreto de aprovechamiento coyuntural es el desarrollado en Argentina donde además se presentó influencia estatal (Carenzo, 2006). El caso se situó en la Provincia de Ibarreta, la cual estaba conformada por pequeños productores de algodón que a mediados de los años noventa se vieron presionados por la competencia de la agroindustria. Los bajos rendimientos los llevaron a empezar a utilizar su tiempo y tierra para el cultivo de productos de subsistencia y la venta de algunos excedentes así como a la dependencia de ayudas del estado. En algunos casos esto ocasionó el abandono de las parcelas, permitiendo el crecimiento de vinalares. Fue allí que surgió la idea de aprovechar la madera de los vinalares para la elaboración de cercas. El proyecto piloto integró a 30 familias.

Estrategia de aprovechamiento de bienes con valor ecológico: la estrategia busca que se cultiven, principalmente productos hortofrutícolas, con técnicas naturales las cuales permitan que sean certificados como productos orgánicos. Existen sellos que permiten identificar dichos productos que aunque son más costosos tienen un nicho de mercado amplio y creciente.

Para aclarar mejor esta estrategia, se encontró un trabajo realizado para Bogotá en el 2004 que analizó 7 casos (Rubio, 2006). El universo total mostró que para agosto del año 2003 estaban certificadas 45 empresas ecológicas, algunas como cooperativas, distribuidas en 85 municipios de la región Andina y del Caribe colombiano, según el listado de la Corporación Colombia Internacional (CCI). En la Sabana de Bogotá la población de productores orgánicos, a julio de 2003, ascendía aproximadamente a 100. El análisis de los 7 casos mostró que pertenecían a personas urbanas de buen nivel de educación las cuales estaban buscando experimentar con el negocio o lo hacían por satisfacción personal, mientras que la búsqueda de lucro se vislumbraba como un beneficio de largo plazo o colateral (Rubio, 2006).

Otro elemento que se puede aprovechar en ésta estrategia es la incursión en mercados alternativos, por ejemplo de carbono, en ellos se destaca el de MDL y REDD, dichos mercados aunque no tienen una claridad en su forma de compensación pueden ser explorados cuando existe algún tipo de beneficio ambiental que igual se va a desarrollar, en otras palabras no hay nada que perder.

Un caso que lo ilustra es el de la "Cuenca Río la Vieja", donde a la expansión de la frontera de áreas de pastos para la actividad ganadera se le hizo frente incentivando la siembra de árboles financiada con recursos extranjeros, generando recursos a los productores bajo la figura de pagos por servicios ambientales (Nuñez, 2008).

Plan de Acción componente sustitución de actividad productiva

Problema	Objetivo	Estrategias	Acciones
Falta de experimentación con nuevos productos.	Promover el cultivo de productos con demanda en el mercado que no sean los tradicionales para diversificar la canasta de la oferta en la región y generar otras alternativas.	Estrategia de cotidianidad.	Promover un banco de datos desde la secretaria departamental donde los productores puedan vía telefónica tener asesoría sobre alternativas de productos.
			Destinar zonas baldías o públicas para adelantar parcelas de experimentación.
		Estrategia aprovechamiento de coyunturas.	Destinar una bolsa de recursos (municipal o departamental) para financiar proyectos de aprovechamiento de coyunturas.
		Estrategia de aprovechamiento de bienes con valor ecológico:	Generar alianzas con almacenes que distribuyan bienes orgánicos.
			Establecer la entidad que va a certificar los productos.
			Implementar proyectos piloto.
			Invitar a instituciones ambientales nacionales y ONG para que asesoren en temas productivos a las entidades departamentales y ambientales sobre el potencial existente en la región.

Tabla 2.
Fuente: Propia.

