

Comercialización, Importación y Exportación: Sector Metalmecánico, Carrocero y Autopartista de Duitama (Boyacá)

Commercialization, Imports and Exports: Metal-mechanic, Body and Autoparts Sector of Duitama (Boyacá)

Commercialisation, importations et exportations : secteur de la métallurgie, de l'automobile et des pièces détachées de Duitama (Boyacá)

Comercialização, Importação e Exportação: Sector Metal-mecânico, Automóvel e Autopeças de Duitama (Boyacá).

Fecha de recepción: 26 de agosto de 2021

Fecha de aprobación: 14 de diciembre de 2021

Héctor Alfonso Martínez Avella ¹¹

Iván Enrique Sanabria Pérez ²²

66



Resumen

El presente artículo tiene por objetivo presentar un diagnóstico que identifica, cómo la Comercialización, la Política Selectiva de Importación y la Política impulsora de Exportación han influenciado en el Sector Metalmecánico, Carrocero y de Autopartes en Duitama. Para ello se aplica una encuesta a 200 empresarios del renglón y 14 entrevistas a empresarios del Clúster Metalmecánico. El estudio analiza tres variables respecto de la comercialización y otras determinantes en materia de importación y exportación. La metodología utilizada es de tipo

cuantitativo; además se emplean algunos factores de la competitividad sistémica basada en el modelo "IAD" estructurado por Esser et al. (1996); siguiendo la herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014), para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. Los resultados identifican elementos claves que merecen atención para plantear oportunidades de mejora para esta actividad.

Palabras clave:

Competitividad sistémica, exportaciones, importaciones, comercialización, política, empresario

1 Magister en Economía. Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD, Colombia. Correo: hector.martinez@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5029-6861>

2 Magister en Economía. Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD, Colombia. Correo: ivan.sanabria@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4034-2705>

Para citar este artículo: Martínez-Avella, H. A., Sanabria Pérez, I. E., (2022). "Comercialización, Importación y Exportación: Sector Metalmecánico, Carrocero y Autopartista de Duitama (Boyacá)". In *Vestigium Ire*. Vol. 15-2, pp. 66-85.

Abstract

The objective of this article is to present a diagnosis that identifies how the Commercialization, the Selective Import Policy and the Export Promotion Policy have influenced the Metalworking, Body Builder and Auto Parts Sector in Duitama. For this, a survey is applied to 200 businessmen of the line and 14 interviews to businessmen of the Metalworking Cluster. The study analyzes three variables regarding the commercialization and other determinants in the matter of import and export. The methodology used is quantitative; In addition, some systemic competitiveness factors based on the "IAD" model structured by Esser et al. (1996) are used; following the IDB Competitiveness MAP Tool, adapted by Saavedra (2014), to determine competitiveness in Latin American SMEs. The results identify key elements that deserve attention to raise opportunities for improvement for this activity.

Keywords:

Systemic competitiveness, exports, imports, marketing, politics, businessman

Résumé

L'objectif de cet article est de présenter un diagnostic qui identifie comment la commercialisation, la politique d'importation sélective et la politique de promotion des exportations ont influencé le secteur métal-mécanique, carrosserie et pièces automobiles à Duitama. À cette fin, une enquête a été appliquée à 200 entrepreneurs du secteur et 14 entretiens ont été menés avec des entrepreneurs du cluster métal-mécanique. L'étude analyse trois variables en ce qui concerne le marketing et d'autres déterminants en termes d'importations et d'exportations.

La méthodologie utilisée est quantitative ; en outre, certains facteurs de compétitivité systémique basés sur le modèle " IAD " structuré par Esser et al. (1996) sont utilisés; suivant l'outil de carte de compétitivité de la BID, adapté par Saavedra (2014), pour la détermination de la compétitivité des PME latino-américaines. Les résultats identifient les éléments clés qui méritent l'attention afin de proposer des opportunités d'amélioration pour cette activité.

Mots clés:

compétitivité systémique, exportations, importations, marketing, politique, entrepreneur.

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar um diagnóstico que identifica como a Comercialização, a Política de Importação Selectiva e a Política de Promoção das Exportações influenciaram o Sector Metal-Mecânico, Carroçaria e Autopeças em Duitama. Para este efeito, foi aplicado um inquérito a 200 empresários do sector e foram realizadas 14 entrevistas com empresários do Cluster Metal-Mecânico. O estudo analisa três variáveis com respeito à comercialização e outros determinantes em termos de importações e exportações. A metodologia utilizada é quantitativa; além disso, são utilizados alguns factores de competitividade sistémica baseados no modelo "IAD" estruturado por Esser et al. (1996); seguindo a ferramenta do mapa de competitividade do BID, adaptado por Saavedra (2014), para a determinação da competitividade nas PME da América Latina. Os resultados identificam elementos-chave que merecem atenção a fim de propor oportunidades de melhoria para esta actividade.

Palavras-chave:

competitividade sistémica, exportações, importações, marketing, política, empresário.

Introducción

El presente estudio es producto del proyecto de investigación PIE 003 de 2020 “Políticas Selectivas de importación e Impulsoras de Exportación para el Sector Metalmecánico, Carrocero y de Autopartes de Duitama” el cual incluye también un análisis de la percepción que tienen los empresarios de dicho sector acerca del área de la Comercialización; temas que forman parte de la investigación del grupo Ideas en Acción de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

El sector metalmecánico, carrocero y de autopartes, es base fundamental de empleo local; en tal sentido el gobierno y los entes a nivel territorial han dirigido esfuerzos con miras a prestarle atención, sin embargo, el estudio demuestra que estas acciones no han sido del todo efectivas y por el contrario se evidencia falta de apoyo e incentivos para la producción de autopartes, estímulos a la exportación y falta de barreras de entrada a la importación, posibilitando que el mercado en este renglón de la economía se oriente más a la comercialización y ensamble de partes importadas.

Es en este punto donde se hace relevante la investigación al vislumbrar un panorama poco alentador en términos de competitividad de este renglón de la economía de Duitama en Boyacá, por ello, la pregunta entorno a la cual giró el estudio

investigativo fue: ¿De qué manera el área de la comercialización, la política selectiva de importación y la política impulsora de exportación, han afectado al sector metalmecánico, carrocero y de autopartes de Duitama?

Para el análisis de la problemática se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, el objetivo consiste en realizar un diagnóstico que identifique la forma como la Comercialización, Política Selectiva de Importación y la Política impulsora de Exportación han influenciado en el Sector Metalmecánico, Carrocero y de Autopartes en Duitama cuyos resultados fueron obtenidos con la aplicación de 200 encuestas y 14 entrevistas efectuadas al azar a empresarios del sector.

Lo anterior permitió cumplir con el objetivo propuesto y conceptuar acerca de las posibles soluciones que a este renglón se le puede brindar como alternativas a la problemática identificada mediante los resultados obtenidos desde la base del concepto de competitividad sistémica planteada por la OCDE bajo el modelo IAD¹, estructurado por Esser y otros (1996) y adaptado por Saavedra (2012) bajo la herramienta mapa de competitividad del BID.

La ciudad en estudio, ve en el sector metalmecánico, carrocero y de autopartes posibilidades de desarrollo y competitividad empresarial en términos de producción y por qué no, lograr exportar lo que estas empresas fabriquen. En este punto se aprecia un factor clave de análisis y de oportunidad



.....
1 Instituto Alemán de Desarrollo (Deutsches Institut für Entwicklungspolitik-DIE), creado en 1964, es el laboratorio de la política de desarrollo del Estado Alemán. En lo que realiza se conjuga la investigación y la formación. Este se distingue por su independencia institucional. Como estructura organizativa está compuesto por cinco dependencias y una Escuela de Gobierno Global (Grupo de Análisis para el Desarrollo [GRADE], 2008).

en pro de implementar estrategias en cuestión de adaptación de políticas públicas de comercio exterior y comercialización que fomenten el crecimiento industrial de este renglón de la economía local, para ello se planteó la siguiente *hipótesis*: El desconocimiento en materia de ventajas, beneficios en cuanto a importaciones, exportaciones y comercialización por parte de los empresarios del sector, ha hecho que este renglón económico sea menos competitivo de lo que pudiese llegar a ser; temas que llevaron a exponer en el presente escrito los resultados del estudio realizado.

El estudio analiza por una parte tres variables respecto de la comercialización: a. Mercadeo y Ventas, b. Servicios, c. Distribución; por otro lado, variables determinantes en materia de importación y exportación: Afectación por precio del dólar, porcentaje de materia prima importada y apoyo del gobierno.

Finalmente se expone la discusión del tema y las conclusiones a las que se llegó con la investigación propuesta.

Marco Teorico

Competitividad y Competitividad Sistémica

Para los economistas clásicos como Adam Smith, existen ventajas absolutas que se convierten en elementos fundamentales para el desarrollo de los países y el mercado.

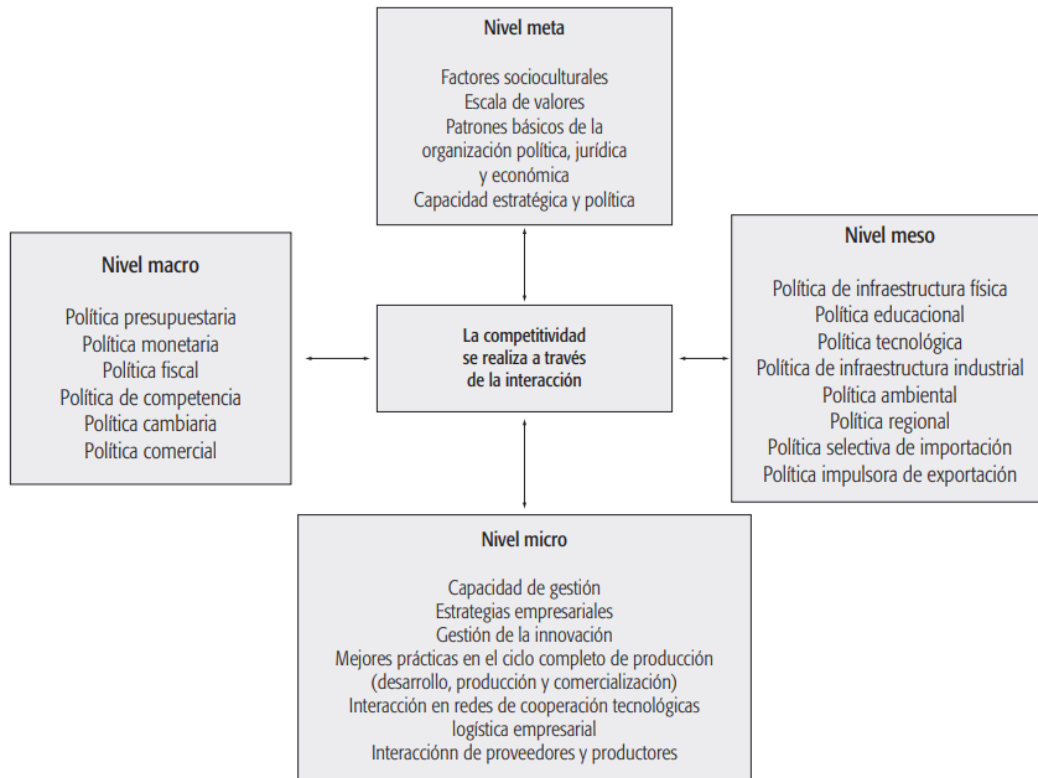
Las ventajas comparativas requieren que las regiones apropien una serie de actividades relacionadas con recursos y competencias que las hacen distintas a las demás (Rojas y Barreto, 2016).

Según Piñeiro et al. (1993, citados por Morales y Castellanos, 2007),

La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, entre otros. (p. 118)

En consecuencia, existe una variedad de conceptos acerca de la competitividad, sin embargo, para el presente análisis se tomó como base el modelo IAD a partir del concepto de Competitividad Sistémica, implementado por la OCDE en referencia a la falta de un contexto empresarial que propicie el fomento industrial en aquellos países en los que el desarrollo aún carece de niveles de competencia, tema que fuera esquematizado por Esser et al. (1996) y adaptado por Saavedra (2012) en su escrito "Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana" como Factores determinantes de la competitividad sistémica.

Figura 1. Factores determinantes de la competitividad sistémica.



Fuente: Saavedra, (2012), p. 108.



En la estructura se plantean las relaciones mutuas que debe haber entre los niveles Meta, Macro, Micro y Meso. Para el artículo realizado, sólo se tomó el nivel Meso y de él, únicamente la política selectiva de importación y la política impulsoras de exportación, además del área de la Comercialización, temas con los que se abordó el presente análisis para la ciudad de Duitama en Boyacá.

Esser et al. (1996) plantean que los gobiernos implementan una cantidad limitada de políticas en pro del progreso para el desarrollo de su potencial competitivo de la región; las cuales surgen desde los fundamentos de la competitividad sistémica. Así mismo señalan qué, los países competitivos cuentan con una serie de factores determinantes, vinculados dentro de cierto

tipo de nivel; por consiguiente, la nueva visión de la competitividad se fundamenta en ventajas competitivas, creadas en conjunto por gobierno y empresarios, de tal forma que permitan el dinamismo a través de estrategias empresariales y políticas públicas de manera que haya interacción entre instituciones en búsqueda de valor agregado (Solleiro y Castañón, 2012).

Comercialización, Importación y Exportación.

Este artículo presenta un análisis del área de la comercialización, la política selectiva de importación y la política impulsora de exportación, como fuente importante para el diagnóstico llevado a cabo para el sector metalmeccánico, carroceros y de auto partes para la ciudad de Duitama Boyacá.

Por su parte se señala que el marco normativo referente a importaciones y exportaciones es competencia de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), según lo establecido en el Decreto 4048 de 2008. En función de ello, a través del Decreto Ley 2685 de 1999 y la Resolución Reglamentaria 4240 de 2000, se fundamenta el Estatuto Aduanero; en consecuencia, los tres tipos de regímenes corresponden al de Importación, Exportación y Tránsito Aduanero, a sí mismo señala el proceso de nacionalización de bienes, los tipos de declaración, las modalidades de importación, los documentos soporte de la importación y la manera como se liquida este impuesto (Castillo, 2015).

De la misma forma, otros autores como Zuluaga (2015), definen lo relacionado con el Régimen de exportación e ingreso y salida de mercancías desde y hacia una zona franca, los Regímenes de Comercio y Zonas Francas.

Las políticas selectivas de importación se refieren a los lineamientos que el Estado implementa con el objeto de entregar servicios a una parte específica de la sociedad, sin embargo, desde el punto de vista de las importaciones, viene siendo el apoyo que el gobierno brinda a los diferentes sectores económicos a fin de que puedan desarrollar sus actividades relacionadas con el ingreso de bienes y/o mercancías provenientes del exterior.

Según el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2012), la Política Impulsora de Exportaciones va encaminada a que se busque por medio de ellas la internacionalización de la producción de un país y hacer que el capital extranjero se interese por invertir en él.

Así mismo y relacionado con el tema,

los impuestos a las importaciones y las ayudas proporcionadas a las exportaciones (subsidios a los fabricantes del país que sacan su producción o parte de ella al exterior), se realizan sobre el reparto de la renta con el fin de impulsar la producción interna. No obstante, los efectos se suelen dar en las relaciones de comercio, debido a que los impuestos aplicados a los productos provenientes del extranjero deberían ser más altos en comparación con los que se grava a los productos nacionales; en consecuencia, los bienes que se producen dentro del país serán más económicos, ello con el fin de incentivar la competitividad (Rangel et al., 2019).

Por otro lado, es menester mencionar qué son las políticas comerciales: Estas pueden interpretarse como aquellas medidas adoptadas por un país con el objeto de estructurar sus actividades de tipo comercial con el exterior a través de las cuales el estado preserva, cambia o transforma de manera sustancial sus lineamientos comerciales con los demás países con los que efectúa o realiza alianzas de tales circunstancias (Navarro y Zamora, 2012).

En opinión, la competitividad parte desde la visión natural de cada empresario y sus deseos por conquistar mercados internacionales, es obvio que en esa tarea se tenga que apoyar en el Estado, para que desde las políticas públicas sienta esa colaboración y motivación en busca de exportar parte de lo que produce o importar bienes o recursos con los cuales pueda competir en el mercado local. A su vez también depende de su formación, información, asesoría y desarrollo de habilidades de negociación.

Si bien es cierto que en el desarrollo de la competitividad prima el ingenio y la innovación; estos dos factores no son

suficientes, por ello se hace necesario que haya una intervención tripartita (estado, sector, empresa “ESE”), con el propósito de hallar la conjugación de políticas públicas que apoyen y logren con ello jalonar a los diversos sectores, en los que se encuentra el metalmeccánico, carroceros y de autopartes de la ciudad de Duitama. En consecuencia, se hace necesario implementar un enfoque de carácter sistémico con el objetivo de que se aborden los tres factores claves identificados: Comercialización, Importaciones y Exportaciones.

Sector Metalmeccánico

Según Betancourt y Cruz (2018), esta actividad es desarrollada con base en materias primas provenientes de la siderurgia, empleando estos materiales en otros bienes, bien sea como ensambles, transformación o arreglo de producto deteriorado.

En similares términos, la metalmeccánica está incorporada dentro de la industria manufacturera del país de la cual forma parte la siderurgia y la metalurgia, de estas dos ramas toma sus productos metálicos para la elaboración de otros que serán utilizados en diferentes sectores como la construcción, la petroquímica, las comunicaciones, entre muchos otros (Cedetrabajo, 2016).

Políticas Departamentales Para el Sector

La agenda departamental para la

competitividad y la innovación, impulsada en los tres últimos años por la Comisión Regional de Competitividad, propone el desarrollo de sectores de clase mundial, con apuestas productivas y la consolidación de mercados internacionales para los renglones estratégicos del departamento de Boyacá, entre los cuales se encuentra el metalmeccánico, la fabricación de carrocerías para vehículos automotores, remolques y semirremolques. A través de esta agenda se pretende identificar las brechas productivas que aquejan a estas actividades, sus causas y sus posibles soluciones puntuales: *i.* Generación de capacidades tecnológicas de comercialización para los empresarios, *ii.* La sofisticación de su aparato productivo basado en nuevas tecnologías (Comisión Regional de Competitividad Boyacá, 2019).

Metodología

La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativo, con ella se realizó el análisis producto de los resultados logrados a través de dos instrumentos:

- Cuestionario a manera de encuesta estructurada que se aplicó a doscientos (200) empresarios del sector metalmeccánico, carroceros y de auto partes para la ciudad de Duitama, siguiendo la herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014)², para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana y los lineamientos del Grupo de Investigación Ideas en Acción de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD”.



.....
Contadora Pública por la Universidad de San Martín de Porres de Lima (Perú). Especialista en Finanzas, maestra en Administración y doctora en Administración por la Universidad nacional Autónoma de México. Actualmente pertenece al Sistema Nacional de Investigaciones (SIN), nivel I, de CONACYT (Consejo Nacional de Ciencia Y Tecnología).

- Entrevista aplicada a catorce (14) empresarios pertenecientes al clúster metalmecánico de la misma ciudad, con los que se adelantó los temas relacionados con la importación y exportación. Lo obtenido a través de estas dos herramientas se presentan en el capítulo dedicado a los resultados producto de la investigación.
- Con respecto del mapa de competitividad, solo se abordó el área de la comercialización, dado que las otras áreas³⁴ fueron desarrolladas por los demás integrantes del grupo de investigación antes citado, así como de los Factores de Competitividad Sistémica sólo se analizaron las políticas selectivas de importación y las impulsoras de exportación desde dicho sector.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta.

Determinación de la Muestra	Muestreo aleatorio simple, por códigos CIIU con datos Cámara de Comercio de Duitama
Población objeto de estudio	402 empresarios del sector metalmecánico, carroceros y de autopartes de Duitama, cuyas Empresas están declaradas en los códigos C, F y G
Tamaño de la muestra	200
Error muestral	5% (frecuencias de ocurrencia del 50% y nivel de confianza del 95%)
Criterios de inclusión y exclusión	Se determinan empresas con códigos CIIU que correspondan a las actividades seleccionadas con códigos C, F, G (que tengan más de un código CIIU relacionado de los 4 posibles)

Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por la Cámara de Comercio de Duitama.

En la tabla 1 y de acuerdo con la información obtenida con datos suministrados por la Cámara de Comercio de Duitama, se excluyeron: -Empresas cuya actividad no se relaciona de manera directa con la cadena metalmecánica, autopartista y carroceros. - Empresas que no pueden ser contactadas o cuya actividad se relaciona con talleres de reparación mecánica que no interactúan en la industria. - Empresas que no pueden ser contactadas porque cambian domicilio o

sus datos no corresponden al ser llamados a encuesta. Se tuvo en cuenta:

- Actividades declaradas por las empresas que integran el clúster metalmecánico.
- Empresas cuya actividad se relaciona con talleres de reparación mecánica, otro tipo de maquinaria y actividades de ingeniería que interactúan en la industria.

Tabla 2. Codificación de opciones de respuesta encuesta⁴

Escala de calificación	5. Totalmente de acuerdo; 4. Parcialmente de acuerdo; 3. ni de acuerdo ni en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 1 Totalmente en desacuerdo.
------------------------	--

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

³ 1. Planeación Estratégica, 2. Producción y Operaciones, 3. Aseguramiento de la Calidad, 4. Comercialización, 5. Contabilidad y Finanzas, 6. Recursos Humanos, 7. Gestión Ambiental, 8. Sistemas de información.

⁴ Encuesta y competitividad sector metalmecánico, autopartista y carroceros de Duitama, con base a modelo adaptado por María Luisa Saavedra. Interpretado: Los que están en desacuerdo cómo los que desconocen del tema, los que no están ni en acuerdo ni en desacuerdo, como aquellos que no saben o saben algo, y los que están en acuerdo como los que tienen conocimiento de esta parte de la gestión administrativa.

Tabla 3. Variables determinantes de la competitividad del sector en estudio.

Ítem de investigación	Variables de análisis
Comercialización	<p>Categorización de la variable</p> <p>A. Mercado Nacional: Mercadeo y Ventas. (Tecnologías audio visuales de promoción y publicidad, innovación en sistemas de telecomunicación, sistemas de conteo y control) (Álvarez, 2015).</p> <p>B. Mercado Nacional: Servicios. Uso de recursos tecnológicos en la medición empleadas en las auditorias de control y calidad de comunicación, información y rendimiento (Álvarez, 2015).</p> <p>C. Mercado Nacional: Distribución</p>
Importación	<p>Categorización de la variable</p> <p>A. Importación de Materia Prima, productos semiacabados, bienes intermedios</p> <p>B. Importador directo o con proveedores.</p> <p>C. País de importación⁵⁶</p> <p>D. Porcentaje de MP importada para la producción.</p> <p>E. Afectación del dólar</p> <p>F. Apoyo del gobierno</p>
Exportación	<p>Categorización de la variable</p> <p>A. Exportador de su producción</p> <p>B. Porcentaje destinado a exportación</p> <p>C. Capacitaciones con miras a exportar</p>
Políticas arancelarias	<p>Categorización de la variable</p> <p>Conocimiento del tema arancelario por importación y exportación.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

Tabla 4. Ficha técnica de la entrevista.

Población objeto de estudio	Empresarios de la industria metalmecánica de Duitama
Tamaño de la muestra	14 empresarios clúster metalmecánico, carroceros y de autopartes de Duitama Boyacá

Fuente: Elaboración propia con base en estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción.

Análisis de Resultados

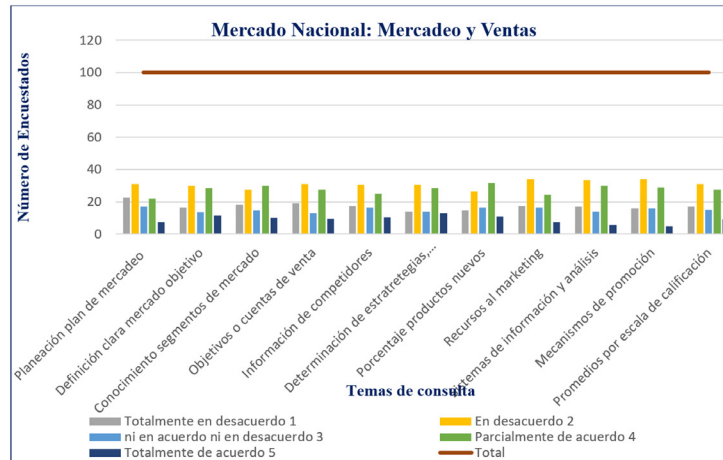
A partir de la encuesta y la entrevista que fueron aplicadas a los empresarios del sector y conforme a los tres temas

de investigación (comercialización, importación y exportación) cada uno con sus variables (tabla 3), se realizó el análisis de estadísticas descriptivas.

⁵ País: Chile, Brasil, Argentina, México, España, Canadá, Estados Unidos, otros

Comercialización (Mercado y Ventas)

Figura 2. Mercadeo y ventas (comercialización). I



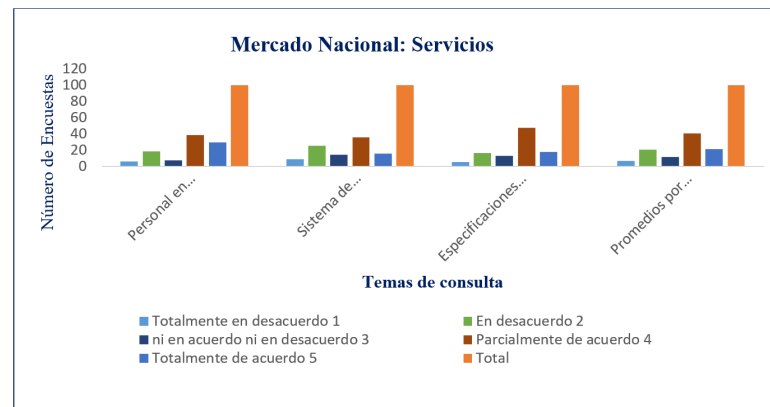
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

Ante las diez preguntas relacionadas con el mercadeo y ventas se encontró que en promedio el 17% está en total desacuerdo, el 31% está en desacuerdo, el 15% ni en acuerdo ni en desacuerdo, sumados estos 3 resultados, el desconocimiento frente a esta por encima del 50%; significa esto que, no hay claridad o desconoce los procesos de gestión y la empleabilidad de variables tecnológicas (recursos audio visuales de promoción y publicidad, innovación en sistemas de telecomunicación, sistemas de conteo y control) que se requieren

para adelantar la comercialización de sus productos, mientras que el 28% está parcialmente de acuerdo y el 9% restante está totalmente de acuerdo. En conjunto estas dos subvariables agrupan el 37% de los que tienen algún conocimiento o saben de mercadeo y ventas con aplicación tecnológica, las cuales generan eficiencia en sus procesos, de tal forma que alcance niveles de sofisticación acorde con el mercado internacional.

Comercialización (Servicios)

Figura 3. Servicios (comercialización).



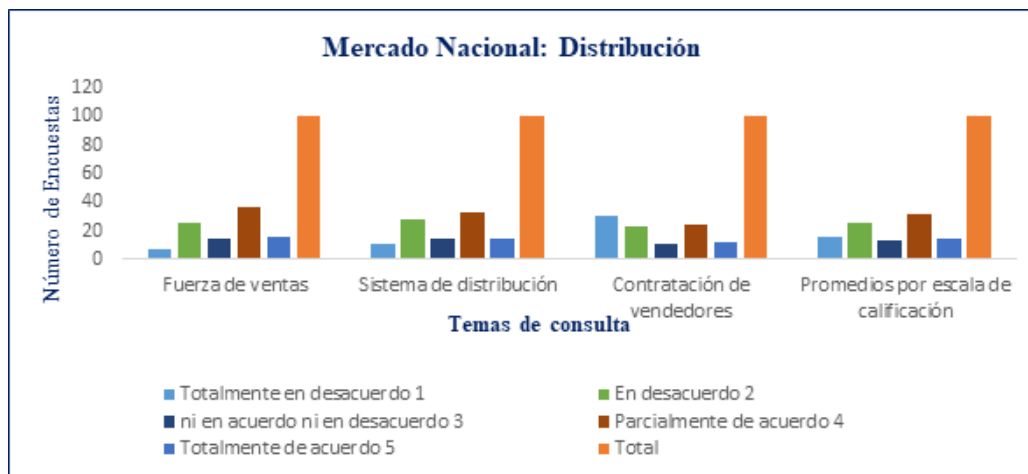
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

En términos de la comercialización y con referencia a los servicios que el sector debe ofrecer (contacto-cliente, satisfacción-cliente, especificaciones producto), con apoyo de recursos tecnológicos de medición para llevar a cabo auditorias de control y calidad en la comunicación, información y rendimiento, se evidenció que: un 6,7% está totalmente en desacuerdo, un 20,1% en desacuerdo,

un 11,7% ni en acuerdo ni en desacuerdo; en conjunto este porcentaje es equivalente al 38,5%, los cuales desconocen esta temática mercadotecnista, en tanto que el 40,5% está parcialmente de acuerdo y el resto, que es el 21% está totalmente de acuerdo; entre estos dos ítems suma el 61.5% que de alguna manera sabe acerca de los servicios que se debe realizar en función del mercadeo.

Comercialización (Distribución)

Figura 4. Distribución (comercialización).



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

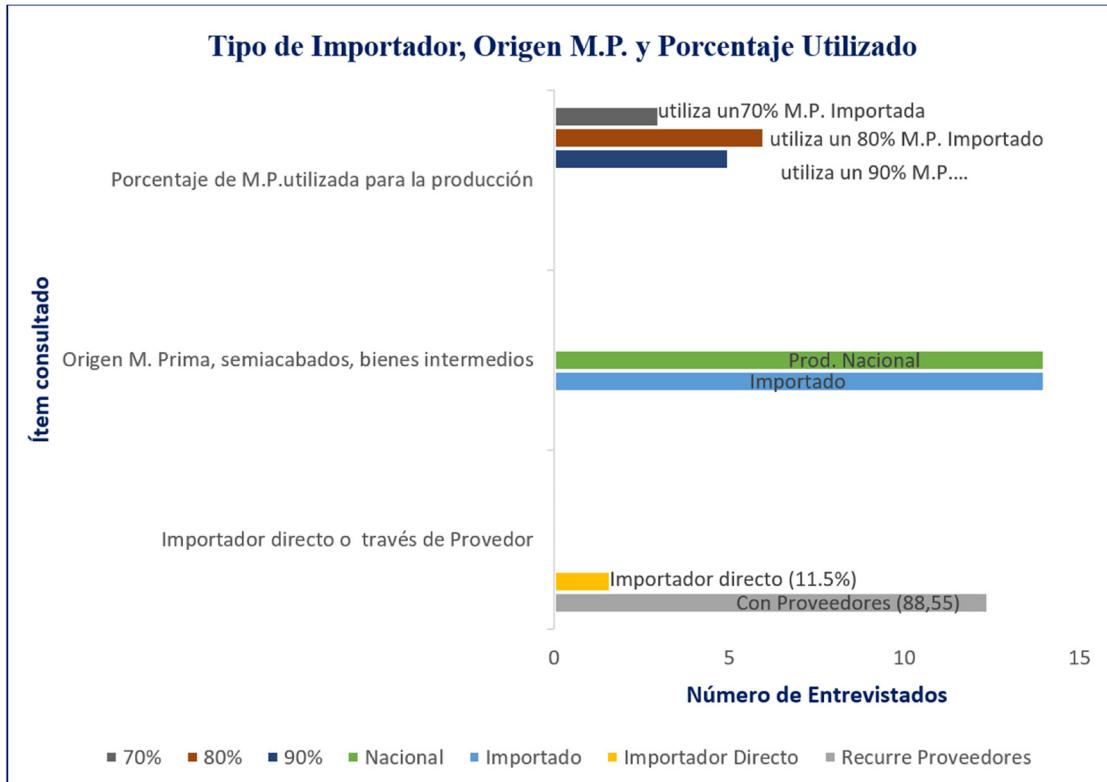
Relacionada con la colocación de productos en el mercado en subtemas como la fuerza de ventas, sistemas de distribución y contratación de vendedores, se determinó que el 16% está en total desacuerdo, el 25,3% en desacuerdo, el 13,3% ni en acuerdo ni en desacuerdo; agrupados estos tres ítems, se obtuvo un 54,6%, evidenciando que como empresarios desconocen esta parte del mercadeo o comercialización, en tanto que el 31,2% está parcialmente de acuerdo y en total acuerdo 14,2%; sumando estos dos datos equivalen al 45,4%.

Importación y Exportación

Los temas de importación y exportación fueron analizados a partir de las entrevistas realizadas a los 14 (catorce) empresarios afiliados al Clúster metalmecánico, los cuales se han vinculado de esa manera ante estrategias determinadas por la Cámara de Comercio de Duitama y que de alguna forma buscan ser beneficiados con los servicios que esta entidad les brinda.

Importación

Figura 5. Importación (tipo de importador, origen M.P. y porcentaje utilizado).

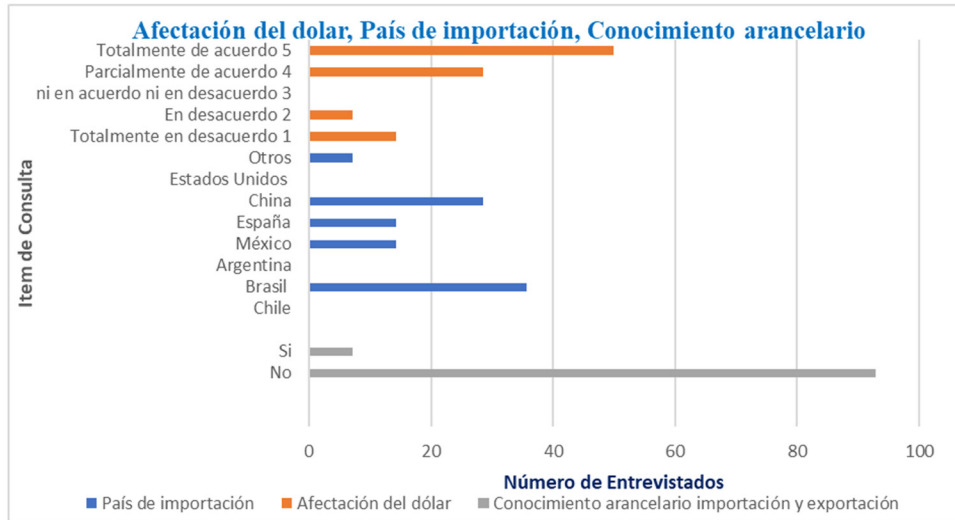


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

Con respecto a la importación todos los empresarios entrevistados pertenecientes a este sector utilizan materia prima importada, algunos más que otros, la cual oscila entre un 70% y un 90% del producto elaborado y determinado por cada fabricante según sea el ramo al cual está dedicado (metalmecánico, autopartes, carrocerías) según su especialidad: pinturas, partes o elementos que serán requeridos por otros fabricantes de dicho renglón. Por otro lado, el cien por ciento

de los empresarios consultados utilizan tanto producto nacional como materia prima importada, empleando un porcentaje mínimo nacional y un máximo proveniente de la importación como se indicó en el párrafo antes descrito. Averiguado al empresario perteneciente al sector metalmecánico, carrocerero y de autopartes, pertenecientes al Clúster de Duitama Boyacá, el 88,5% recurre a proveedores y tan sólo un 11,5% es importador directo.

Figura 6. Importación (afectación por el dólar, país de importación, concimiento arancelario).



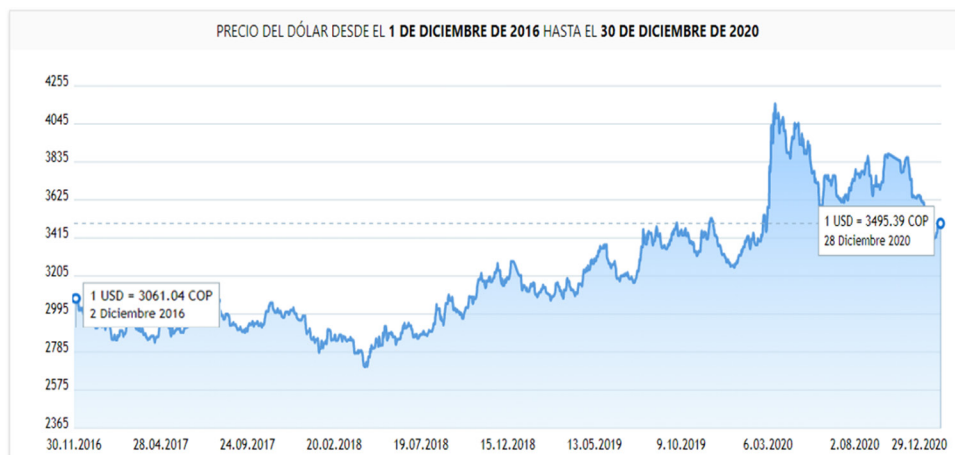
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en la herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

En la figura 6, en referencia a si el empresario se ve o no afectado por el dólar por temas de importación, el 50% está totalmente de acuerdo, el 28.6% está parcialmente de acuerdo, lo que significa en sumatoria que el 78.6% han indicado que se han visto perjudicados por la subida de la divisa. Una manera de visualizar cómo ha variado el precio del dólar frente a la moneda nacional se pudo apreciar en la figura 7 en la que se determinó el comportamiento de

la moneda extranjera en los últimos cinco años, con un alza del 14,19% en este lapso de tiempo (2 de diciembre de 2016 a 27 diciembre de 2020). En consecuencia, se pudo observar como la variación del precio del peso colombiano con respecto al dólar sufre una fuerte devaluación, situación que pudo eventualmente haber afectado los costos de los empresarios cuando ellos adquieren materia prima importada.



Figura 7. Compartamiento del dólar en los en los últimos cinco años.



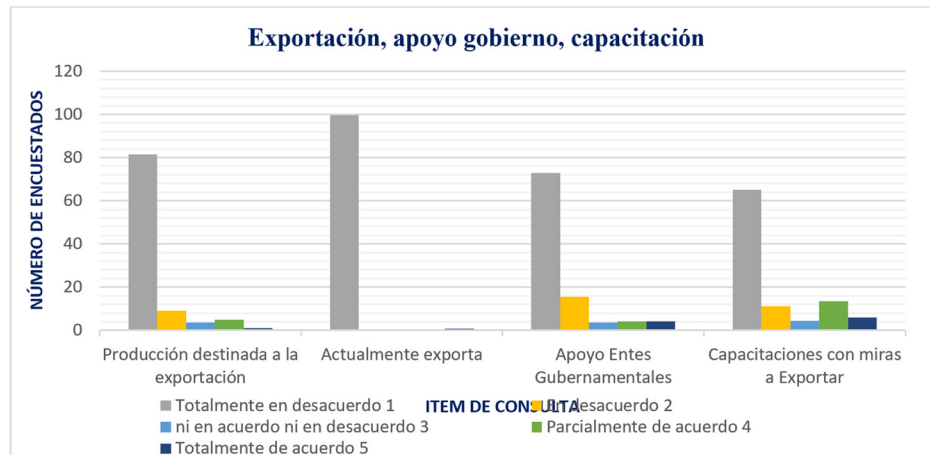
Fuente: Dólar-Colombia, 2020.

Consultados los empresarios antes citados, el mayor número de importaciones que se realiza para el sector metalmecánico, carroceros y de autopartes y para esta región del país (Duitama, Boyacá); proviene de Brasil en un 35,7%, seguido de China con un 28,6%, de México y España en ambos casos con un 14,3% y de otros países un 7,1% (Corea del Sur).

Dentro de la misma figura, se determinó que el empresario de este reglón económico no sabe de materia arancelaria en términos de importación y exportación, pregunta en la que se identificó que el 92,9% desconoce del tema y tan sólo el 7,1% tiene algo de conocimiento.

Exportación

Figura 8. Exportación, apoyo gobierno, capacitación.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra (2014).

En la figura 8, se muestra si los empresarios consultados realizan o no exportación, en ello se encontró que el 81,5% está totalmente en desacuerdo, el 9% en desacuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 3.5%, representando en conjunto el 94%, lo que significa que no lo hacen, mientras que el 5% esta parcialmente de acuerdo y el 1% totalmente de acuerdo, por lo que se pudo observar que tan sólo un 6% ha hecho de alguna manera exportación a México o Venezuela y actualmente un solo empresario dedica una mínima parte de su producción hacia Centro América, exactamente a El Salvador y Guatemala, lo que equivale tan sólo a 0.5%

En temas de apoyo gubernamental el 73% se encontró totalmente en desacuerdo, el 15,5% en desacuerdo, el 3.5 ni en acuerdo ni en desacuerdo, esta suma equivale a un 92% que indica que no recibe ayudas del gobierno y parcialmente de acuerdo y en total acuerdo un 8% que de alguna manera percibe que ha recibido beneficios por la administración estatal, esto obedece a auxilios por temas de pandemia (apoyo al pago de la nómina).

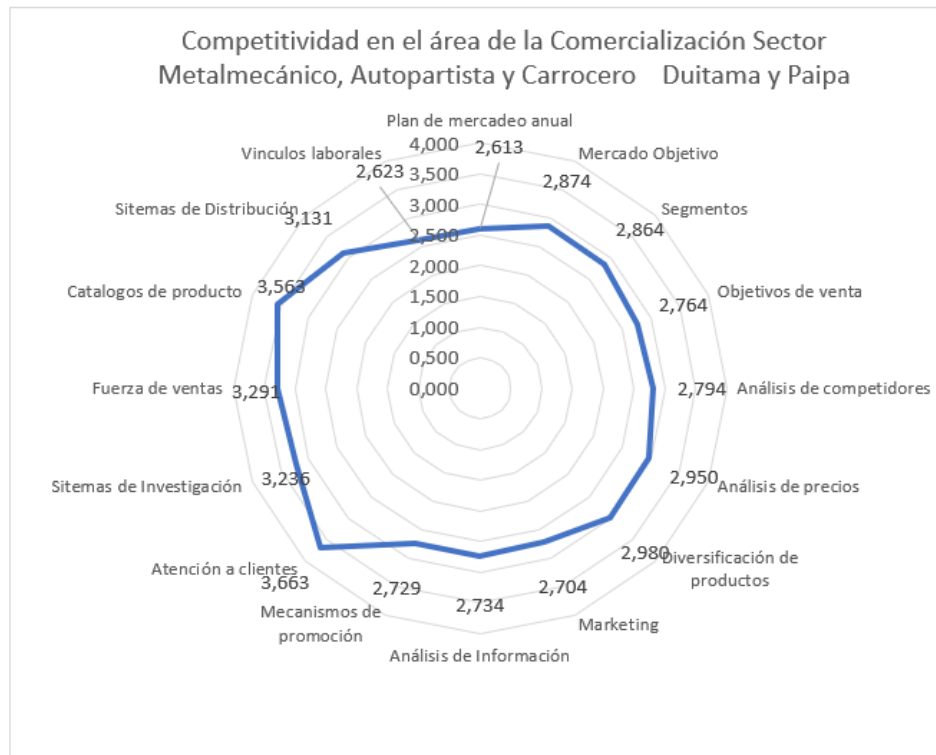
Relacionado con orientación y conocimiento brindado en referencia a la exportación el 65% está en total desacuerdo, en desacuerdo el 11%, ni en acuerdo ni en desacuerdo el 4,5%, en conjunto equivale a un 80,5%; en síntesis el sentir de los empresarios

es que el gobierno no les brinda ningún tipo de capacitaciones, mientras que un 13,5% está parcialmente de acuerdo y un 6% totalmente de acuerdo, en suma los dos ítems equivalentes a un 19,5% de empresarios del sector, manifiestan de

alguna manera reciben cierto tipo de ayuda representada en conocimiento otorgado a través de la Cámara de Comercio de Duitama, mas no porque el gobierno lo realice directamente.

Competitividad del Área de Comercialización en el Sector

Figura 9. Nivel de competitividad del área comercialización.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta, estudio Grupo de Investigación Ideas en Acción, basados en herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra. (2014).

A partir de la metodología adaptada por Saavedra (2014), quien se basó en la Herramienta Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo, para llevar a cabo su estudio acerca de la Determinación de la Competitividad Sistémica en las MYPYME de Ecuador, se empleó esta misma técnica por parte por el Grupo de Investigación Ideas en Acción al cual se pertenece. Al hacer el estudio para las diferentes áreas relacionado con el

análisis de la competitividad en el Sector Metalmecánico, Autopartista y Carrocero para la ciudad de Duitama, se pudo determinar que:

Dentro de la escala de 1 a 5, siendo 5 muy alto y 1 muy baja, de las dieciséis (16) variables o subáreas analizadas ninguna alcanza un puntaje de 4 considerado como alto, en donde cinco (31.25%) de ellas están ubicadas alrededor de un puntaje de 3 y las once restantes (68, 75%) están

por debajo de ese valor, lo que las ubica en una posición baja. La atención al cliente se presenta como el puntaje más alto y el plan anual de mercadeo como el puntaje más bajo.

Discusion

La pregunta que nace a partir de los resultados encontrados y la cuál se constituye en materia de Discusión es ¿El sector metalmecánico, autopartista y carroceros de Duitama, puede llegar a tener una mejor competitividad, lograr un mejor posicionamiento en el mercado o por lo menos hacerse más visible dentro de la economía regional?

De acuerdo a los análisis anteriores, se da el porqué. Hay empresarios que están dentro de este sector con mucha capacidad, anhelos y una pujanza propia. ¿Qué hace falta? En primer lugar, trabajo agremiado el cual evita un jalonamiento individual; al parecer hasta ahora es muy poco lo que se ha logrado. Este es un aspecto en el que se visualizó que el sector requiere de la ayuda en pro de una integración cooperada entre estos empresarios. Si bien existe un clúster metalmecánico, es porque de alguna forma y hasta hace un tiempo, la Cámara de Comercio de Duitama se ha preocupado por colaborar con ellos de cierta manera.

En segundo lugar, hay un punto bien importante, el cual se pudo evidenciar a lo largo de este trabajo en materia de comercialización: a. En lo relacionado con el mercado y ventas el 63% desconoce del tema, en asuntos de distribución, más de la mitad (54.6%) de los empresarios encuestados sostuvieron que no saben de la temática. b. En cuanto al mercado y servicios el nivel de desconocimiento alcanzó el 38.5%. Aspectos con los que se comprueba la *hipótesis, la cual fue planteada como*: El desconocimiento en materia de ventajas,

beneficios en cuanto a importaciones, exportaciones y comercialización por parte de los empresarios del sector, ha hecho que este renglón económico sea menos competitivo de lo que pudiese llegar a ser; temas que llevaron a exponer en el presente escrito los resultados del estudio realizado.

En tercer lugar, los empresarios de este renglón hacen notar un descontento por falta de apoyo por parte del gobierno nacional, dado que este no le presta la atención necesaria que se requiere: apoyo profesionales como la orientación para desarrollar una mejor comercialización de sus productos, políticas públicas asertivas, que aunque las fije, la tendencia es más al favorecimiento de las políticas selectivas de importación que a las políticas impulsoras de exportación, lo cual desfavorece al sector desestabilizando la producción local, bien sea un producto total o algún componente del mismo.

Un ejemplo de lo anterior, fue el Decreto 789 de junio 4 de 2020, con cual se exoneró de IVA al importador de vehículos automotores de servicio público, de carga y de pasajeros. En consecuencia, esta medida adoptada se traduce en una situación en contra del sector.

Conclusiones

A partir de los resultados y la discusión se llegó a las siguientes conclusiones:

La competitividad se deduce como aquel poder adquirido por una empresa para sostenerse o ampliar sus posibilidades de participar en el mercado, acorde a sus estrategias empresariales, manteniendo crecimiento paulatino y permanente de su productividad, haciendo relación con otras organizaciones en búsqueda de acuerdos comerciales con distintas entidades y otras

compañías dentro de su sector, a fin de alcanzar el nivel competitivo establecido por el mercado y las políticas adoptadas por el gobierno nacional y la cooperación económica de la región (Bermeo y Saavedra, 2017).

Se observó que un primer factor que afecta a todos los empresarios del gremio, corresponde a la importación de materia prima, la que se ubica entre un 70% y 90% de del total de las partes empleadas en la producción y al estar negociada en moneda extranjera, los costos se ven incrementados por la devaluación de la tasa de cambio de Colombia en comparación con la divisa de referencia de mercado internacional (dólar); siendo la mayoría de adquisiciones de materiales para el sector ubicado en Duitama, Boyacá provenientes de Brasil en un 35,7%, seguido de China con un 28,6%, México y España en ambos casos con un 14,3% y de otros países un 7,1% (Corea del Sur).

Al depender la economía colombiana del mercado del dólar el cual incrementa los costos, se convierte en otro factor que afecta la producción local de autopartes, la metalmecánica y la carrocería, lo cual se traduce en un desincentivo más para la escasa fabricación de productos más complejos, como por ejemplo vehículos completos y que únicamente se dedique el sector a la creación de partes con destino al mercado local; en particular en estos últimos años en los que la devaluación de la moneda nacional frente al dólar paso de 3061,04 COP en diciembre de 2016 a 3.495,39 COP en diciembre de 2020, incrementado su valor en un 14.19%.

Al ser consultado como afecta al empresario el cambio del dólar frente al peso, el 78.6% indico que se ve perjudicado; en razón a que el 88,5% no es importador directo, sino que recurre a proveedores, aspecto que se

traducen en sobrecostos en la fabricación de lo producido internamente.

Por otra parte, y en materia de exportaciones se pudo determinar que el 94% de los empresarios encuestados no ha realizado algún tipo de exportación, tan sólo el 6% ha enviado parte de su producción a países como Venezuela y México y tan sólo Uno en la actualidad lo realiza a Centro América (Salvador y Guatemala), se puede decir entonces que, casi nada de lo que produce el sector metalmecánico, autopartista y carrocería de Duitama en Boyacá, se realiza y piensa con destino al mercado extranjero.

Los motivos alrededor de la situación anterior, tienen que ver con el escaso conocimiento que estos empresarios saben en materia arancelaria, regímenes aduaneros y su reglamentación respectiva y también por el poco apoyo que el gobierno les brinda. De lo consultado, el 80.5% de ellos manifiesta que no ha recibido ningún tipo de ayuda gubernamental y el 19.5% restante indicó que tan sólo y en época de pandemia lo recibido ha sido lo relacionado con incentivos para el pago de la nómina.

Al abordar el Nivel Meso de la Competitividad Sistémica, en el cual se encuentran insertas las políticas selectivas de importación e impulsoras de exportación, según el modelo de Esser y otros y en el que todos estos factores deben interactuar para llegar a la competitividad que un país requiere, el sector metalmecánico, carrocería y autopartista de Duitama, está lejos de alcanzarlo, máxime cuando los empresarios analizados con el presente estudio, carecen o poco saben acerca de temas como la Comercialización (una de las áreas importantes para determinar la competitividad) y los regímenes de importación y exportación.

En este caso, el empresario tan sólo

está orientado a una producción para el mercado interno, generando únicamente algunas partes y otras destinadas al ensamblaje, más no a fabricar productos completos, tampoco en crear para exportar, dado la falta de integración cooperada de empresarios del gremio, desconocimientos en materias arancelarias de comercio exterior y apoyo o incentivos por parte del gobierno.

Algunas fuentes consultadas como la Agenda Integradas de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación de Boyacá (2019), en su versión preliminar, citando al DANE (2011), señala que el sector metalmecánico contribuye con el 16% del PIB departamental, siendo este uno de los renglones más importantes para el desarrollo de la región. Sin embargo, no se le presta la atención que este merece.

Según el Observatorio Regional del Mercado de Trabajo de Boyacá (2015), el sector metalmecánico en porcentaje de participación de valor agregado por departamento, Boyacá se hizo presente con el 8.50% y en materia de empleo (población ocupada en el sector) representó el 3,29%, aspectos que destacan la importancia a nivel de la economía regional, por lo que merece mayor atención por parte del gobierno.

Aunado a lo anterior, el sector metalmecánico, de autopartes y carroceros de la ciudad de Duitama, requieren y necesitan de ayuda en materia de capacitación en el área de Comercialización, con el fin de conocer acerca de los regímenes de Importación y Exportación, apoyo del gobierno y organización por medio de un gremio que verdaderamente los represente y logre encaminarlos rumbo a la competitividad.

Finalmente, la metodología adoptada permitió conocer de manera primordial como es el comportamiento competitivo que experimenta este sector en materia de comercialización. De acuerdo a la herramienta mapa de competitividad del BID, adaptado por Saavedra en 2014 y aplicada por el Grupo de Investigación Ideas en Acción y del cual se forma parte, se determinó que el nivel de Competitividad de esta área no llega a un nivel de alto; el que más cerca dentro de ella es atención a clientes con una representatividad de 3,663. De las 16 variables analizadas en esta área, once (11) de ellas equivalentes a un 68.75% están en un nivel bajo, y la que más abajo se ubica en términos de esta calificación es el plan de mercadeo anual con un puntaje de 2,613.

En consecuencia, a la competitividad del sector y en referencia al área de comercialización se le debe prestar una gran atención, debido a que el reglón metalmecánico, carroceros y autopartista de esta región del país ha sido poco competitivo.

Referencias

Álvarez Echeverría, F. A. (2015). *Implementación de nuevas tecnologías: valuación, variables, riesgos y escenarios tecnológicos*. Universidad Francisco Gavidia.

Bermeo Pazmiño, K. V. y Saavedra García, M. L. (2017). *Determinación de la competitividad sistémica de la Mipyme en Ecuador: el caso de la fabricación de muebles de madera*. Publicaciones Empresariales UNAM.

Betancourt Guerrero, B y Cruz Jaramillo, J. A. (2018, julio-diciembre). Escenarios futuros del sector metalmecánico, municipio de Tuluá y su zona de influencia, horizonte 2018-2028. *Informador Técnico*, 82(2), 181-208. <https://doi.org/10.23850/22565035.1408>

- Castillo San Juan, B. C. (2015). *Parte I: Régimen de Importación de bienes: llegada y desaduanamiento de mercancías; modalidades de importación*. Banco de la República. <https://www.banrep.gov.co/es/jornadas-capacitacion-dcin-2015-1>
- Cedetrabajo. (7 de octubre de 2016). *(Informe SIA #23): la Industria metalmecánica en Colombia frente a los TLC*. <https://cedetrabajo.org/informe-6-la-industria-metalmecanica-en-colombia-frente-a-los-tlc/>
- Comisión Regional de Competitividad Boyacá. (2019). *Agenda integrada de competitividad, ciencia, tecnología e innovación de Boyacá*. Gobernación de Boyacá. <https://www.boyaca.gov.co/sectic/files/Agenda-Departamental-Competitividad-Innovacion.pdf>
- Dólar-Colombia. (2020). *Gráfica del precio del dólar*. <https://www.dolar-colombia.com/grafica?fi=2016-12-01&ff=2020-12-30>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., y Meyer-Stamer, J. (1996, agosto). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, (59), 39-52.
- Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE). (5 de junio de 2008). *Miguel Jaramillo visita Instituto Alemán de Desarrollo*. <https://www.grade.org.pe/novedades/miguel-jaramillo-visita-instituto-aleman-de-desarrollo/>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (4 de junio de 2020). *Decreto 789 de 2020*. Por medio del cual se adoptan medidas tributarias en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica de conformidad con el Decreto 637 de 6 de mayo de 2020. D.O. 51335.
- Morales Rubiano, M. E. y Castellanos Domínguez, O. F. (2007, enero-junio). Estrategias para el fortalecimiento de las Pyme de base tecnológica a partir del enfoque de competitividad sistémica. *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(29), 115-136.
- Navarro Chávez, J. C. L., J y Zamora Torres, A. I. (2012, enero-abril). La Competitividad de la política comercial en la economía internacional a través del análisis de componentes principales. *Investigación y Ciencia*, 20(54), 40-48.
- Rangel Vargas, M. G., Pinza Córdoba, J. C., Fajardo Perdomo, J. P., y Velasco Delgado, J. Y. (2019, enero-junio). Principales determinantes de las importaciones en Colombia. 2000-2016. *Revista Tendencias*, 20(1), 130-157. <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.111>
- Rojas Cruz, D. L. y Barreto Bernal, P. C. (2016, julio-diciembre). Diagnóstico de competitividad del sector productor de arracacha: caso municipio de Boyacá (Colombia) 2014. *Revista Apuntes del CENES*, 35(62), 245-278.
- Saavedra García, M. L. (2012, julio-diciembre). Una propuesta para la determinación de competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, (33), 93-124.
- Saavedra García, M. L. (Coord.). (2014). *Hacia la determinación de la competitividad de la PYME latinoamericana*. Publicaciones Empresariales UNAM.
- Saavedra García, M. L., Camarena Adame, M. E., y Saavedra García, M. E. (2019, julio-diciembre). Competitividad de las Pyme y su relación con los sistemas de información. *Cuadernos de Contabilidad*, 20(50). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc20-50.cprs>
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (2012, octubre). Mecanismos y modalidades para fomentar el comercio entre los países del Mercado Común Centroamericano y de la Comunidad del Caribe. En *XXXVIII Reunión Ordinaria del Consejo Latinoamericano*, Caracas: SELA. http://www.sela.org/media/3200782/t023600005216-0-mecanismos_modalidades_fomentar_comercio_paises_mercado_comun_centroamericano_comunidad_del_caribe.pdf



Solleiro Rebolledo, J. L. y Castañón Ibarra, R. (2012, noviembre-diciembre). Competitividad, innovación y transferencia de tecnología en México. *ICE, Innovación y Competitividad*, (869), 149-161.

Zuluaga G., L. M. (2015). *Parte II: Régimen de exportación de mercancías e ingreso y salida de mercancías de y hacia una zona franca*. Banco de la República. <https://www.banrep.gov.co/es/jornadas-capacitacion-dcin-2015-2#capitulo2-2>