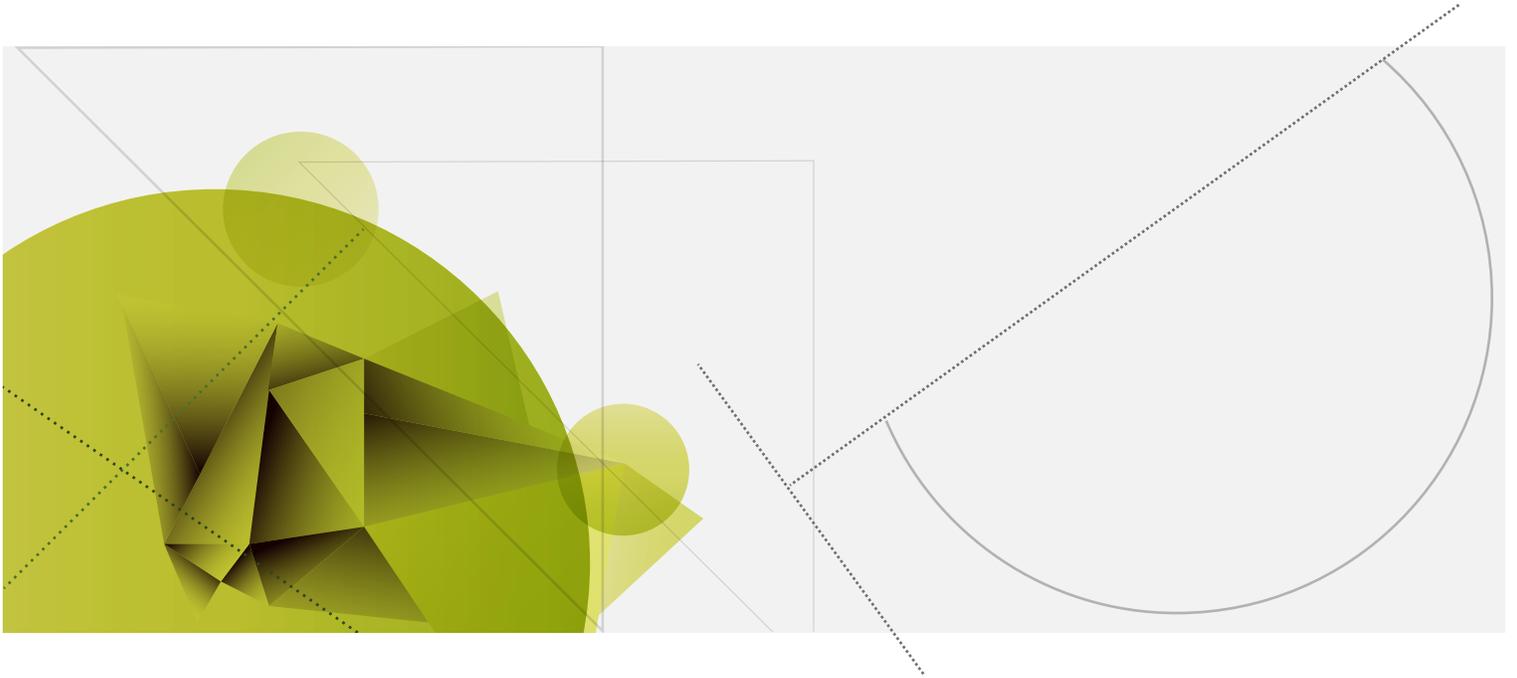
Bibliografía

- Albuquerque, F. (2003). Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local. Serena, Chile.
- Ball, D. (2004). Negocios Internacionales: Introducción y aspectos esenciales. (8va. Ed.). Bogotá: McGrawHill.
- Barón, R. (2003). ¿Qué sucedió con las disparidades económicas regionales en Colombia entre 1980 y el 2000? Banco de la República. Centro de estudios económicos regionales. No.38. Cartagena de Indias.
- Bejarano, J. (1998). Economía.
- Bertoldi & Álvarez. (2006). Grupo focal y desarrollo local: aportes para una articulación teórico-metodológica. Ciencia, Docencia y Tecnología, XVII (33) 111-131.
- Bohórquez, Buitrago, Joya, Montaña & Rivera. (2012). Análisis estructural de sectores estratégicos: sector productos lácteos. Bogotá, Colombia. Universidad del Rosario, Facultad de Administración.
- Boisier, S. (2009). Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando? Documento comisionado por la Cámara de Comercio de Manizales, Colombia, (copyright del autor), Santiago de Chile.
- Bonet, J., & Roca, A. (2007). La convergencia regional en Colombia: una visión de largo plazo. Banco de la República. Centro de estudios económicos Regionales. No.8. Cartagena de Indias.
- Canzanelli, G. (2004). Valoración del potencial endógeno, competitividad y lucha contra la pobreza. Nápoles, Italia. Naciones Unidas y Universidad Federico II.
- Castells, M. (2001). La galaxia internet. Barcelona: Perilla.
- Charles W.L. (2007). Hill Negocios Internacionales – Competencia en el Mercado Global (6ta. Ed.).
- Cerda, H. (1991). Los elementos de la investigación. Bogotá, Colombia. Editorial el Búho.
- Ferrer, A. (2012). Desarrollo territorial en Andalucía, España. Granada, España. Universidad de Nueva Granada.
- Furió, E. (1996). Evolución y cambio en la economía regional. Barcelona, España: Ariel.
- Garay, L. (1999). Globalización y comercio. Controversias socio-económicas. No 64.
- Greene, R., & Elffers, J. (2006). Las 33 estrategias de la guerra.
- Guerrero, A. (2009). Universidad – Empresa – Estado. Bucaramanga, Colombia. Catedra Low Maus, compilación. Ediciones UIS.
- Gutiérrez, F. (2006). Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos. Laurus, 12 (22) 139-152.

Bibliografía

- Hurtado, J. (2000). Metodología de la investigación holística (3 edición). Caracas, Venezuela. Sypal, 613pp.
- Isaza, J. (s.f). Cadenas productivas, enfoques y precisiones conceptuales. Documento realizado bajo el proyecto Metodologías para la caracterización de cadenas productivas.
- Kalmanovitz, S. (1978). El desarrollo en Colombia. Bogotá.
- Machado, A. (2011). De la estructura agraria al sistema agroindustrial. Universidad Nacional de Colombia, Primera edición, Bogotá.
- Nordstrom, K. (1999). Funky bussines forever. BookHouse Publishing.
- Russo, J. (2010). Las disparidades regionales en Argentina y sus efectos sobre los sistemas Agroalimentarios. Revista EURE. Universidad de Córdoba.
- Sala, X. (2000). Apuntes de crecimiento económico. Antoni Bosch editor. Barcelona.
- Tzu, S. (1999). El arte de la guerra. Panamericana editorial.
- Vásquez, A. (2009). Desarrollo Local, una estrategia para tiempos en crisis. Santiago de Chile: Revista Universitas Forum Vol 1 número
- _____. (2001). Desarrollo local y descentralización: una aproximación a un marco conceptual. Santiago de Chile. Revista de la CEPAL.
- _____. (2001). Desarrollo endógeno. Santiago de Chile: Eure.
- _____. (2000). Desarrollo endógeno y globalización. Santiago de Chile: Eure.
- Villarroel & Pantoja. (S.F). Tecnología para el desarrollo Humano. Madrid, España. Ediciones T.
- Yoguel, G. (2000). Creación de competencias en ambientes locales. Santiago, Chile. Revista de la CEPAL número 71.º

Esta obra se terminó de editar en el mes de noviembre
Tipografía Myriad Pro 12 puntos
Bogotá D.C.,-Colombia.



AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO