

**PRÁCTICAS CORPORATIVAS DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y LA
ACTIVIDAD FÍSICA UTILITARIA EN COLOMBIA**

MARLY STEPHANY GUERRERO VIÁFARA
Enfermera

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE SALUD
ESCUELA DE SALUD PÚBLICA
MAESTRÍA EN SALUD PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2018**

**PRÁCTICAS CORPORATIVAS DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
Y LA ACTIVIDAD FÍSICA UTILITARIA EN COLOMBIA**

MARLY STEPHANY GUERRERO VIAFARA

Enfermera

Proyecto de investigación para optar el título de Magister en Salud Pública

Directora del trabajo de investigación
JANETH MOSQUERA BECERRA- PhD

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE SALUD
ESCUELA DE SALUD PÚBLICA
MAESTRÍA EN SALUD PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2018**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Jurado

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, _____
(Día / mes / año)

DEDICATORIA

A mi familia y amigos por el apoyo y comprensión durante todo el proceso de formación como magister y durante la ejecución del proyecto de investigación.

Fue una experiencia maravillosa que me permitió ver la mano de Dios durante todo el proceso e involucrarme y aprender sobre la investigación para entender los procesos políticos y económicos que determinan la salud de las personas.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por su compañía, ayuda, por renovar mis fuerzas y darme la sabiduría para terminar con éxito mi Maestría en Salud Pública.

Agradezco a la profesora Janeth por sus asesorías, por compartir sus conocimientos en investigación, pero sobre todo por orientarme y acompañarme durante cada uno de los pasos del proceso de investigación.

Agradezco a mi familia y amigos por esas palabras de fortaleza que me alentaron para continuar hasta la meta.

Agradezco a todos los participantes que amablemente me recibieron y me permitieron descubrir y entender a través de su opinión, conocimiento y su experiencia el mundo de la salud pública.

CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
2. ESTADO DEL ARTE.....	17
2.1 Prácticas corporativas implicadas en el uso y tenencia del vehículo motorizado privado	19
2.2 Uso y tenencia del vehículo motorizado privado y la actividad física utilitaria	24
2.3 El papel de los actores en salud pública para limitar las prácticas corporativas de la industria automotriz	26
3. PERSPECTIVA TEÓRICA	29
4. OBJETIVOS	33
5. METODOLOGÍA	34
5.1 Área de estudio.....	34
5.2 Diseño del estudio	35
5.3 Recolección y análisis de la información	37
5.4 Rigor metodológico.....	52
6. CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	54
7. RESULTADOS.....	56
7.1. LA ACTIVIDAD POLÍTICA CORPORATIVA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ QUE PROMUEVE EL USO Y LA TENENCIA DE VEHÍCULO MOTORIZADO PRIVADO, UN RIESGO POTENCIAL PARA LA SALUD PÚBLICA	56
7.1.1 Estrategia de información y mensajería:	59
7.1.2 Incentivo financiero	79
7.1.3 Edificación de la circunscripción	81
7.1.4 Estrategia legal	88
7.1.5 Estrategia sustitución de políticas	90
7.1.6 Fragmentación y desestabilización de la oposición	92
7.2 LOS TOMADORES DE DECISIÓN Y LA ACTIVIDAD POLÍTICA CORPORATIVA.....	96
7.2.1 Red temática 1: La industria automotriz y su relación con la actividad física utilitaria.....	97
7.2.2 Red temática 2: Implicaciones de la práctica corporativa en la salud pública	106
7.2.3 Red temática 3: Conflicto entre los tomadores de decisión para intervenir en las prácticas corporativas	117
8. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	129

9. BIBLIOGRAFÍA.....	139
10. ANEXOS.....	160

Lista de tablas

Tabla 1. Inventario documental.....	43
Tabla 2. Identificación del marco temático	44
Tabla 3. Indexación	44
Tabla 4. Codificación del texto	48
Tabla 5. Identificación de temas básicos	49
Tabla 6. Modelo de la construcción de la red temática	50
Tabla 7. Actividad política corporativa de la industria automotriz en Colombia.....	58
Tabla 8. Características de los tomadores de decisión	96

Lista de figuras

Figura 1. Modelo Ecológico.....	32
Figura 2. Modelo Estudio de Caso.....	36
Figura 3. Estructura de la red temática.....	51
Figura 4. Red temática La industria automotriz y su relación con la actividad física utilitaria	97
Figura 5. Red temática: Implicaciones de la práctica corporativa en la salud pública.....	107
Figura 6. Red temática: Conflicto entre los tomadores de decisión para intervenir en las prácticas corporativas	118

RESUMEN

Introducción: La actividad física es un factor protector para las enfermedades crónicas no transmisibles. La tenencia y uso de transporte motorizado se han asociado con disminución de las oportunidades para que las personas sean físicamente activas. En el ámbito mundial, se ha identificado que la industria automotriz ha venido desempeñando un papel clave en los procesos de motorización de las ciudades, lo cual podría afectar los niveles de actividad física en las poblaciones.

Objetivos: Analizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para facilitar la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado en Colombia entre los años 2006-2017 y explorar la opinión de los tomadores de decisión sobre las implicaciones en salud pública de las prácticas corporativas usadas por la industria automotriz.

Metodología: Se hizo un estudio de caso único. La aproximación teórica se basó en el modelo ecológico. Las técnicas de recolección de datos fueron la revisión documental para caracterizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para promover el uso y la tenencia del vehículo motorizado particular; y la entrevista semi-estructurada para conocer la opinión que tienen los tomadores de decisión sobre las prácticas corporativas y las implicaciones en salud pública. Los datos de la revisión documental se analizaron con la técnica de marco temático y las entrevistas se analizaron con la técnica de redes temáticas.

Resultados: Se identificó que la industria automotriz utiliza como prácticas corporativas: destacar la importancia de la industria automotriz; promover la desregulación; establecer relaciones con los encargados de formular políticas; desarrollar alternativas a las políticas y; criticar a los defensores de la salud pública que influyen en las políticas públicas. Sus prácticas buscan facilitar la tenencia y uso del vehículo motorizado particular y generan condiciones que limitan la actividad física utilitaria. Adicionalmente, se encontró que existen diferencias entre los tomadores de decisión sobre las implicaciones de las prácticas corporativas de la industria automotriz sobre la actividad física utilitaria y la salud pública. Por lo tanto, no hay consenso entre los tomadores de decisión sobre la necesidad de intervenir o no las prácticas corporativas para proteger la salud de la población.

Discusión: Los resultados de este estudio son consecuentes con lo reportado en la literatura sobre las prácticas corporativas implementadas por las grandes industrias para influenciar las políticas públicas. En este caso, la industria automotriz en Colombia está contribuyendo a favorecer contextos que limitan la actividad física utilitaria.

Conclusión: Las prácticas corporativas limitan la actividad física utilitaria porque, por un lado, se oponen a políticas públicas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado y mejorar la calidad del aire y; por otro lado, ha desarrollado propuestas para aumentar el uso y la tenencia del vehículo. Lo anterior, crea condiciones donde es poco probable que las personas tomen la decisión de realizar actividad física utilitaria y se convierte así la industria automotriz en un riesgo para la salud pública.

Palabras claves: Salud pública, actividad física, actividad política corporativa, industrias.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) las Enfermedades no Transmisibles (ENT) son la principal causa de muerte en el mundo. De hecho, las ENT fueron responsables del 68% de 56 millones de defunciones en el año 2012 (1, 2). Para su prevención, la OMS propuso un plan de acción con nueve metas, siendo una de ellas la reducción de la prevalencia de la actividad física insuficiente (3). La inactividad física es el cuarto factor de riesgo de mortalidad, responsable de 6% de las muertes en el mundo (4) y causante de 63,9 millones de AVAD (años de vida ajustados por discapacidad) (3). En el 2014, en el mundo, cerca de 81% de los adolescentes entre 11 y 17 años de edad no hacían actividad física suficiente y 23% de los adultos mayores de 18 años de edad no eran suficientemente activos (3).

Entre las modalidades de actividad física se encuentra la actividad física utilitaria, derivada del transporte activo, involucrada en la vida diaria de las personas (5, 6). Específicamente, la actividad física utilitaria se refiere a caminar o andar en bicicleta como modo de transporte para ir y/o venir a destinos diarios como el trabajo, escuela, iglesia, centro comercial, ir a pagar las cuentas, entre otros y, en general, se considera que es fácilmente incorporada en la vida cotidiana.

Buena parte de las investigaciones en actividad física se han basado en teorías y modelos con enfoque individual y, por ello, han dado lugar a intervenciones que buscan persuadir a las personas para que realicen actividad física (5, 7). Sin embargo, los

resultados de las intervenciones de tipo individual han sido poco efectivas (5, 8). Por lo anterior, se ha sugerido identificar los factores del ambiente físico (natural y construido) y social que influyen en el comportamiento y sobre los cuales las personas tienen escaso control (5, 9, 10). Razón por la cual, en la última década, hay una creciente tendencia a considerar la importancia de indagar por la interacción entre el individuo y el entorno físico y sociocultural y como ello se refleja en los comportamientos (5, 9, 10). En ese sentido, el modelo ecológico propone cinco niveles (personal, interpersonal, organizacional, comunitario y político) que pueden influir en ser o no físicamente activo (5, 11).

En particular, se ha planteado que las decisiones sobre los diseños urbanos, el uso del suelo y los sistemas de transporte tienen que ver con ser o no físicamente activo (5, 10). Se ha reportado que la marcada segregación socio-espacial, favorecida por la rápida urbanización, ha introducido cambios en la forma cómo las personas se movilizan en las ciudades (11, 12). Así mismo, los nuevos diseños urbanos y la construcción de carreteras privilegian el uso del transporte motorizado, limitando la infraestructura adecuada para transportarse a pie o en bicicleta (13, 14). Adicionalmente, las decisiones de expansión y densificación de las ciudades, sin tener en cuenta el transporte público, aumentaron los tiempos de viaje de conductores, pasajeros y peatones (15).

Como consecuencia se ha favorecido la proliferación de carros y motos que generan invasión de andenes, deteriorando la movilidad de peatones y la seguridad de los ciclistas (16); también ha reforzado la dependencia al uso del vehículo motorizado privado, disminuyendo las oportunidades a las personas de realizar actividad física

relacionada con el transporte (16, 17).

Específicamente, se reconoce que la industria automotriz desempeña un papel importante con respecto al proceso de motorización, e incluso algunos estudios y críticos señalan que esta industria podría estar usando prácticas corporativas similares a las de la industria tabacalera y de alimentos para mantener el consumo de sus productos, afectando la salud de las personas (18-21). Las prácticas corporativas son definidas como la comercialización y la actividad política de las corporaciones. Las cuales resultan de las decisiones de producción, precios, distribución, promoción y esfuerzos políticos que buscan generar entornos favorables para sus negocios y empresas (22).

Los estudios revisados muestran cómo la industria automotriz utiliza estrategias como el mercadeo, el cabildeo, el litigio, las relaciones públicas y el fomento de cierto tipo de investigaciones, con el fin de promover la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado. Ejemplo de esto es el mercadeo destinado a crear una percepción social positiva de sus productos (18), enalteciendo la tenencia, uso y la dependencia del vehículo motorizado privado el cual se muestra como símbolo de status y movilidad social (12, 23); e incluso, se ha indicado que en algunos países existen grupos de cabilderos profesionales de la industria del automóvil (18).

La industria automotriz se refiere no solamente a los fabricantes de carro sino que debe ser vista según Urry (2000) como un sistema (“sistema del automóvil”) compuesto por seis partes (24): 1. Los grandes sectores industriales productores de automóviles; 2. El usuario del automóvil, quien asigna valores al carro como seguridad y libertad; 3. Los

vínculos técnicos y sociales con otras industrias como los fabricantes de accesorios y piezas del automóvil, las ventas de automóviles, los talleres de reparación, la construcción de viviendas suburbanas y la planificación urbana; 4. El predominio de la movilidad “cuasi-privada” que relega otras formas de movilidad como andar a pie; 5. La “cultura del automóvil” o sea un estilo de vida marcado por el automóvil para la “buena movilidad” y el acceso a la recreación, educación y la sociabilidad; 6. Los efectos producidos por el uso de los recursos del ambiente; es decir, las consecuencias del uso de materiales y energía usados no sólo en la fabricación de automóviles y motos, sino en la construcción de carreteras y entornos que favorecen el vehículo motorizado privado, y que trae como una consecuencia el calentamiento global. Estos componentes forman un sistema que no es lineal, que se auto-organiza y ocasiona su propia auto-producción y auto-expansión, cuyo resultado ha sido la supremacía del automóvil en el mundo actual.

El uso del vehículo motorizado tiene impactos en distintas escalas (global, nacional y local) y efectos negativos en la salud poblacional. Los efectos negativos se relacionan con contaminación ambiental (12, 18), cambio climático (12, 18), desigualdad en el acceso a la ciudad (18), lesiones de tránsito (18, 25), ruido (26) y estrés (12). Además, la tenencia y uso del transporte motorizado privado tiene impactos en los niveles de actividad física y en la obesidad (27-30).

Por ejemplo, estudios realizados en Colombia evidencian que las personas que conducen vehículo motorizado permanecen sentadas largos periodos de tiempo y realizan menos actividad física derivada del transporte activo, lo cual aumenta la probabilidad para desarrollar obesidad (29, 30), probabilidad que se mantiene aún si la persona realiza

actividades físicas durante el día.

Dado los efectos negativos del vehículo motorizado en la actividad física de las personas y en la obesidad, se han generado políticas que buscan cambios en el uso del vehículo motorizado privado y la adopción de nuevas formas de transporte, a través de la transformación de los diseños urbanos, la creación de sistemas de ciclo-rutas, la implementación de sistema de bicicletas públicas/alquiladas, el aumento de parquímetros y el mejoramiento de los sistemas de transporte de servicio público (31, 32).

En Colombia el índice de motorización pasó de 4,1 en el 2009 a 6.8 en el 2014 (33). De hecho, Bogotá entre 2013 y 2014 tuvo un incremento del parque automotor de 7.8 %, siendo que 95% corresponde, principalmente, a automóviles y motos privadas (34). Estos resultados se explican porque se sigue favoreciendo a través de subsidios e incentivos fiscales la obtención del vehículo motorizado particular; adicionalmente, los costos son bajos y formas de financiamiento son múltiples (35). En ciudades como Cali, adquirir moto o carro es muy fácil debido a la accesibilidad a créditos y bajas tasas de interés. Un ejemplo, son los créditos de vehículo ofrecidos por el Banco de Occidente (“Occiauto, mi primer carro”) con financiación hasta del 90%, diseñado para personas que quieran adquirir su primer vehículo nuevo o usado (36).

Teniendo en cuenta el impacto del vehículo motorizado en la salud pública y considerando que en Colombia no se han investigado las prácticas corporativas usadas por la industria automotriz para promover la tenencia y el uso del vehículo motorizado

privado como modo de transporte, lo cual disminuye las oportunidades para que las personas realicen actividad física derivada del transporte activo, la presente investigación respondió las siguientes preguntas: *¿Cuáles han sido las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para facilitar la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado en Colombia entre los años 2006-2017? y ¿cuál es la opinión que tienen los tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación y ambiente sobre las prácticas corporativas y las implicaciones en salud pública?*

Los resultados de esta investigación son útiles para el diseño e implementación de políticas públicas que limiten y se anticipen a las estrategias de la industria automotriz; de igual forma generan aportes a la implementación de la Ley 1355/2009 que trata sobre obesidad y actividad física en Colombia. (31) y, de esta manera, contribuyen al abordaje integral de las Enfermedades Crónica no Transmisibles (ECNT).

2. ESTADO DEL ARTE

En los últimos años la salud pública ha tenido que responder a las nuevas amenazas que presentan los cambios sociales producidos por la rápida globalización, la urbanización y la recomposición de grandes industrias (18). El sector de la salud pública enfrentó inicialmente la industria tabacalera (37, 38), la cual emplea prácticas corporativas para aumentar el consumo y evitar la implementación de regulaciones más estrictas que buscan proteger la salud humana (38, 39). Las investigaciones mostraron el daño del consumo de tabaco en la salud individual y colectiva y, además, identificaron las diferentes prácticas corporativas usadas por esta industria para mantener posicionados en el mercado sus productos. El uso de la evidencia permitió a los gobiernos crear estrategias para mitigar, controlar y eliminar las prácticas corporativas usadas por las grandes industrias (20, 22, 40).

Es así como se logró la creación del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la OMS, el cual contiene las medidas relacionadas con la reducción de la demanda y la oferta del tabaco, entre las que se encuentra la protección contra la exposición al humo de tabaco prohibiendo el consumo en lugares públicos; reglamentación de la publicidad, la promoción y el patrocinio de tabaco y; la prohibición de la venta de cigarrillos al menudeo y a la población menor de edad (41).

Más recientemente, la salud pública enfrenta a la industria de alimentos (42-44) quien con su alta producción, publicidad y fácil adquisición de bebidas azucaradas y de alimentos con alto contenido de grasa y ricos en calorías ha contribuido al aumento de enfermedades como la diabetes mellitus y la obesidad (42). Como resultado de estas luchas, el sector de la salud pública

logró generar una legislación para restringir la publicidad de estos productos, exigió que en la etiqueta se incluyera información sobre los riesgos para la salud, se aumentaron los impuestos sobre consumos específicos, y se obligó a la industria a pagar por las enfermedades relacionadas con sus productos (31, 45). Sin embargo, el mayor logro de la salud pública fue demostrar que las enfermedades favorecidas por los productos de dos grandes industrias (tabaco y alimentos no saludables) no es sólo resultado de la decisión individual de consumidor, sino que existen, además, factores estructurales como las prácticas corporativas que influyen en la conducta de las personas (20, 40, 45).

Es en este marco en que se ha empezado a relacionar a la industria automotriz con ciertos problemas ambientales y de salud (12, 18). Los procesos de motorización, entendidos como aquellos cambios producidos por el rápido aumento del número de vehículos motorizados privados en las ciudades, entre los que se encuentra la construcción de carreteras y modificaciones a los diseños de las ciudades (10, 16, 19), están disminuyendo las oportunidades para que la población realice actividad física utilitaria o derivada del transporte activo. Es decir, la motorización contribuye a la inactividad física, lo cual es un factor de riesgo para sobrepeso, obesidad y otras ENT.

Algunos estudios evidencian que la industria automotriz en los últimos 20 años se está moviendo hacia nuevos mercados (18); es decir, esta industria pasa de los países de ingresos altos a los países de ingresos medios y bajos, donde la capacidad del gobierno y la sociedad civil para debilitar y anular las prácticas corporativas pueden ser más limitadas (19, 46). En donde, además, se trata de desacreditar la evidencia sobre los daños causados por sus productos (18). Por ejemplo, América Latina ha tenido un aumento en la motorización en los últimos 20 años, con un

parque automotor que pasó de 42 a 65 millones de unidades con un incremento casi del 50% por encima de Asia, Europa y Estados Unidos, entre los años 2002 y 2007 (46, 47).

Es así como el presente estado del arte, inicialmente, presenta evidencia de cinco prácticas corporativas empleadas por la industria automotriz para incentivar la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado. Posteriormente, se expone la literatura que muestra la relación entre la tenencia y el uso del vehículo motorizado y la actividad física utilitaria. Finalmente, se explica el papel que han jugado distintos actores en salud pública, transporte, planificación urbana y ambiente con respecto a las prácticas corporativas de ciertas industrias que tienen impacto en la salud pública y, en particular, a lo relacionado con la industria automotriz.

2.1 Prácticas corporativas implicadas en el uso y tenencia del vehículo motorizado privado

Las prácticas corporativas son definidas como la comercialización y la actividad política de las corporaciones empleadas por las empresas con el objetivo de mantener el consumo de sus productos y mantener sus utilidades. Se ha considerado que estas prácticas corporativas promocionan la enfermedad puesto que crean entornos y contribuyen a estilos de vida poco saludables (20). Inclusive estas prácticas corporativas han sido identificadas como determinante social de la salud dado que tienen implicaciones en las políticas públicas y en la enfermedad (20, 40, 45, 48).

Las prácticas corporativas de comercialización incluyen la publicidad, promoción y precio entre otros. La industria automotriz utiliza el mercadeo, especialmente, para incorporarse a nuevos

mercados. La publicidad de sus productos como estrategia de mercadeo está destinada a crear la percepción de que sus productos son de aspiración, símbolo de estatus y movilidad social (12, 18). La publicidad va dirigida a vender una imagen atractiva que muestra los beneficios del uso del vehículo motorizado privado, tales como comodidad, privacidad y la oportunidad que tiene de llevar a las personas de puerta a puerta. Como resultado se distrae al consumidor de los daños producidos por el vehículo motorizado privado como la inactividad física y las derivadas de ésta (45, 48).

Una investigación sobre las prácticas corporativas de la industria automotriz y sus implicaciones en salud pública, encontró que en los Estados Unidos los gastos en publicidad de esta industria en el año 2003 fueron de 18.393.300.000 USD \$, superiores a los gastos de publicidad de la industria farmacéutica y la industria de comida, bebidas y confitería quienes invirtieron 6.863.200,000 USD \$ y 6.403.000.000 USD \$, respectivamente (40). Adicionalmente, este estudio identificó que en Londres la industria automotriz realiza actividades denominadas de responsabilidad social, a través del financiamiento de campañas de promoción del transporte activo, tales como anuncios en algunas paradas de buses. Sin embargo, la financiación de publicidad y las actividades para la promoción del carro es mayor (48).

Un estudio de caso sobre las prácticas corporativas de la industria automotriz y las consecuencias para el desarrollo social encontró que las reglas sobre las prácticas de publicidad son incumplidas por la industria, mostrando que en el Reino Unido 96% de los anuncios fue de carros, incumpliendo así, el límite de publicaciones permitidas (49). Lo que refleja no sólo la falta de compromiso y cumplimiento de las reglas por parte de la industria automotriz sino, también, evidencia la falta de control por parte de los entes reguladores de la publicidad realizada por la

Industria automotriz.

Las prácticas corporativas políticas conocida como Actividad Política Corporativa (APC) ha sido definida como los esfuerzos de las corporaciones para que las políticas del gobierno sean favorables para el negocio de las empresas. Dentro de las APC de la industria automotriz que han sido identificadas se incluyen: cabildeo, litigio, relaciones públicas y apoyo a campañas electorales.

Con respecto al cabildeo, en el año 2000 en Washington DC, la industria automotriz tenía aproximadamente 547 lobistas (40). Una investigación (18, 40) y dos estudios de caso sobre las prácticas corporativas (45, 48) evidenciaron que en los países Europeos y en los Estados Unidos el cabildeo es empleado para generar políticas que promueven el uso del carro. El cabildeo, también, se emplea para enfrentar políticas y medidas que restringen el uso del carro (18, 40, 45, 48). Estos estudios muestran como el cabildeo influye en las decisiones sobre el uso del suelo, la ubicación y el diseño de los barrios, creando ambientes que favorecen, refuerzan y reflejan el uso y dependencia al carro, lo cual dificulta y disminuye las oportunidades para el transporte a pie o en bicicleta (16, 18, 40, 45).

Las investigaciones señalan que el éxito del cabildeo se favorece por la relación que existe entre la industria automotriz y el gobierno, por ejemplo, Andrew Hill Card, jefe de gabinete de la Casa Blanca, durante la presidencia de George W. Bush (2001-2006), había sido cabildero en Washington DC de la empresa General Motor (40, 42).

En Alemania en el 2007, el cabildeo logró disminuir las metas con relación a la emisión de CO₂

proveniente de los carros; es decir, inicialmente el Comisario responsable del Medio Ambiente quería lograr para el 2012 una emisión de CO₂ de 120 g /km; sin embargo, la industria automotriz logró persuadir a la Comisión Europea para adoptar metas menos ambiciosas con respecto a la reducción del CO₂, que consistía en reducir la emisión del CO₂ en 130 g/km (50). Aunque el cabildeo con respecto a la emisión de CO₂ se relaciona con el daño a la capa de ozono y no directamente con la inactividad física, se ha encontrado que el bajar la meta de reducción de la emisión de CO₂ ha llevado que, por un lado, se mantengan altos niveles de este gas por lo que las personas al percibir la mala calidad de aire evitan realizar actividad física al aire libre (51) y, por otro lado, la industria tendrá mayor oportunidad de producir vehículos motorizados y con ello habría mayor disponibilidad de vehículos para las personas.

De igual manera, el litigio, que se da cuando hay un conflicto de intereses y es llevado a una corte por un sujeto de derecho con una intención contra otro sujeto de derecho que manifiesta una resistencia o diferencias, ha permitido que una industria lleve a los tribunales a individuos, empresas y organizaciones que con su acción representan una amenaza para los negocios de la industria (22, 40, 45). Un ejemplo es el caso de la Philip Morris quien demandó el canal de televisión ABC por hacer declaraciones falsas en sus emisiones, en donde informaron que a los cigarrillos se les añadía nicotina durante el proceso de fabricación con el fin de aumentar el consumo de cigarrillo (52).

Otra de las prácticas corporativas usadas por la industria automotriz son las relaciones públicas, las cuales fomentan la imagen positiva de la industria y bloquean las propuestas que perjudican sus intereses (40). Como ejemplo están las iniciativas desarrolladas por la Honda y AKT motos de Colombia para apoyar estrategias creativas de movilidad sostenible; lo que influyó en que

algunos bici-activistas exaltarán la iniciativa de esta industria (17). Adicionalmente, en un estudio de 3 casos se encontró que en Alemania en el año 2007, a través de campañas de relaciones públicas, la industria automotriz logró publicar información engañosa haciendo creer que si se aprobaban los altos estándares solicitados por la Unión Europea con respecto a la disminución de CO₂, muchas fábricas tendrían que cerrar, dejando a 65.000 personas desempleadas. Dicha publicidad le permitió tener el apoyo del canciller de Alemania (50), quien por temor a tener las personas desempleadas apoyó la industria automotriz para que bajaran los estándares de disminución de CO₂.

Adicionalmente, se ha documentado que la industria automotriz brinda apoyo financiero a campañas y actividades electorales (40), lo cual es una ventaja para la industria, puesto que los gobernantes, por compromiso y en agradecimiento, podrían apoyar políticas que privilegian la industria automotriz. En el 2002 en los Estados Unidos, la industria automotriz contribuyó en las campañas electorales con 15.053.468 U\$, valor superior a las contribuciones realizadas por la industria de licores y del tabaco, quienes para ese mismo año aportaron 12.640.565 U\$ y 9.150.060 US, respectivamente.

El apoyo a las campañas políticas no es sólo financiero, también se realiza asistencia y acompañamiento en las campañas para la movilización de votantes. El apoyo a las campañas favorece el cabildeo y explica porque en situaciones donde hay oposición popular o de coaliciones de alguna práctica corporativa, la industria termina consiguiendo sus objetivos; entre los que se encuentra aprobar leyes que los beneficien como la disminución de impuestos y evitar leyes que los perjudiquen (53).

Hay pocos estudios que muestran las prácticas corporativas empleadas por la industria automotriz para favorecer el uso de sus productos. Estos estudios corresponden en su mayoría a estudio de caso, los cuales evidencian el comportamiento de las prácticas corporativas en países europeos y en USA (22, 45). Adicionalmente, la mayoría de la evidencia encontrada está relacionada con prácticas corporativas que causan daño ambiental y empeoran el calentamiento global (20, 40, 45), es poca la evidencia sobre las prácticas corporativas que favorecen la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado que desmotiva la actividad física derivada del transporte activo (18, 48).

Con la revisión anterior es evidente que la industria automotriz ha venido implementando una serie de prácticas corporativas, las cuales le han permitido ingresar en nuevos mercados, y mantener la venta de sus productos (22, 45). Aun cuando sus productos afectan la salud de las personas a nivel individual y colectivo. Por tanto, fue necesario caracterizar estas prácticas corporativas en países de ingresos bajos como Colombia donde la tenencia de carro particular es aún considerada baja y puede ser un mercado atractivo para esta industria (54, 55).

2.2 Uso y tenencia del vehículo motorizado privado y la actividad física utilitaria

La creciente dependencia a las formas de transporte motorizado está contribuyendo a la epidemia de la obesidad que se da en el mundo, lo cual se ha evidenciado en algunas investigaciones realizadas en varios países. Un estudio realizado en los Ángeles- Estados Unidos (28), donde se utilizó un modelo multinivel para estimar las asociaciones entre el índice de masa corporal (IMC) y la propiedad de automóviles, después de ajustar por factores individuales y características socioeconómicas de los barrios, encontró que los propietarios de automóvil tienen un IMC más

alto que los que no son propietarios de automóvil.

De igual manera, en dos estudios realizados con adultos en China (27, 56), para explorar la relación entre el vehículo motorizado y la obesidad, encontraron que los propietarios de vehículo motorizado tienen mayor riesgo de aumentar peso, en comparación con aquellos que no son propietarios de vehículo motorizado. Uno de los estudios evidenció que los hombres que adquirieron vehículo entre 1989 y 1997 experimentaron mayor ganancia de peso (1,8 kg) en comparación de los que no cambiaron la propiedad de vehículo (25).

Estas asociaciones entre el vehículo motorizado y la obesidad, también, se han encontrado en Colombia (29). Un estudio que analizó los datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Demografía y Salud de 2005, evidenció que las personas que reportaron ser propietarias y tener algún vehículo motorizado en el hogar, incluyendo carro o motocicleta, son más propensas a tener sobrepeso, obesidad y obesidad abdominal (29, 30). Adicionalmente, otro estudio que exploró la asociación entre el tiempo dedicado a viajar en vehículo motorizado por semana y la obesidad abdominal en adultos mostró que existe una asociación positiva entre el tiempo dedicado a viajar en vehículo motorizado por semana y el sobrepeso y la obesidad abdominal, esta relación existe aun cuando las personas realicen actividad física (30).

La evidencia disponible indica que el uso del vehículo motorizado como medio de transporte, aumenta el riesgo de sobrepeso y obesidad; esta relación podría surgir como consecuencia de estar sentados largos periodos de tiempo. Finalmente, se ha encontrado que las personas que pasan mayor tiempo en vehículo motorizado, generalmente tienen menos tiempo para realizar

algún tipo de actividad física (29, 30).

Aunque aún hay poca literatura al respecto, la revisión anterior se puede concluir que el tener vehículo motorizado privado y permanecer mayor tiempo en él, constituye un factor de riesgo para la obesidad y obesidad abdominal, como consecuencia de no hacer actividad física derivada del transporte activo, otro tipo de actividad física y estar sentados largos periodos de tiempo. Por lo que fomentar el transporte activo es clave para proteger las personas de la obesidad.

En conclusión, se puede decir que, aunque no hay evidencia que muestre la relación directa entre la industria automotriz y como ésta limita la actividad física utilitaria, hay evidencia que indica que la industria automotriz utiliza prácticas corporativas para favorecer el uso del vehículo motorizado y, a su vez, además se ha demostrado que la tenencia y el uso del transporte motorizado, disminuye la actividad física derivada del transporte activo. Esta investigación no pretendió mostrar como resultado la relación causal entre la industria automotriz y su influencia en la actividad física utilitaria, sino que identificó y analizó las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz en Colombia que promueven la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado, lo cual tiene implicaciones en salud pública.

2.3 El papel de los actores en salud pública para limitar las prácticas corporativas de la industria automotriz

Es importante resaltar que tanto la implementación de las prácticas corporativas empleadas por la industria automotriz, como el desarrollo de campañas de promoción de la salud para cambiar estas prácticas corporativas perjudiciales dependen del contexto y estructura política, histórica,

económica, de creencias y tradiciones de cada país que crean las condiciones ideales para ser desarrolladas en diferentes contextos (20, 44, 45); razón por la cual conocer las prácticas corporativas y las condiciones de los países que las favorecen, ayudará a crear estrategias y políticas que las eliminen o limiten (22, 40, 48).

Adicionalmente, de acuerdo al modelo conceptual para el estudio de las campañas de promoción para cambiar las prácticas corporativas perjudiciales para la salud, los tres principales actores a tener en cuenta, puesto que desempeñan un papel importante son: 1. Las corporaciones aliadas, 2. El gobierno (local, departamental y nacional) y 3. El sector de la salud pública y las organizaciones aliadas. Se debe tener en cuenta que los actores de la salud pública hacen parte del gobierno (40).

En este sentido, se ha encontrado que la opinión y voluntades de los diferentes tomadores de decisiones de las agencias de salud pública para actuar e intervenir en las prácticas corporativas implementadas por las industrias es muy relevante, dado que su opinión ayudará a que se movilicen organizaciones y recursos para la implementación de políticas y campañas que restrinjan las prácticas corporativas (22, 40). En el caso de la industria tabacalera en Argentina la experiencia mostró que los planteamientos realizados por los funcionarios en salud pública en el año 1984, que proponían restringir la publicidad del tabaco, ayudó a que un año después en 1985 el Ministro de Salud redactará un proyecto de ley para el control del tabaco, el cual colocaría fin al consumo de cigarrillo en lugares públicos, publicidad y patrocinio en investigaciones científicas (40).

En el marco del anterior estado del arte, esta investigación además de analizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para promover la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado en Colombia, también exploró cómo estas prácticas corporativas son percibidas por los tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación urbana y ambiente y cómo articulan ello con la actividad física utilitaria.

3. PERSPECTIVA TEÓRICA

PERSPECTIVA ECOLÓGICA

La actividad física es un factor protector para varias enfermedades. entre ellas están las cardiovasculares (hipertensión arterial, diabetes mellitus y obesidad), las enfermedades mentales y algunos tipos de cáncer (57, 58). Las primeras teorías y modelos utilizados para estudiar la actividad física tenían un enfoque centrado en el individuo, dentro de estas se encuentra la Teoría del Comportamiento Planeado, la Teoría Social Cognitiva y el Modelo de Creencias en Salud. Con estos enfoques teóricos se diseñaron e implementaron intervenciones centradas en el individuo para promover la actividad física. Sin embargo, estas intervenciones no fueron del todo efectivas, ya que se encontró que había otros factores diferentes a los personales que influían en el comportamiento y sobre los cuales las personas tienen poco control. Dichos factores son los aspectos ambientales y políticos (5, 9, 10).

Los modelos socio-ecológicos han sido utilizados en el estudio de la actividad física puesto que los modelos explican que es importante la interacción entre el individuo y su ambiente, donde es necesario que cambie el entorno físico y social para que las personas tomen la decisión de iniciar y mantener la actividad física regular. Estos modelos se caracterizan porque explica cómo las variables ambientales y políticas influyen en el comportamiento. Generalmente, los modelos ecológicos proponen 5 niveles de influencia que determinan que las personas hagan o no actividad física: intrapersonal, interpersonal, organizacional, ambiente físico construido y las políticas.

Uno de los modelos propuestos para conceptualizar los niveles de influencia en el comportamiento ha sido el modelo ecológico de Mc Leroy y colaboradores (11), el cual propone 5 niveles que influyen en que las personas realicen actividad física: intrapersonal, interpersonal, organizacional/institucional, comunitario y político así:

1. Factores intrapersonales: Se incluye las variables psicológicas y biológicas, así como la historia del desarrollo.
2. Procesos interpersonales y grupos sociales primarios, incluidos familiares, amigos y compañeros de trabajo.
3. Factores institucionales; organizaciones tales como compañías, escuelas, agencias de salud o instalaciones de atención médica.
4. Factores comunitarios, que incluyen relaciones entre organizaciones, instituciones y redes sociales en un área definida.
5. Política pública, que consiste en leyes y políticas a nivel local, estatal, nacional y supranacional.

Sin embargo, este modelo es utilizado para la promoción de la actividad física pero no es específico para la actividad física derivada del transporte activo. Es por esta razón que para la presente investigación se buscó un modelo ecológico que tuviese especificaciones para la actividad física para el transporte activo.

Por ello, se empleó el modelo ecológico propuesto por James Sally y colaboradores donde se identifican cuatro dominios en donde las personas pueden tener una vida activa físicamente: recreación, hogar, ocupación y el transporte y los distintos niveles de influencia, los cuales son específicos para cada dominio (5). Los niveles de influencia son los siguientes: intrapersonal,

percepción de la persona sobre el ambiente, entorno cultural y social, entorno natural, entorno información y entorno político.

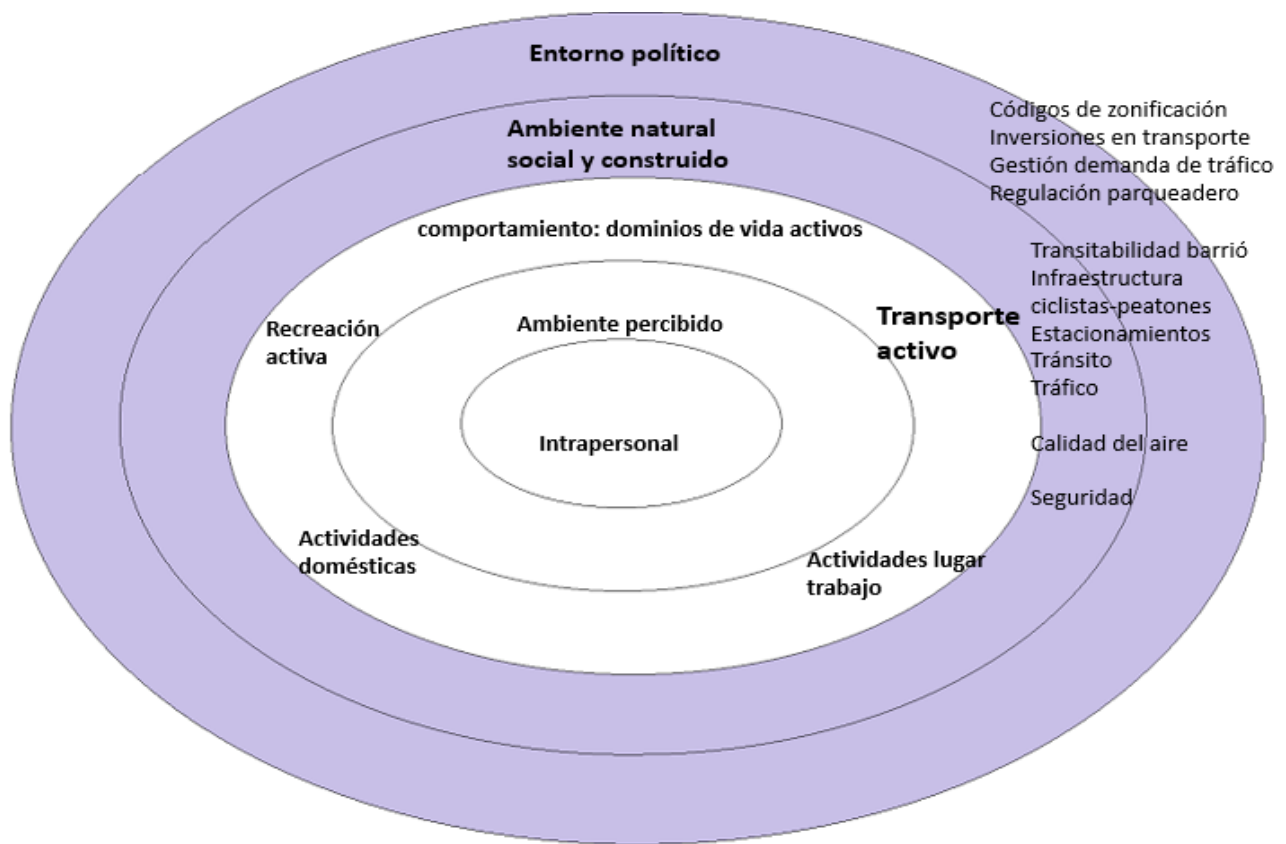
Teniendo en cuenta que esta investigación tiene interés particular en la actividad física utilitaria o aquella derivada del transporte activo a continuación se explicará los niveles de influencia del comportamiento correspondiente al dominio de actividad física derivada del transporte.

- Ambiente social y físico (construido o natural): El ambiente construido hace referencia a las características del barrio, con diseños urbanos construidos con alta densidad urbana y compactos, con alto nivel de integración del suelo residencial y comercial de tal manera que las distancias disminuyen y aumente las posibilidades de transitar; infraestructura para que las personas puedan desplazarse en bicicleta o caminado como la amplitud y mantenimiento de los andenes, presencia de cebras peatonales, senderos que enlazan hogares y lugares de trabajo, ciclo-rutas; características del tránsito y del tráfico. El ambiente natural se refiere al clima y calidad del aire (Figura 1).
- Entorno político: Incluye regulaciones gubernamentales, políticas de uso de suelo y zonificación urbana, políticas de transporte destinadas a fomentar el uso del transporte público, y gestión de la demanda de tráfico (5, 10).

Los estudios realizados sobre las prácticas corporativas evidencian como estas prácticas generan cambios estructurales, ya sea a nivel del entorno físico y al entorno político. Puesto que, algunas prácticas corporativas como el lobby o cabildeo y las relaciones públicas han influido en las

políticas de uso del suelo y en las decisiones de diseños urbanos con baja densidad urbana y una amplia red de carreteras para los carros que privilegian al vehículo motorizado particular (18) y con poca construcción de ciclo-rutas y andenes que faciliten el desplazamiento del peatón y el ciclista. Estas acciones generan cambios en el nivel comunitario.

Figura 1. Modelo Ecológico



Fuente: Elaboración propia, basada en Modelo ecológico de 4 dominios de la vida activa de James F. Sallis y colaboradores, 2006

4. OBJETIVOS

4.1 Caracterizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para facilitar la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado en Colombia entre los años 2006-2017.

4.2 Explorar la opinión de los tomadores de decisión a nivel nacional en salud pública, transporte, planificación urbana, ambiente e industria automotriz sobre las prácticas corporativas de la industria automotriz y las implicaciones en la salud pública, particularmente en la actividad física utilitaria.

5. METODOLOGÍA

5.1 Área de estudio

Colombia es el cuarto país más grande en extensión de tierra en América del Sur y se encuentra ubicada en la región noroccidental de América del Sur. Es el único país de América del Sur que colinda con dos océanos: Pacífico y Atlántico (59). Por su relieve montañoso goza de todos los pisos térmicos, 80% del territorio nacional es cálido con temperaturas superiores a los 24 °C, 10% del país es templado con temperaturas entre 18 y 24 °C (59).

El país está dividido políticamente en 32 departamentos, 1.126 municipios y 4 distritos. La capital es el distrito de Santafé de Bogotá. Según proyección del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas) Colombia tiene 47.661.787 habitantes, con un aumento de la urbanización en un 13% entre los años 1985 y 2014 y en el 2015 la población urbana es de 79,29% (60).

Las principales causas de muertes entre los años 2005- 2014 fueron, en primer lugar, las enfermedades del sistema circulatorio (enfermedad isquémica del corazón y las enfermedades cardiovasculares); en segundo lugar, se encuentran la diabetes mellitus, los problemas nutricionales, las anemias nutricionales, las enfermedades crónicas de las vías respiratorias, la cirrosis y otras enfermedades del hígado y; en tercer lugar, se encuentran las neoplasias (61).

De acuerdo con los cálculos del Departamento Nacional de Planeación (DNP), en Colombia 49%

de los hogares son pobres según el IPM (Índice multidimensional de pobreza que incluye aspectos como educación, empleo y salud) (62). En 2013 se reportó que el índice de motorización en Colombia fue de 6,2 vehículos nuevos por cada 1000 habitantes (63). En 2016 fueron atendidos 52.536 casos por lesiones de tránsito de los cuales 13,86% corresponde a lesiones fatales y 86,14 a lesiones no fatales. Adicionalmente, las muertes por accidente de tránsito para el 2016 tuvieron un incremento en 27,63% con respecto al 2010.(64).

5.2 Diseño del estudio

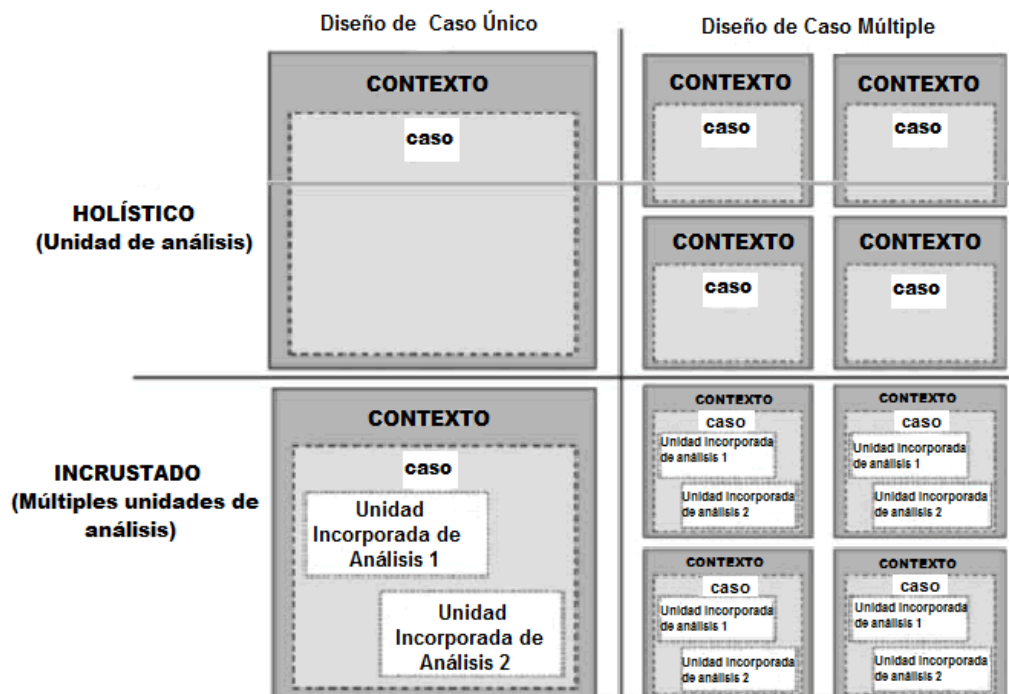
En este estudio se caracterizaron y analizaron las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para facilitar la tenencia y uso del vehículo motorizado privado en Colombia dado las implicaciones que tiene para la actividad física utilitaria. Adicionalmente, se exploraron las opiniones de los tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación y ambiente sobre las prácticas corporativas y las implicaciones en la salud pública. Para ello se realizó un estudio de caso, ya que este tipo de investigación empírica permite investigar el fenómeno (caso) dentro del contexto de la vida real donde ocurre (65).

El diseño del estudio de caso se realizó según el modelo utilizado por Yin quien clasifica los estudios de caso en cuatro tipos de acuerdo a dos aspectos: el número de casos (único o múltiple) y la clase de unidad de análisis. Esta última puede ser: unidad de análisis única y casos con varias unidades dentro de un caso. De acuerdo a los dos conceptos anteriores (número de caso y unidad de análisis) los diseños resultantes son: Tipo 1. Diseños de caso simple (holístico); Tipo 2. Diseños de caso múltiple (integrado); Tipo 3. Diseño de caso múltiple (holístico), y Tipo 4.

Diseño de caso múltiple (integrado) (Figura 2).

Según la tipología propuesta por Yin (2010) este es un estudio de caso tipo 1 “holístico”, en donde se buscó conocer a profundidad un sólo caso, con una sola unidad de análisis; es decir, estudiarlo como un conjunto y no como un conglomerado o número de partes (65, 66) (Grafica 2). En esta investigación, el caso corresponde al papel que juega la industria automotriz para contribuir a disminuir las opciones del transporte activo en Colombia y la unidad de análisis son las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para promover la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado.

Figura 2. Modelo Estudio de Caso



Fuente: Robert Yin (1994)

El estudio de caso permite obtener conocimientos sobre el fenómeno en su conjunto identificando los aspectos que intervienen en el caso. Adicionalmente, el estudio de caso admite el uso de métodos de investigación cuantitativos y cualitativos (66, 67) a fin de obtener la información necesaria para el análisis de caso. En esta investigación se emplearon técnicas cualitativas como fue la revisión documental y las entrevistas semi-estructuradas.

5.3 Recolección y análisis de la información

A continuación, se presenta la metodología que orientó la investigación, teniendo en cuenta cada uno de los objetivos específicos propuestos.

1. Caracterizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para facilitar la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado que influyen en la actividad física utilitaria en Colombia entre los años 2006-2017.

Se realizó una revisión documental con el propósito de identificar los procesos mediante los cuales la industria automotriz implementó las diferentes prácticas corporativas para favorecer la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado en Colombia.

La revisión documental es una técnica la cual incluye la revisión, selección y análisis de documentos, los cuales pueden encontrarse en papel o en medio electrónico (68). La revisión incluye documentos escritos y visuales, entre los que se encuentran actas, cartas, circulares, periódico, discursos, prensa (local y nacional), revistas, leyes, decretos, fotografías, dibujos, esculturas, políticas públicas, documentos gubernamentales e informe de los medios de

comunicación (69).

Las prácticas corporativas se refieren a la comercialización y a la actividad política corporativa (APC) de las industrias. Sin embargo, en el desarrollo de la presente investigación no se tuvo en cuenta la actividades de comercialización y publicidad de las empresas dado que ya han sido estudiadas (12). Únicamente, se identificó la actividad política corporativa (APC) la cual corresponde a los esfuerzos de la industria para configurar la política del gobierno de tal manera que sea favorable a sus negocios.

La caracterización de la actividad política corporativa de la industria automotriz se realizó con base en el marco propuesto por la industria de alimentos para la identificación y monitoreo de la APC con relación a la salud pública (70). Es importante resaltar que el marco de la industria de alimentos se basó en métodos previamente utilizados por la industria del tabaco (44). Para esta investigación se hicieron algunos ajustes de forma al marco, pero no de fondo.

Este marco propone 6 estrategias corporativas: información y mensajería, incentivo financiero, edificación de la circunscripción, legal, sustitución de políticas, oposición fragmentación y desestabilización de la oposición, dentro de las cuales se proponen 16 prácticas corporativas (ver anexo 1: Marco para categorizar la actividad política corporativa de la industria de alimentos respecto a la salud pública).

Se realizó la revisión de documentos publicados entre los años 2006 y 2017. Se definió como industria automotriz a ensambladoras y fabricantes de automóviles y motos; fabricantes de autopartes; comercializadora de vehículo motorizado particular (carro y moto); gremios de la

industria automotriz: cámara de la industria automotriz de la ANDI, Asociación Colombiana de Vehículos automotores (ANDEMOS), Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), Asociación Colombiana de Fabricante de Autopartes (ACOLFA) y Asociación del Sector Automotriz y sus Partes (ASOPARTE).

Para esta investigación se incluyeron los documentos de acceso público que dieran cuenta de por lo menos una de las prácticas corporativas de la industria automotriz incluidas en el marco para categorizar la APC de la industria de alimentos respecto a la salud pública. Se excluyeron aquellos documentos que no correspondieran a lo que se definió como industria automotriz y que no dieran cuenta de al menos una práctica corporativa.

Los documentos y fuentes usadas en esta investigación fueron las siguientes:

- *Documentación estatal:* el material de gobierno incluyó las páginas web del Departamento Nacional de Planeación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Transporte, Ministerio de Ambiente y Ministerio de Salud y Protección Social y el Ministerio de Planeación. Adicionalmente, se incluyó el sitio web de la comisión a cargo de garantizar la transparencia de las elecciones. En estos documentos se revisaron los planes de desarrollo nacional, comunicados y noticias de los diferentes ministerios buscando las diferentes prácticas corporativas, además se buscaron las posibles relaciones entre la industria automotriz y los tomadores de decisión.
- *Documentos de los gremios de la industria automotriz:* se revisaron los documentos publicados en la página web de los diferentes gremios en que se organiza la industria

automotriz, como por ejemplo: ANDEMOS (Asociación Colombiana de Vehículos Automotores) la cual está constituida por voluntad de las empresas importadoras, comercializadoras y fabricantes de vehículos automotores; la página web de ALADDA (Asociación Latinoamericana de Distribuidores de Automotores) en la que se agrupan las asociaciones nacionales de distribuidores de automotores de distintos países de América; la Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI y ASOPARTES (Asociación del Sector Automotriz y sus Partes). Se revisaron publicaciones, noticias, informes mensuales, trimestrales y anuales; e investigaciones de la industria automotriz realizadas en el país.

- *Documentos de las ensambladoras y marcas de vehículos más vendidas en el país:* Se incluyeron los documentos publicados en la página web en Colombia de General Motors Colmotores y Sofosa, las cuales son las dos ensambladoras que concentran la mayor producción en términos de producción por unidades (71). Se incluyeron las noticias y boletines de la página web de las dos marcas de automóviles más vendidas en el 2016: Chevrolet y Renault (72). De la misma manera, se revisaron las páginas web de las tres ensambladoras y marcas de motos más vendidas en el país en el 2016: Autotécnica Colombiana S.A (AUTECO), AKT e Incolmotos- Yamaha (71).

Se revisaron todos los documentos publicados en la página web de los gremios de la industria automotriz y de las ensambladoras y marcas de vehículos más vendidos en el país y se incluyeron los que dentro de su contenido tenían información sobre las prácticas corporativas.

- *Prensa:* se incluyeron los dos periódicos de circulación nacional más vendidos en el país como es el periódico El Tiempo y El Espectador (73). En donde se identificaron titulares relacionados con la industria automotriz que dieron cuenta de las diferentes reformas económicas, tratados de libre comercio, participación de la industria automotriz en grupos de trabajo con el gobierno y oposiciones de la industria automotriz a políticas del gobierno que afecta sus intereses. Estos documentos se obtuvieron de los periódicos publicados en internet los cuales fueron filtrados con palabras claves como: industria automotriz, sector automotor, lobby, tratados de libre comercio, impuesto, políticas.

Los periódicos impresos se obtuvieron en la Biblioteca Departamental del Valle del Cauca “Jorge Garcés Borrero”. También, se incluyó la revista Motor que en una publicación relacionadas con la industria automotriz, ésta se consultó en internet y en medio físico en la Biblioteca Departamental del Valle del Cauca.

La revisión documental se realizó a profundidad, se utilizó la estrategia de muestreo en cadena o bola de nieve. Cuando se identificó un documento pertinente con el objetivo de la investigación, este documento nos llevó al siguiente y al próximo y así, sucesivamente, hasta que se alcanzó el nivel de información suficiente para dar por terminado el cumplimiento de los objetivos de la investigación (74). Esta estrategia de bola de nieve llevo a que se incluyeran otras fuentes de información como la revista Dinero, algunas noticias de Caracol radio, documentos de bancos, y la asociación de motociclistas de Colombia (ASOMACOL).

También, se tuvo en cuenta el principio de pertinencia, es decir se seleccionaron los documentos que brindaban mayor y mejor información; el principio de disponibilidad, puesto que sólo se tuvieron en cuenta para el análisis los documentos que se encontraron disponible públicamente;

y; el principio de adecuación, ya que la revisión documental se realizó hasta que se saturó la información y se cumplió con los objetivos de la investigación.

Análisis de la información

Los documentos se analizaron utilizando un enfoque de marco temático (75), de tal forma que la información cualitativa se organizó de acuerdo a los temas y subtemas; es decir, se organizaron los documentos según el tema o información sobre las prácticas corporativas empleadas por la industria automotriz. La organización por temas y subtemas permitió la incorporación de los temas señalados anteriormente y de los que surgieron a través del proceso analítico (42, 75).

La técnica de marco temático se llevó a cabo en cinco etapas: familiarización, identificación del marco temático, indexación, cartografía, mapeo e interpretación de datos. En esta investigación, estas etapas se desarrollaron de la siguiente manera:

1. Familiarización: esta etapa permitió tener una visión general de los documentos según la calidad y diversidad de la información. En este caso se realizó un inventario de los documentos disponibles sobre el tema de interés; es decir, la caracterización de las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz. Además, se realizó una lectura de cada documento y se diligenció una ficha en Excel con la siguiente información: número de documento, tipo de documento, título, fecha, autor, fuente de información y temas al que hace referencia, como se muestra en la Tabla 1.

2. Identificación del marco temático: a la vez que se fueron leyendo los documentos en el proceso de familiarización, se fueron identificando los temas de análisis. Se realizó una lectura a profundidad en la que se fueron identificando temas y se iban haciendo juicios sobre la pertinencia, importancia de los temas y las conexiones entre ellos. El marco temático fue la base sobre la cual se tamizó y ordenó la información. Se identificaron 20 temas de análisis teniendo en cuenta el marco temático para categorizar la actividad política corporativa propuesto por la industria de alimento, la cual se ajustó para identificar la actividad política de la industria automotriz. La Tabla 2 muestra la identificación del marco temático.

Tabla 1. Inventario documental

FICHA DE INVENTARIO DE DOCUMENTOS PRACTICAS CORPORATIVAS DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y LA ACTIVIDAD FISICA UTILITARIA EN COLOMBIA						
# Documento	Tipo de Documento	Titulo	Fecha	Autor	Fuente de Información, tomado de	Temas a los que hace referencia
116	Periodico: El espectador	Con tutela buscan frenar Día sin carro y sin moto en Bogotá	2015	El espectador: Bogotá	https://www.elespectador.com/noticias/bogota/tutela-buscan-frenar-dia-sin-carro-y-sin-moto-bogota-articulo-556109	Destacar la carga potencial asociada con la regulación. Litigar o amenazar con demandar al gobierno. Crear multiples voces contra los medios de salud pública.
117	Periodico: El espectador	Colombia, un país que se transporta en moto	2015	El espectador: Óscar Güesguán Serpa	https://www.elespectador.com/noticias/economia/colombia-un-pais-se-transporta-moto-articulo-553177	Información y mensajería: Enfatiza en la importancia de la industria en la generación de empleo y en la movilidad. Hace uso de s+A153:G158us investigaciones. Evidencia oposición a regulaciones del gobierno.

Fuente: Construcción propia

Tabla 2. Identificación del marco temático

Ejemplo de Marco Temático						
Destacar la importancia económica de la industria	Promover la desregulación	Financiar y promover incentivos financieros a los partidos políticos y a los encargados de fomentar políticas	Establecer las relaciones con los principales líderes de ejecución y organización de salud	Establecer relaciones con los encargados de formular política	Establecer relaciones con los medios de comunicación	Utilizar acciones (o amenazas de las mismas) contra políticas públicas u opositores

Fuente: Construcción propia

3. Indexación: en este paso se elaboró una tabla en Excel en donde se colocó cada marco temático en una columna de tal forma que la información de los documentos se transcribió de forma textual en el marco temático correspondiente al tema que se abordaba. Es decir, se revisó cada uno de los documentos y la información que se fue encontrando se escribió textualmente dentro del marco temático al cual correspondía, teniendo en cuenta el objetivo planteado, como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Indexación

INDEXACION	
Destacar la importancia de la industria automotriz	Utilizar acciones legales (o la amenaza de las mismas) contra políticas públicas u opositores
La industria automotriz continúa trabajando en el fortalecimiento del sector. Aporta en un 4% al PIB industrial.....genera aproximadamente 25.000 empleos directos entre la industria terminal y los proveedores nacionales de autopartes y 100.000 indirectos incluyendo la red de comercialización, con empleo formal, altamente calificado y salarios promedio por encima del resto de los sectores.	Con el propósito de frenar la jornada del Día sin carro en Bogotá –prevista para este miércoles 22 de abril– integrantes de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) interpusieron una acción de tutela ante un juzgado civil. El recurso busca suspender la iniciativa por los efectos negativos que –sostienen los agremiados– causa la jornada para el comercio.

Fuente: Construcción propia

4. Cartografía: después de haber organizado la información dentro de un marco temático, se agrupó por títulos o subtítulos formando conjuntos según lo establecido antes de iniciar la investigación. En la cartografía se construyó una imagen de la información agrupada por conjuntos. Para este caso, una vez la información estuvo dentro de un marco temático, se agrupó formando conjuntos según corresponda a la caracterización de las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para promover la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado.

5. Mapeo e interpretación de datos: se empezó con la identificación de las características claves de los conjuntos, se buscó patrones y conexiones. Posteriormente, se realizó la interpretación del conjunto de la información en su totalidad y así se dio respuesta al objetivo descrito anteriormente.

2. Explorar la opinión de los tomadores de decisión a nivel nacional en salud pública, transporte, planificación urbana, ambiente e industria automotriz sobre las prácticas corporativas y las implicaciones en la salud pública, particularmente en la actividad física utilitaria.

Para alcanzar este objetivo se realizaron entrevistas semi-estructuradas, definidas como una conversación formal entre el entrevistador y la persona participante de la investigación, quienes dialogan haciendo una mezcla de conversación y preguntas insertadas. Este tipo de entrevista es dirigida por el investigador y es guiada por un grupo de preguntas sobre los temas a explorar; sin embargo, el orden de las preguntas puede variar (76).

La entrevista semi-estructurada se realizó a tomadores de decisión del ámbito nacional que hubiesen ocupado o estuvieran ocupando cargos a nivel nacional en las áreas de salud pública, transporte, planificación urbana y ambiente entre los años 2006 y 2015; en especial, se tuvo en cuenta servidores públicos que trabajaron en los temas de movilidad, transporte, actividad física y diseños urbanos. Adicionalmente, se tuvo representación de actores de la industria automotriz.

Con los entrevistados se exploraron las opiniones que tenían con respecto a las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz en el país y las implicaciones que estos consideraban tienen para la salud pública particularmente para la actividad física utilitaria.

Los ejes de las entrevistas fueron: la motorización y desafíos en salud pública derivados de la misma, el transporte sustentable, el papel de la industria automotriz en la motorización, opinión de los tomadores de decisiones sobre las prácticas corporativas y las implicaciones en salud pública particularmente en el transporte activo (Anexo 2). Los participantes fueron seleccionados por conveniencia; es decir, se tuvieron en cuenta a los tomadores de decisión que pudieran brindar mejor y mayor información para dar respuesta al objetivo de la investigación.

El contacto de los participantes se realizó por medio de una invitación a través de una carta o una llamada telefónica, en la cual se solicitó su participación y se explicaron los objetivos de la investigación y de la entrevista. La fecha, hora y lugar de la entrevista se concertó con cada uno de los tomadores de decisión. Los participantes autorizaron su participación en la investigación a través de la firma del consentimiento informado (Anexo 3), el cual se explicó de forma detallada y se le entregó copia a cada participante. Los participantes autorizaron que se grabaran en audio las entrevistas. El consentimiento informado se diseñó siguiendo los lineamientos del artículo 14

y 15 de la resolución 8430 de 1993.

Inicialmente, se pretendía incluir en el estudio a 15 tomadores de decisión. No obstante, sólo se realizó la entrevista a 11, puesto que con ellos se alcanzó la saturación de la información. Se realizó la entrevista a dos tomadores de decisión del área de ambiente, tres tomadores de decisión del sector de la salud pública, dos tomadores de decisión del área de transporte, dos tomadores de decisión en planeación y dos representantes de la industria automotriz. Todas las entrevistas fueron grabadas y se les realizó una transcripción textual de la misma; además, se realizaron pruebas de control de manera aleatoria para verificar la calidad de la transcripción.

Análisis de la información

Para el análisis de las entrevistas se utilizó la técnica de análisis de redes temáticas sugerida por Attired-Stirling (77). Las redes temáticas son ilustraciones tipo red que resumen los principales temas que constituyen una pieza de texto. Las redes temáticas son una técnica sensible para la sistematización de los datos textuales y la divulgación de cada paso del proceso de análisis. Adicionalmente, ayuda a organizar un análisis y la forma como se presenta permite una exploración sensible, profunda y rica de las estructuras abiertas y patrones que subyacen del texto. Una característica importante de las redes temáticas consiste en que no pretende descubrir el comienzo de los argumentos o el final de los mismos, sino que simplemente es una técnica para dividir el texto y encontrar dentro del racionalizaciones explícitas y el significado implícito.

En las redes temáticas se empieza el análisis desde la periferia hacia el interior; es decir, se identifican temas básicos, estos dan origen a temas organizadores y, posteriormente, se llega al

tema global. Este análisis se llevó a cabo en cinc (5) pasos:

1. Codificación del material

Inicialmente, se definió un marco de codificación de acuerdo a los intereses teóricos que guiaron la investigación y a los ejes propuestos en la entrevista. Posteriormente, se realizó la disección textual del texto de acuerdo al marco de codificación propuesto, con ayuda del programa de Atlas ti 7.

Se usaron 10 códigos: efectos negativos del vehículo motorizado privado en la salud, efectos positivos del vehículo motorizado privado en la salud, efectos de la industria automotriz sobre la salud pública particularmente la actividad física utilitaria, aportes de la industria a la salud pública, poder de la industria automotriz en el país, amenaza de la industria para la salud, prácticas que identifican, opinión sobre dichas prácticas, estrategias que se deberían implementar y estrategias que se han implementado. En la tabla 4 se muestra la codificación de las entrevistas.

Tabla 4. Codificación del texto

Codificación textual utilizando el marco tematico			
Participante	Característica	Codigo 1 Efectos negativos del vehículo motorizado privado en la salud	Codigo 5 Poder de la industria automotriz
1	Tomador decisión en Salud Pública	"es también la parte ambiental, es también un desafío porque entre más vehículos motorizados está afectando más el ambiente, hay más emisiones de CO2 al medio ambiente "	" cómo lucha usted contra todo un gremio o contra todo unos poderes económicos que tienen todos los recursos para hacer las campañas, cuánto vale un minuto en televisión, cuánto vale un minuto en la radio, cuánto vale un espacio en el periódico, ellos tienen toda la plata del mundo para financiar esas campañas"

Fuente: Construcción propia

2. Identificación de temas básicos

Una vez codificados los textos, se leyeron y se identificaron los temas de los textos codificados. Posteriormente, se redefinieron los temas de tal manera que fueran lo suficientemente específico para que no fueran repetitivos y lo suficientemente amplio para agregar varios segmentos del texto.

Un tema básico se deriva de los fragmentos de texto de las entrevistas, es el respaldo de la declaración de los participantes, están sujetos a una idea central y contribuyen a dar el significado de un tema de orden superior tal como explica en el siguiente paso. En la tabla 5, se muestra un ejemplo de la reducción de temas utilizada para el código denominado opinión sobre las prácticas corporativas.

Tabla 5. Identificación de temas básicos

Identificación de temas básicos	
Codigo: opinión sobre las practicas corporativas	
1. La comercialización es legitima puesto que es normal que la industria quiera vender puesto que ese es su negocio 2. Las prácticas comerciales influyen en la decisión de las personas de comprar un vehículo (aumentan las tasas de motorización) 3. La promoción no influye en que las personas compre carro. La sociedad demanda lo que necesita en el contexto y porque las condiciones macroeconómicas lo permiten 4. No se puede limitar la venta de vehiculos porque se afecta la libertad de la industria y la libertad a las personas de acceder a la propiedad privada 5. El problema no es que la industria venda carros y la gente los compre los problemas en salud se presenta por el uso ineficiente del vehiculo motorizado pública. 6. Es normal que la industria quiera mostrar lo que está haciendo 7. No identifican como esto puede influir este tema en la salud pública 8 . Influye sobre las decisiones en salud puesto que los dirigentes no van a aprobar políticas que afecte a quien los financio 9. Es normal que la industria quiera promover sus intereses y hacer su negocio sostenible	1. No se puede quitar el derecho a la libre empresa 2. No se puede quitar el derecho a las personas a elegir 3.La practica corporativa no causa ni cambia el comportamiento 4.La regulación puede causar problemas sociales

Fuente: Construcción propia

3. Construcción de las redes

Inicialmente, se organizaron los temas básicos agrupándolos por temas similares, luego se crearon grupos de tema básicos. Cada grupo de temas básico da origen a un tema global. Después, se cogió cada grupo de temas básicos y con estos se construyó los temas organizadores, y luego se estructuró el tema global. Posteriormente, se verificó que los temas seleccionados dieran cuenta de los aspectos sensibles y relevantes de las entrevistas. A continuación, se presenta un ejemplo de la construcción de la red temática (Tabla 6).

Tabla 6. Modelo de la construcción de la red temática

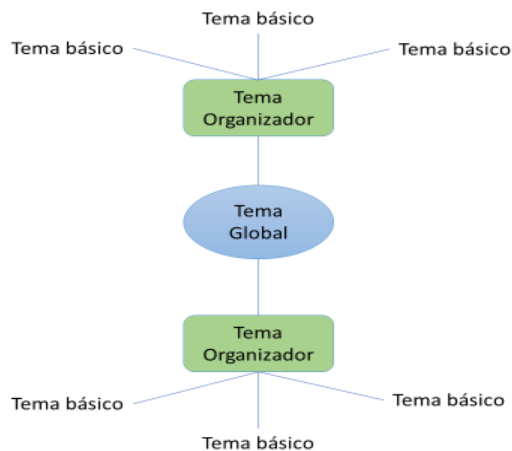
TEMAS BASICOS	TEMA ORGANIZADOR	TEMA GLOBAL
El vehiculo motorizado particular se usa para trayectos diferentes	La industria automotriz y la Actividad Fisica Utilitaria "no chocan"	La industria automotriz y su relación con la Actividad Fisica Utilitaria (AFU)
El problema son las personas que hacen uso irracional del vehiculo		
Hay multiples factores que determinan la AFU donde la industria no tiene		
La industria automotriz "no le conviene que las personas realicen AFU"		
El mercado de la industria automotriz crea condiciones que limitan la AFU	"La industria automotriz una amenaza para la Actividad Fisica utilitaria"	Implicaciones de la practica corporativa en la Salud Pública
Gestor de propuestas en pro de la movilidad sustentable	La industria automotriz un aliado para la Actividad Fisica Utilitaria	
Educación del usuario para el uso racional del vehiculo		
Restringidos a la practica corporativa comercial		
No identifican la actividad politica corporativa dirigidas a promover el uso	No se percibe el riesgo de la practica corporativa en la salud pública	"Conflicto entre tomadores de decision para regular las practicas corporativas"
No identifica establecer relación con la Industria automotriz como un	Impacto negativo de las practicas corporativas sobre la salud pública	
Las practicas corporativas: lobby "esta bien hecho" la responsabilidad esta		
Políticas públicas que responden a los intereses particulares de la industria		
Demoras en el desarrollo de políticas públicas		Las practicas corporativas no se deben regular
Evita el desarrollo e implementación de políticas dirigidas a una		
No se puede quitar el derecho a la libre empresa		
No se puede quitar el derecho de las personas a elegir		
La practica corporativa no causa ni cambia el comportamiento	Las practicas corporativas se deben regular	
La regulación puede causar problemas sociales		
Informar al usuario: etiquetar los vehiculos		
Acción legislativa		
Nivelar el juego de campo politico		
Litigar		

Fuente: Construcción propia

Estructura de la red temática

Las redes se presentan gráficamente como una red para eliminar cualquier noción de jerarquía y permite hacer énfasis en la interconexión de los temas, además son creadas para trabajar desde la periferia con los temas básicos, hacia el interior del tema global. Figura 3.

Figura 3. Estructura de la red temática



Fuente: Attride Striling 2010

4. Descripción y exploración de la red temática

Después de formar la red, se realizó una descripción de la estructura de la red y se exploraron cada uno de los aspectos que la contienen. Esto permitió realizar un primer análisis de la información para identificar patrones subyacentes, alcanzando un mayor nivel de abstracción en el proceso analítico.

5. Resumen de la red temática

Se describió y se exploró la red en su totalidad, se realizó un resumen de los principales temas y patrones que la caracterizan. Este paso permitió resumir los principales temas que comenzaron a surgir durante la descripción de la red y comenzar hacer explícitos los patrones que surgen en la exploración.

6. Interpretación de patrones

En esta etapa se reunieron las deducciones en los resúmenes de todas las redes construidas. Las deducciones se analizaron de acuerdo a la perspectiva teórica ecológica y de determinantes de la salud. Se exploraron los temas, conceptos y estructuras que surgieron del texto utilizando los fragmentos textuales de las entrevistas con el objetivo de apoyar el análisis. Para la interpretación de los datos fue necesario volver a la pregunta de investigación, el objetivo y la teoría para compararlos con los patrones emergentes de la exploración del texto.

5.4 Rigor metodológico

Con respecto al rigor metodológico de la investigación cualitativa se conoce que hay varios criterios que se deben cumplir para garantizar la validez y la calidad científica de los estudios de investigación cualitativa. Estos criterios son: *la credibilidad*, la cual se logra cuando los resultados del estudio son reconocidos como reales o verdaderos por las personas que participan en el estudio y por aquellas que han experimentado o estado en contacto con el fenómeno investigado; *la auditabilidad*, la cual se logra cuando otros investigadores pueden seguir la huella

al investigador original y llegar a resultados parecidos; y *la aplicabilidad*, la cual se consigue cuando existe la posibilidad de transferir los resultados a otros contextos o grupos (78).

En esta investigación se tuvieron en cuenta los criterios anteriores para garantizar el rigor. El criterio de credibilidad de modo que se discutieron las interpretaciones de esta investigación con los resultados de otros estudios relacionados con las prácticas corporativas de grandes industrias. La auditabilidad para lo cual se usó una grabación, se describieron las características tanto de los documentos como de los participantes, su proceso de selección y se analizó la transcripción fiel de la entrevista. La aplicabilidad indicando cómo las prácticas corporativas comunes empleadas por otras industrias como la tabacalera y la industria de alimentos.

6. CONSIDERACIONES ÉTICAS

Esta investigación se realizará de acuerdo a la Resolución 8430 de 1993 del Ministerio de Salud de Colombia, la cual establece las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud (79). Sólo se dio inicio a la investigación una vez se obtuvo la aprobación del Comité de Ética de la Facultad de Salud de la Universidad del Valle: Aval de Aprobación No. 008-016.

De acuerdo a las pautas del Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas (CIOMS) y teniendo en cuenta las condiciones metodológicas de esta investigación la cual incluye revisión documental y entrevista semi-estructurada a tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación urbana y ambiente; en quienes esta investigación representó un riesgo mínimo, ya que a través de entrevistas se obtuvo información confidencial. Todos los participantes fueron mayores de edad y no se realizó discriminación por grupo étnico y género. Adicionalmente todos los documentos consultados para la revisión documental fueron de acceso público.

A los participantes se les explicó de manera individual y detallada el objetivo del estudio, los riesgos y los beneficios; una vez que el participante aceptó participar en el estudio se procedió a realizar la firma del consentimiento informado. A cada participante se le entregó una copia del consentimiento informado.

En el consentimiento informado se dejó claro que los participantes podrían retirarse de la

investigación en el momento que lo desearan. Además, se solicitó permiso para grabar en audio las entrevistas, las cuales fueron transcritas textualmente.

7. RESULTADOS

Los resultados de este estudio se presentaron en dos partes. A la primera parte se le llamó “La actividad política corporativa de la industria automotriz que promueve el uso y la tenencia de vehículo motorizado privado, un riesgo potencial para la salud pública” y, en ella, se muestran los resultados obtenidos en la revisión documental. La segunda parte se tituló “Los tomadores de decisión y la actividad política corporativa” y, en ella, se presenta el análisis de tres redes temáticas elaboradas de acuerdo a la información obtenida en las entrevistas semi-estructuradas.

7.1. LA ACTIVIDAD POLÍTICA CORPORATIVA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ QUE PROMUEVE EL USO Y LA TENENCIA DE VEHÍCULO MOTORIZADO PRIVADO, UN RIESGO POTENCIAL PARA LA SALUD PÚBLICA

Para responder el objetivo planteado se realizó una revisión documental. Se seleccionaron 204 documentos. De los cuales 56 fueron documentos estatales entre los que se incluyeron documentos del Departamento Nacional de Planeación (DNP), Ministerio de transporte, Ministerio de industria comercio y turismo, Ministerio de transporte, secretaria distrital de Bogotá entre otros documentos estatales; 58 documentos de los gremios de la industria automotriz entre los que se destaca la cámara de la industria automotriz de la ANDI, ANDEMOS Y ALADDA; 33 documentos de ensambladoras y marcas de automóviles y motocicletas; y 57 documentos que correspondían a periódicos nacionales, revistas nacionales como la revista Dinero y las revistas de la industria automotriz.

El análisis de la actividad política corporativa (APC) de la industria automotriz desde una perspectiva de salud pública, se llevó acabo con base en el marco teórico desarrollado para

estudiar las prácticas de la industria tabacalera y de alimentos (44, 70). Dicho marco se compone de seis estrategias: información y mensajería; incentivos financieros; edificación de la circunscripción; legal; sustitución de políticas y; oposición, fragmentación y desestabilización de la oposición. Además, para el desarrollo de cada una de estas estrategias, se ha identificado que las industrias tabacaleras y de alimentos llevan a cabo una serie de prácticas corporativas que facilitan su implementación.

Con base en la revisión documental, en este estudio de caso sobre la industria automotriz, se identificaron las seis estrategias propuestas en el marco para la identificación y monitoreo de la APC con relación a la salud pública. En general, las estrategias que más desarrollan son la estrategia de información y mensajería y la estrategia de edificación de la circunscripción (Tabla7).

Las prácticas desarrolladas como parte de la *estrategia de información y mensajería* fueron: a. Destacar la importancia de la industria automotriz y de sus productos para el desarrollo del país; b. Promover la desregulación de políticas públicas; c. Exculpar a la industria de los efectos negativos sobre la salud pública resaltado su interés en temas relacionados con la salud pública y, a su vez, culpabilizar al gobierno por los problemas de movilización.

Respecto a la *estrategia de edificación de la circunscripción* se evidenció que la industria automotriz desarrolla prácticas corporativas que consisten en: a. Establecer relaciones con organizaciones de salud; b. Establecer relaciones con los encargados de formular políticas y c. establecer relaciones con la comunidad en general, con el objetivo de ganar el favor de la opinión pública y no ser identificada como una amenaza para la salud pública.

Tabla 7. Actividad política corporativa de la industria automotriz en Colombia

No.	Estrategias	Practica corporativa
1	Información y mensajería	Destacar la importancia de la industria automotriz y de sus productos en el desarrollo del país
		Promover la desregulación de políticas
		Encuadrar el debate sobre las cuestiones relacionadas con la actividad física y la industria automotriz
2	Incentivos financieros	Financiación de campañas electorales
3	Edificación de la circunscripción	Establecer relaciones con instituciones de reconocimiento en el país
		Buscar participación en la comunidad
		Establecer relaciones con los encargados de formular políticas
4	Legal	Amenazar y litigar en contra de políticas públicas
5	Sustitución de políticas	Desarrollar alternativas a las políticas
6	Fragmentación y desestabilización de la oposición	Criticar a los defensores de la salud pública

Fuente: elaboración propia con base en la revisión documental

En la *estrategia legal* la industria automotriz utiliza la práctica corporativa de amenazar y litigar en contra de políticas que perjudican sus intereses y que afectan económicamente a la industria.

A su vez, en la *estrategia de sustitución de política* se encontró que la industria automotriz desarrolla estrategias voluntarias como alternativas a las políticas obligatorias. Finalmente, como parte de la *estrategia de fragmentación y desestabilización de la oposición* la industria automotriz desarrolla la práctica de criticar a los tomadores de decisión en salud pública.

A continuación, se analizan las diferentes prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz y los diferentes mecanismos que facilitan la implementación de las mismas.

7.1.1 Estrategia de información y mensajería:

Esta estrategia es implementada por la industria automotriz: fabricantes de vehículos y autopartes; comercializadoras y gremios de la industria, y se trata de difundir información que beneficia sus actividades, con el fin de influir en las políticas pública para que éstas estén a su favor.

En el desarrollo de esta estrategia se identificaron tres prácticas corporativas: a. Destacar la importancia de la industria automotriz y sus productos; b. Promover la desregulación, y; c. El encuadre del debate sobre las cuestiones relacionadas con la salud pública.

7.1.1.1 Destacar la importancia de la industria automotriz y de sus productos en el desarrollo del país:

Este apartado se desarrollará en tres secciones. En la primera parte se describirán las áreas en las cuales se destaca la importancia de la industria automotriz y sus productos; en la segunda se describen las situaciones en las que surge esta práctica y; finalmente, se identifica lo que ha logrado la industria a través de esta práctica corporativa.

En la revisión se encontró que la industria automotriz con el propósito de mostrar una imagen positiva se ha encargado de destacar la importancia social, económica y tecnológica que tiene el sector automotor en el país. Con relación a la importancia social la industria se ha enfocado en destacar la contribución que hace en el mejoramiento de la calidad de vida de las familias, a través de la generación de empleo directo e indirecto en cada uno de los sectores (industrial, comercial y complementario), resaltando que sus empleos son altamente calificados y bien remunerados con relación a otras industrias. Por ejemplo, la Cámara de la ANDI, que es un

gremio de la industria automotriz, y una ensambladora de vehículos en sus comunicados e informes resaltan estos beneficios:

“La industria automotriz genera aproximadamente 25.000 empleos directos entre la industria terminal y los proveedores nacionales de autopartes y 100.000 indirectos incluyendo la red de comercialización, con empleo formal, altamente calificado y salarios promedio por encima del resto de los sectores.” (80).

Con relación a su importancia económica, la industria automotriz resalta que ella contribuye con el crecimiento económico del país, destacando que un alto % PIB se deriva de esta industria y que realiza su aporte al fisco nacional por concepto de impuestos y contribuciones. Así lo indica en un estudio “El sector de vehículos en Colombia: características y propuestas de mejora a su régimen impositivo” el cual está en la página web de la Asociación Colombiana de Vehículos Automotores y también lo expresa el presidente de GM Colmotores, respectivamente:

“(…) El impacto económico del sector automotor medido como el valor agregado encadenado que genera la operación de esta industria es de 52.3 billones en 2012 (6 puntos del PIB actual), de los cuales el 55.6% corresponde a bienes complementarios (29.1 billones), 23.1% corresponde al comercio (12.1 billones) y 21.3% corresponde al sector industrial con 11.1 billones” (81) .

“Jorge Mejía, presidente de GM Colmotores expresó: GM Colmotores, fabricante de la marca Chevrolet, ha contribuido al desarrollo de la industria y la economía del país por casi 60 años” (82).

Además, se identificó que no sólo señalan la importancia de la industria, sino que, además, hacen referencia al vehículo motorizado como medio para fortalecer y contribuir al desarrollo del país. Así lo menciona un representante del sector de autopartes:

“En Colombia cuatro millones de personas se nutren del sector automotor, entre negocios directos, indirectos y colaterales, es decir que el 10% de la población colombiana y el 23% de la fuerza laboral de este país se nutre del sector automotor. De ahí la importancia que tiene el vehículo” (83).

La industria automotriz destaca que el carro promueve la prosperidad resaltándolo como símbolo de movilidad social y progreso.

“El 2006 será el año en el que los colombianos compraron más carros: se calcula que serán unos 190 mil. Eso no está mal. Es reflejo de prosperidad y desarrollo y de cumplir una aspiración de estatus social que da el carro” (84).

Adicionalmente, la industria automotriz recalca que este tipo de transporte, particularmente la moto facilita la movilidad individual promoviendo un cambio en la cotidianidad de las personas hacia una “vida moderna” caracterizada por mayor libertad y autonomía; orgullo de tener un vehículo para los fines de semana en familia; ahorro de dinero para el caso de las motos (es más económico que el transporte público si se tiene en cuenta que se transportan 2 personas) y, finalmente, ahorro de tiempo puesto que el transporte puerta a puerta evita que las personas gasten tiempo mientras caminan desde la casa al paradero y desde el bus hasta el destino. Así lo presentan en un documento la cámara automotriz de la ANDI del sector de motocicleta:

“Satisfacción de transportarse puerta a puerta, ahorrando el tiempo que se requiere para caminar hasta el paradero del bus; esperar a que éste pase; esperar que el bus se detenga en todas sus paradas para recoger o dejar otros pasajeros; bajarse del bus y caminar hasta su destino. Este ahorro puede representar más de 20 horas al mes para una persona y 40 para una pareja o padre e hijo”(85).

La industria destaca que la motocicleta es un medio de transporte que promueve el desarrollo económico de la población colombiana y la calidad de vida de las personas, especialmente de los que pertenecen a los estratos más bajos. Primero resaltan que la moto como medio de transporte es más económico que el transporte público puesto que sus precios son bajos y se obtiene un ahorro cerca de \$ 200.000 mensuales y resulta más económica que el carro ya que su mantenimiento es menor y no requiere de usar garaje. Así lo indica en un comunicado la Cámara Automotriz de la ANDI en el 2012:

[...] “Las ventajas de este vehículo (moto), en comparación con otros modos de transporte, en lo que se refiere a sus bajos niveles de consumo de combustible, el uso eficiente del espacio público, la versatilidad en su desplazamiento, su asequible precio y su capacidad de llegar hasta la puerta de la casa de cada usuario”, sostuvo Juliana Rico, directora de la Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI”(86).

“Hoy en día se estima que 4,5 millones de colombianos usan la motocicleta diariamente para desplazarse. De esta manera, la motocicleta contribuye al desarrollo económico del país” (86).

En segunda instancia, se enfatiza en que la moto es usada como medio de trabajo en actividades como mensajería y mototaxismo resaltando que son muchas las personas que reciben ingresos debido a este instrumento. Así se explica la cámara automotriz de la ANDI:

“En los últimos 10 años, la moto dejó de ser solo un medio de transporte eficiente y económico, para convertirse en una herramienta de trabajo y sustento, y una señal de prosperidad, para millones de colombianos”(85).

“Las motocicletas en los campos industrial, comercial y de utilización como instrumento de trabajo, y sumando los 400.000 mototaxistas que actualmente existen, se calcula que emplean la muy destacada cifra de más de 1.2 millones de personas, o sea un 6.5% del empleo total en

Colombia, a 2008. Tomando un promedio de 4 personas por familia, podría afirmarse que la motocicleta provee la subsistencia de más de 4.8 millones de colombianos” (85).

Esta práctica corporativa se evidencia en casi todos los informes públicos electrónicos de los fabricantes, comerciantes, gremios de la industria automotriz (Cámara de la Industria Automotriz ANDI y ANDEMOS) y principales periódicos del país. Sin embargo, se identificó que esta práctica sobresale en dos situaciones. Primero cuando se están desarrollando políticas que pueden impactar negativamente la industria automotriz. Por ejemplo; el alcalde de Bogotá señala que de no mejorar la regulación del uso de los vehículos particulares se van aumentar los impuestos para los mismos, a lo que FENALCO responde:

“El carro sigue siendo un elemento de desarrollo (...). Además, cuando la gente invierte en carros hay activación económica y eso es lo que se quiere” (87).

Segundo, en el desarrollo de acuerdos comerciales el empleo se convierte en un tema de debate ya que las industrias nacionales consideran que los vehículos importados afectan la industria ocasionando pérdida de empleo; por otro lado, los importadores señalan que el empleo puede aumentar al comercializarse sus vehículos. La industria automotriz utiliza esta estrategia para solicitar al gobierno iniciativas para el salvamento, desarrollo y fortalecimiento de la industria automotriz. Como lo expresan dos representantes de la industria automotriz:

“Es clave seguir incentivando el desarrollo del sector automotor que juega un papel relevante en la generación de empleo y desarrollo económico del país” (88).

“El Estado esta despreocupado por la industria automotriz para que ésta pueda competir con la de otros países y se vea favorecida, le hemos pedido al gobierno un subsidio del 50% para los impuestos de renta y de IVA. También para energía que es la más cara” (89).

A través de esta estrategia la industria ha logrado que el gobierno considere importante la industria automotriz para el desarrollo del país, inclusive este sector hace parte de las líneas estratégicas del Plan Nacional de Desarrollo (2014-2018).

“El Ministro destacó los avances y el aporte al desarrollo de la economía local por parte de esta compañía (hace referencia a GM)” (90).

De hecho, la industria ha conseguido el apoyo del gobierno para el desarrollo de grandes proyectos que mejoran la industria. Un ejemplo de ello es la creación del primer Centro de Desarrollo Tecnológico de la Industria Automotriz (Tecna) en el Valle del Cauca, el cual busca avanzar en términos de desarrollo, innovación e investigación. Este centro cuenta con el apoyo del gobierno; el sector público como la Universidad del Valle, Colciencias; y el sector privado como los industriales y los gremios de la industria automotriz (ACOLFA y la Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI). Inclusive este centro contará con 2.860 millones de pesos recursos de regalías correspondientes a ciencias y tecnología como lo explica un representante del gobierno y el director de Colciencias, respectivamente.

“A juicio del Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, el CDTIA busca ser el motor del desarrollo de capacidades tecnológicas para la transformación productiva de la industria de autopartes y vehículos de Colombia, reconocido como referente en el país y la región” (91).

“Para el director de Colciencias, Carlos Fonseca Zárate, el lanzamiento de este centro significa un “gran paso en la formalización del sector de autopartes y del automotor, al que, desde nuestro conocimiento e investigaciones, contribuiremos en la consolidación del sector productivo, desde donde se genere empleo, productividad y competitividad sostenible”(91).

Finalmente, la industria ha logrado que el gobierno se ocupe de protegerla en periodos de crisis a través de políticas y planes comerciales para su beneficio. Por ejemplo, frente a la crisis de la industria automotriz en el año 2014 el gobierno desarrolló un plan para promover la venta de vehículos, a través de una línea de crédito de Bancoldex, donde las entidades podrían financiar los autos de producción nacional a tasa más bajas y con mayor tiempo de financiación. Como se relata en una noticia en el periódico El Tiempo:

“El Gobierno lanzó un plan preventivo para reactivar la caída de las ventas de vehículos en el país y la pérdida de empleos en la industria automotriz.” (92).

Para concluir, se puede señalar que destacar la importancia de la industria automotriz y de sus productos es una práctica corporativa utilizada por la industria que busca interferir en políticas, para su beneficio como evitar el aumento de impuestos e intervenir en acuerdos comerciales y planes de gobierno para promover la venta de vehículos a través de créditos etc. De tal manera que aumente la tenencia y uso del vehículo motorizado particular. Este aumento de vehículos produce invasión de las calles afectando la seguridad de los ciclistas quienes al percibir el peligro en la carretera es poco probable que se motiven a utilizar la bicicleta como medio de transporte.

7.1.1.2 Promoción de la desregulación de políticas:

La práctica corporativa de promoción de la desregulación tiene como objetivo evitar y eliminar la implementación de políticas que perjudican los intereses de la industria y la afectación de sus utilidades. En la revisión se identificó que los diferentes representantes de la industria automotriz utilizan la promoción de la desregulación cuando se establecen políticas públicas, con el fin de evitar su implementación o generar cambios a su favor.

Por ejemplo, se encontró que la industria automotriz utilizó diferentes argumentos para oponerse al decreto 1135 del 2009, expedido por el Ministerio de Minas y Energía, que establece que 60% de los vehículos importados y fabricados en el país deberían contar con tecnología para soportar una mezcla de etanol del 85% (E85%) en el 2012. Política que busca proteger el ambiente ya que el uso de biocombustible es una alternativa ambientalmente sostenible, con menores niveles de contaminación comparada con la gasolina.

Los principales argumentos por parte de la industria contra la propuesta son: el plazo para la lograr el cambio de los motores para soportar E85 es muy corto. De modo que solicitaron ampliar el plazo de implementación para el 2016. Así lo menciona un representante de una comercializadora de vehículos:

“German Camilo Calle, presidente de Sofosa, ensambladora de vehículos Renault, considera que la puesta en marcha de una operación similar en Colombia requiere ajustes que no podrían lograrse en un tiempo tan corto”(93).

Otros actores de la industria, como los importadores de vehículos y comercializadoras solicitaron la eliminación del decreto, argumentando que esta medida no debe ser obligatoria, si no voluntaria como en otros países, en donde, adicionalmente, reciben subsidios del gobierno para hacerlo. Así lo hizo saber el representante de ANDEMOS y el director de una revista del sector automotor, respectivamente:

“El mayor problema de la reglamentación es que vuelve obligatorio un tema que debería ser voluntario (...). Este es el único país en el mundo donde se establece por ley la obligación de proveer al país de vehículos flex” (93).

“En cualquier parte del mundo es una opción que se ofrece y que generalmente va acompañada de subsidios o favorabilidades en precio para bajar el consumo de gasolina cuyas fuentes son perecederas” (94).

El mismo tiempo objetaron que es una medida que va en contra de tratados comerciales internacionales. Así lo dice el director de una revista del sector automotor:

“Si imponen ese famoso decreto habrá marcas que sencillamente dejarían de vender en Colombia, lo cual contradice las normas de comercio internacional” José Clopatofsky, director de la revista motor (94).

Finalmente, argumentan que esta medida afecta directamente al usuario quien tendría que asumir los sobrecostos derivados de estos cambios. Además, de la disminución de la oferta de vehículos porque no se podría hacer cambios a todos los modelos. Así lo dice un empresario de la industria automotriz:

“los empresarios consideran muy corto el plazo para hacer los cambios en los productos y cumplir con el decreto y creen que el consumidor se verá afectado con una reducción en la oferta de modelos” (93).

“Los consumidores que tendrán que pagar más por la nueva tecnología”(93).

Definitivamente, resaltar que las políticas afectan directamente a los usuarios ha sido el argumento más representativo por parte de la industria automotriz, para evitar la implementación política que van en contra de sus intereses. Otro ejemplo de resaltar es que la industria consiguió que en la reforma tributaria del 2016 se excluyera a las motos (de menos de 200 cc) del impuesto al consumo del 8%, argumentando que:

"Las motocicletas son productos de consumo masivo, utilizadas por la población vulnerable y de escasos recursos, por lo tanto, no se les debe aplicar más impuestos, a excepción de lo ya establecido para las motocicletas de más de 250cc", manifestó la ANDI."(95).

Hay que mencionar que el decreto 1135 afecta directamente los intereses de la industria dado que tendrán que realizar grandes inversiones para llevar a cabo estos cambios en los motores; por consiguiente, se aumentarían los costos de los vehículos lo que se traduce en la disminución en sus ventas puesto que a mayor precio menor es la demanda. Adicionalmente, algunos importadores no podrían comercializar los productos en el país, por lo tanto, se disminuirá la oferta.

Esto nos lleva a concluir que la industria automotriz con el propósito de proteger sus intereses particulares se opone a medidas colectivas que buscan proteger la calidad del aire y, por lo tanto, la salud de las personas. Aun, cuando la industria automotriz reconoce los beneficios ambientales de este decreto.

"Aunque los ensambladores no cuestionan el fondo de la medida, por los beneficios ambientales y el empleo que generaría, Juliana Rico, directora de la Cámara Automotriz de la ANDI, explica que el principal temor tiene que ver con los plazos excesivamente cortos para hacer las adecuaciones"(93).

La oposición de la industria automotriz a políticas que buscan proteger el ambiente y mejorar la calidad del aire, perjudica la actividad física utilitaria o aquella derivada del transporte activo ya que cuando las personas perciben el aire muy contaminado evitan realizar actividad física al aire libre, lo que reduce la posibilidad de que las personas se motiven a caminar o andar en bicicleta como medio de transporte.

7.1.1.3 Encuadrar el debate sobre las cuestiones relacionadas con la actividad física y la industria automotriz:

El análisis permitió identificar que la práctica de encuadrar el debate sobre cuestiones relacionadas con la salud pública ha sido muy utilizada por los diferentes actores de la industria automotriz. Para el desarrollo de esta práctica la industria utiliza dos mecanismos. El primero es responsabilizar al Estado por los problemas de movilidad y así quitar la responsabilidad de la industria. El segundo, es resaltar las acciones de la industria automotriz en temas relacionados con la salud pública.

7.1.1.3.1 Cambiar la culpa de la industria automotriz y enfocarse en la culpa del Estado

Es importante resaltar que mientras la industria de alimentos y de alcohol se ha enfocado en culpabilizar a la persona. La industria automotriz se ha enfocado en culpabilizar al estado. Este mecanismo es usado con el objetivo de retirar la culpa de la industria automotriz en la producción de problemas de salud pública, particularmente los relacionados con movilidad y contaminación ambiental.

Este mecanismo surge cuando se están desarrollando políticas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado particular sea carro y/o moto, como parte de la solución a problemas de congestión vehicular en las ciudades y estrategia para disminuir la contaminación ambiental.

Implementando este mecanismo la industria busca evitar que sus productos sean vistos como parte del problema de la congestión vial; por tanto, se ha encargado de enfocar la culpa de los problemas de congestión al Estado. Argumentando que “la culpa no es del carro” si no del Estado

que ha permitido el atraso en infraestructura vial; deficiencia en el sistema de transporte público; y falta de planificación urbana enfocada en la cohabitación de las vías. Tal como lo refiere un comunicado de ANDEMOS:

“El problema en el país no es el número de carros, sino la carencia de una red sólida de vías”.
(88).

Argumentando que las políticas que buscan desestimular el uso del carro surgen por incapacidad del Estado para abordar los problemas de infraestructura vial y planificación urbana. Como se relata en un comunicado.

“Eso no es culpa de quien compra carro sino de quienes no han acertado en la planificación urbana (...) Ante esta realidad, las distintas administraciones han preferido mirar para otro lado (mejora transporte público, desestimular uso del carro). La del alcalde Garzón, en particular, se ha visto desbordada, y el anuncio que hizo de declararle la guerra al carro privado” (84). (Subrayado nuestro)

La industria automotriz no sólo ha culpabilizado al Estado; sino que, además, critica las políticas que se han implementado para resolver los problemas de movilidad. Particularmente aquellas destinadas a desestimular el uso del vehículo particular y a mejorar el transporte público. Así lo explica el presidente de un gremio de la industria automotriz en uno de sus comunicados:

“La política pública se debe enfocar en cómo atender al creciente parque automotor en materia de planeación urbana y ampliación de la red vial de las ciudades. Desafortunadamente dichas políticas se han limitado a desmotivar el uso de vehículo particular y a mejorar el transporte de buses, sin lograr resultados contundentes en movilidad”(88).

Argumentando que estas políticas no garantizan que bajen los índices de motorización, puesto que hay países que a pesar de tener buenos sistemas de transporte las tasas de motorización son altos. Tal como lo refiere el presidente de un gremio de la industria automotriz:

“Japón, que cuenta con uno de los sistemas de transporte público más puntuales y robustos del mundo, tiene un registro de casi 40 vehículos por cada mil habitantes” (88).

Sin embargo, es importante resaltar que mientras la tenencia hace referencia a la **propiedad** o cantidad de vehículo motorizado particular, el uso hace referencia a la **utilización** el vehículo motorizado particular. De hecho, aunque Japón tiene una tasa de motorización alta, la utilización del vehículo motorizado privado para transportarse dentro del país es baja. Debido a que el sistema de transporte público es eficiente; y se incentiva el uso del vehículo motorizado privado únicamente para hacer viajes alternativos, recreativos y fuera de la ciudad.

Con respecto a la contaminación ambiental la industria automotriz se ha enfocado en resaltar que hay otros factores que influyen en la calidad del aire como el tipo de combustible que se usa en el país. Así lo relata un comunicado del periódico El Tiempo:

“La impureza de nuestro combustible es atroz. El diésel tiene una impureza superior a 2000 ppm (partículas contaminantes por millón) frente a 50 ppm que contempla la norma Euro IV”(96).

El transporte público utiliza combustible que es altamente contaminante, por lo que argumenta que el Estado debería desarrollar una política de conversión de gasolina a gas natural a todo el transporte público. Así lo relata un comunicado El Tiempo:

“Transmilenio utiliza este diésel contaminante, y sus similares que se están construyendo en varias ciudades del país adolecen del mismo defecto”(96).

La industria automotriz señala que el gobierno ha fomentado políticas públicas que promueven la obsolescencia del vehículo motorizado tanto privado como público, lo que contribuye a deteriorar la calidad del aire puesto que los vehículos automotores de más de 10 años son los que producen mayor contaminación. Así se plantea en un comunicado de un gremio de la industria automotriz:

“Desbalance de la actual política pública. Fomentó de la obsolescencia. Ley 488 de 1988 estimula la obsolescencia y carece de criterio ambiental, no incentiva la renovación del parque automotor” (97).

“la actual estructura de impuesto vehicular implementada hace 18 años, donde el tributo se fija sobre el valor comercial del vehículo con tarifas más bajas a menor valor, fomenta la obsolescencia, no genera ningún incentivo a renovar el vehículo, carece de criterio ambiental y deteriora la calidad de vida de los Colombianos”(97).

De acuerdo a la industria automotriz la emisión de Co2 y de material particulado MP10 del sector automotor provienen de vehículos viejos que circulan en las ciudades. Como resultado de enfocar la culpa en el Estado por los problemas de movilidad le ha permitido a la industria automotriz resaltar que el vehículo motorizado surge en respuesta a los problemas de movilidad que tienen las personas en las ciudades como por ejemplo la congestión vial y el transporte público urbano deficiente. Como se refleja en el relato del director de una revista del sector automotor y un comunicado de un gremio de la industria automotriz, respectivamente:

“El vehículo, de dos, tres, cuatro o más ruedas, no va a desaparecer, y menos con embudos como el malo e ineficaz servicio de transporte público que nos acompaña en Bogotá, que lo hace indispensable para muchas personas y tareas”(98).

“A medida que los municipios colombianos se vuelven más congestionados y estos problemas se acrecientan, ganan atención las ventajas que ofrecen las motos”(85).

Adicionalmente, ha servido para que la industria automotriz plantee al gobierno la implementación de políticas que no afecten sus intereses si no que, por el contrario, lo beneficien, como el de ampliar la infraestructura vial urbana. Así lo dice un representante de un gremio de la industria automotriz en uno de sus comunicados:

“Es clave fortalecer la infraestructura, el problema en el país no es el número de carros, sino la carencia de una red sólida de vías. El recaudo de impuestos se debe enfocar en este tema”(88).

“Si los problemas son la congestión vial y la contaminación, las soluciones son otras. En el primer caso es hacer las vías, aunque parezca una necesidad decirlo”(96).

Adicionalmente, plantean que es necesario desarrollar una política de planificación urbana en cohabitación con el automóvil. Tal como lo refiere el director de una revista del sector automotor:

“Es más claro que uno de los ejes fundamentales de la planeación de las ciudades y las residencias es la obligatoria cohabitación con el automóvil”(98).

Por consiguiente, la industria automotriz ha solicitado al gobierno establecer una política pública que permita la renovación de todo el parque automotor, que incluya entre otras cosas subsidios del gobierno para la renovación. Los industriales consideran que los subsidios deben ser vistos como una inversión, ya que renovar el parque automotor le permite al gobierno ahorrar dinero en accidentes de tránsito y problemas de salud como las afecciones respiratorias. Lo anterior se refleja en los siguientes segmentos expresados por un representante de la industria automotriz:

“Es clave desarrollar óptimos programas de reposición y evolucionar de un sistema de cupos a una política pública que incentive la modernización” y “Adicionalmente los programas de reposición prevalecerán como política pública, como ya lo son en muchos países desarrollados.”(99).

“Al dar un subsidio usted se está ahorrando una plata en salud y en accidentalidad en vidas humanas”(100).

Inclusive, para la reforma tributaria del 2016, uno de los gremios de la industria automotriz propuso al gobierno el implementar un impuesto ambiental por obsolescencia, e ingreso por sustitución voluntaria. Tal como se narra en un comunicado de un gremio de la industria automotriz:

“Se propone usar mecanismos fiscales (exención del IVA) para incentivar la sustitución voluntaria de vehículos en todas las modalidades de transporte terrestre y segmentos (no solo de servicio público)”(97).

El principal argumento de la industria para la renovación del parque automotor es mejorar la salud de la población y aumentar el recaudo fiscal. A simple vista pareciera que desarrollar una política pública para renovar el parque automotor es positivo para la salud pública (puesto que busca disminuir la contaminación ambiental producida por la liberación de Co2, disminuir las muertes por afecciones respiratorias producidas por la liberación de partículas P10 y mejorar la seguridad vial). Pero, estudiando la medida a fondo una política que promueva la renovación del parque automotor producirá aumento del mismo, lo que a mediano y largo plazo agudizará los problemas de congestión vehicular, contaminación ambiental y afecciones respiratorias. En otras palabras, quien realmente se beneficiaría de esta medida es la industria automotriz dado que aumentarían las ventas de vehículos.

Puede concluirse que las tres propuestas de la industria automotriz que consiste en ampliar la infraestructura vial; planificación urbana en cohabitación con el automóvil; y la promoción de

una política para la renovación del parque automotor. Promueven el aumento del uso del vehículo motorizado particular.

7.1.1.3.2 Resaltar las acciones de la industria automotriz para abordar temas relacionados con la salud pública:

Se identificó que la industria resalta las acciones empleadas para abordar temas relacionados con la salud pública como la prevención de la contaminación ambiental, la movilidad sostenible y la seguridad vial. Así lo menciona una comercializadora de vehículos en uno de sus informes:

“El Grupo Renault, RENAULT-Sofasa y la Fundación Renault establecieron ejes de trabajo en inversión social dando respuesta a necesidades de la comunidad en seguridad vial.... movilidad sostenible y medio ambiente” (101).

Acerca del ambiente la industria automotriz reconoce que es necesario protegerlo, pero de tal manera que no afecte el desarrollo. Por esta razón destaca el hecho de que la industria automotriz busca proteger el ambiente a través de la participación en el programa de llantas pos consumo; el desarrollo de estrategias para disminuir el calentamiento global como la reducción de la huella de carbono, la disminución de las emisiones de Co₂, la eco-concepción y la participación en la rueda circular (dirigido a reducir los impactos de las actividades de las empresas sobre el medio ambiente); la fabricación de vehículos con tecnología Flex full; la fabricación de vehículos menos contaminantes con tecnología que disminuye y controla la producción gases; y finalmente la fabricación y comercialización de vehículos eléctricos. Tal como lo indica una ensambladora de automóviles en un comunicado:

“La inversión ambiental es uno de los principales focos determinados desde la Casa Matriz donde se otorga principal relevancia a temas como cambio climático, protección de los recursos, ecosistemas y manejo ambiental”(101).

“La comercialización de los vehículos eléctricos a partir del 2013 juega un gran papel, ya que constituye una verdadera ruptura tecnológica que permite reducir significativamente las emisiones de CO2, contribuyendo directamente a la calidad del aire en las ciudades” (102).

Las versiones de 2.5 y 3.0 litros se optimizaron tanto en potencia como en torque y cuya configuración ofrece un bajo consumo y menos emisiones. Por ello, tienen la certificación de emisiones Euro4. Así, son más amigables con el medio ambiente” (103).

De hecho, la industria ha solicitado al Estado crear una política que incentive la producción y comercialización de vehículos eléctricos. Incluso, Andemos propuso para la reforma tributaria del 2016 la eliminación del 5% IVA para los vehículos eléctricos.

Sin embargo, de acuerdo con algunos estudios los vehículos eléctricos son más contaminantes dado que la fábrica de estos vehículos produce mayor cantidad de partículas tóxicas que las fábricas de vehículos convencionales; la producción de motores eléctricos necesita una gran cantidad de materiales tóxicos; y la producción de la electricidad cuando se obtiene a través de combustibles fósiles como el carbón incrementa la emisión de partículas que contribuyen al calentamiento global. Esto nos lleva a concluir que la apuesta al vehículo eléctrico hecha por la industria automotriz no resuelve el problema de la contaminación ambiental producida por los vehículos motorizados.

En cuanto a movilidad, la industria automotriz destaca que promueve estrategias para ayudar a mejorar la movilidad en las ciudades. Por ejemplo, se creó en el año 2010 por iniciativa de la fundación Chevrolet y en asociación con la ANDI y la Universidad de los Andes el PEMS (Planes Empresariales de Movilidad Sostenible), el cual consiste en invitar a las organizaciones y empresas a implementar estrategias que reduzcan el impacto social, económico y ambiental que generan los viajes realizados por los ciudadanos para llegar a su trabajo. Las estrategias incluyen el carro compartido y el Teletrabajo. Inclusive en el 2015 se firmó un convenio entre el programa PEMS de la fundación Chevrolet y la viceministra general de TIC para unir esfuerzos e impulsar la política del Teletrabajo en el país. Así se menciona en el informe de una ensambladora de vehículos:

“A través de la Fundación Renault, nos vinculamos al programa PEMS (Planes Empresariales de Movilidad Sostenible), iniciativa del sector privado para contribuir con la movilidad”(104).

Aparentemente el carro compartido y el teletrabajo buscan disminuir el tráfico de vehículos en las ciudades. No obstante, se podría producir algo muy parecido al “tráfico inducido”, ya que cuando las personas perciben la ciudad menos congestionada se motivan a obtener y usar el vehículo motorizado particular, aumentando la tendencia de rutas y número de viajes donde se percibe menos tráfico, lo que a mediano plazo produce nuevamente saturación en las ciudades. Es decir, esta estrategia no mejora el tráfico, pero si promueve los intereses de la industria automotriz puesto que aumentan la tenencia y uso de los vehículos.

La industria automotriz también señala sus esfuerzos para promover la seguridad vial, destacando que investiga e incluye en sus productos nueva tecnología que mejora la seguridad; se interesa por los usuarios razón por la cual hace entrega de un casco de seguridad por la compra de cada

motocicleta (como parte del Pacto de Buena Voluntad entre el Ministerio de Transporte y la ANDI); promueve conductas seguras en las vías a través de simuladores de conducción, escuelas de conducción, capacitaciones y programas de seguridad vial como por ejemplo “auteco educa”, “Teco Ruta” y “soy un motorista ejemplar” los cuales buscan sensibilizar y concientizar a conductores y otros usuarios de las vías para que tengan practicas seguras y cumplan las normas para mejorar la seguridad vial y la movilidad. Así como lo menciona un fabricante de vehículos y motocicletas:

Toyota Motor Corporation (TMC) anunció la apertura de Toyota Research Institute Inc. (TRI) que se encargará exclusivamente de la investigación y desarrollo de la inteligencia artificial y la robótica en los vehículos de la marca... "Nuestros objetivos iniciales son mejorar la seguridad reduciendo constantemente la probabilidad de que el vehículo se vea implicado en un accidente" (105).

“De esta manera, Auteco ratifica su compromiso con todos los motociclistas de Colombia y sigue promoviendo la educación como el pilar que fundamenta su programa de responsabilidad social empresarial” (106).

Adicionalmente, se encontró que el sector de las motocicletas enfatiza las acciones realizadas para promover la importancia de la seguridad vial desde la infancia con estrategias como la “ludoteca móvil” y la “tecnoteca Pedagógica” las cuales buscan a través del juego y las TIC que los niños aprendan cómo comportarse en las vías. Sin embargo, a través de esta estrategia la industria está promoviendo el uso de la motocicleta en los niños que son los potenciales usuarios. Así se dicen en la noticia de una ensambladora:

“Como nos importa la seguridad vial, promovemos este tipo de estrategias para que, a través de los niños, se sensibilicen las familias y se genere conciencia sobre la importancia de la seguridad vial desde el reconocimiento en la primera infancia” (107).

Analizando las acciones de la industria automotriz para abordar los problemas de salud pública encontramos que tienen un enfoque de solución técnica como la inclusión de tecnología para disminuir y controlar la producción de gases contaminantes; tecnología para mejorar la seguridad de los vehículos y disminuir los accidentes; y los elementos para disminuir el impacto ocasionado por los accidentes como la bolsa de aire en los carros y el uso del casco para los motociclistas. No obstante, el enfoque de solución técnica es menos efectivo para la salud pública, en comparación con las políticas que buscan reducir la adquisición y el uso de vehículos motorizados. Adicionalmente, se encuentra que muchas de sus acciones para promover la seguridad vial se han enfocado en la educación de los usuarios, las cuales tienen poco impacto en salud pública puesto que las intervenciones a nivel individual como la educación se encuentran en el quinto nivel de la pirámide de impacto en salud pública (108).

Las acciones de la industria para abordar la salud pública han conseguido que las autoridades estatales consideren la industria como agentes de cambio, con buena voluntad y comprometido en abordar temas de la salud pública. Mientras esta sea la imagen que vende la industria es poco posible que se levanten políticas públicas enfocadas a reducir la adquisición y utilización del vehículo motorizado privado. Por tanto, seguirán en aumento el número de vehículo motorizado y con esto la congestión en las ciudades, invasión de andenes y accidentes de tránsito afectando la movilidad de los ciclistas y peatones.

7.1.2 Incentivo financiero

En los documentos no se encontró evidencia que la industria automotriz financiara y proporcionara incentivos financieros a los partidos políticos. Pero, si hubo evidencia que la

industria automotriz, en particular los comercializadores de vehículos automotores privados han participado en la financiación de las campañas electorales en las elecciones del congreso, gobernación y alcaldía. Esta información se obtuvo del aplicativo de cuentas claras y las infografías sobre el análisis de la financiación de las campañas transparencia por Colombia publicados por el Capítulo Nacional de Transparencia Internacional TI (109).

Vale la pena aclarar que la financiación a las campañas políticas por parte de entidades privadas a través de donaciones de dinero o de créditos es legal, siempre y cuando el valor financiado esté dentro de los montos permitidos. Sin embargo, se ha identificado en el dinero vinculado a la política, llamado “políticos influenciables”, existe el riesgo que los donantes controlen a los políticos que financian o pidan a cambio favores. Por ejemplo, un crédito otorgado por la industria automotriz a un representante a la gobernación, ha llamado la atención de Transparencia por Colombia, quienes reconocen que existe el riesgo que los donantes soliciten favores políticos.

Tal como lo menciona uno de los informes de elecciones electorales:

“Una de las campañas a Gobernación del departamento de Santander obtuvo un crédito por 750 millones de pesos de una empresa del sector automotriz. Este monto no viola el límite del 10% de recursos privados puesto que proviene de créditos. No obstante, es muy difícil saber si efectivamente estos créditos con el sector privado terminan pagándose o si quedan de alguna manera amarrados a futuros favores una vez los candidatos sean elegidos”(110).

En conclusión, aunque la financiación de partidos políticos y de campañas ha sido identificada como algo legal requiere de vigilancia y control puesto que existe el riesgo que los tomadores de decisión cuando vayan a desarrollar una política pública defiendan los intereses de quien los financió en detrimento de los intereses de salud de la población.

7.1.3 Edificación de la circunscripción

Esta estrategia tiene como objetivo ganar el favor de la opinión pública, actores claves y tomadores de decisión en salud pública. Los diferentes actores de la industria automotriz establecieron relaciones con varias organizaciones e instituciones de reconocimiento y prestigio en el país, con la comunidad y con los encargados de formular las políticas públicas.

7.1.3.1 Establecer relaciones con instituciones de reconocimiento en el país:

A través de la información pública disponible se encontró que la industria automotriz establece relaciones público-privadas con instituciones de reconocimiento, prestigio e influencia en el país del sector educativo como el SENA, Universidad del Valle, Universidad de los Andes, Colciencias entre otras y del sector deportivo como el Instituto Municipal del Deporte y la Recreación (INDERM) e Instituto Departamental de Recreación y Deportes (INDEPORTES). Con el objetivo de ser identificados como aliados de la educación y el deporte.

La industria destaca que las alianzas público-privadas entre la industria automotriz y el sector educativo, como por ejemplo las becas para estudiar en el exterior, convenios con el Sena y otras instituciones públicas y privadas, buscan capacitar y formar capital humano en tecnología, mecánica y temas relacionados con la industria contribuyendo en la generación de empleo. Pero realmente la industria está promoviendo la formación de personal altamente calificado para atender las necesidades de la industria en todos los sectores, incluyendo la nueva tecnología de motores híbridos y eléctricos que ingresa al país contribuyendo, finalmente, al desarrollo del sector automotriz. Así lo señalan un representante del sector de autopartes y un representante de

una institución pública educativa:

“Actualmente tenemos un convenio con el Sena a cinco años para capacitar esta fuerza laboral y otro convenio con la misma entidad, pero para instruir a las personas en la parte administrativa en el segmento de autopartes”(83).

“Los aprendices están trabajando en todos los procesos que implica conocer y mantener este tipo de tecnología (motores híbridos y eléctricos) y que cuando estén en el mercado tener talento humano competente, que dé respuesta a usuarios de este tipo. Recordó que el Sena adelanta en el país el proyecto Fórmula Sena para ensamble de partes”(111).

La industria automotriz, también, ha establecido alianza público- privada con instituciones para apoyar la actividad física y la recreación, como por ejemplo la alianza entre AUTECO, INDEPORTES Antioquia y la Fundación de Atención a la Niñez (FAN) quienes hacen entrega de ludotecas móviles para la infancia. A través de esta estrategia, la industria automotriz busca formar una imagen positiva y ganar el favor de instituciones que en algún momento puedan convertirse en un opositor de la industria automotriz como es el caso de instituciones encargadas de promover la actividad física. Tal como lo relata en una noticia un fabricante de motocicletas:

“El Gerente de Indeportes.....celebró la entrega de las dos ludotecas móviles: “los niños tienen dos tareas: estudiar y divertirse. Y desde Antioquia la más educada les ofrecemos las dos, por eso sumamos desde esta alianza público privada para aumentar los 19.789 beneficiarios que hoy tenemos en las 64 ludotecas Buen Comienzo Antioquia”(107).

En conclusión, esta práctica corporativa le ayuda a la industria automotriz formar una imagen positiva frente a organizaciones que son reconocidas en el país y evitar en el futuro posibles enfrentamientos.

7.1.3.2 Buscar participación en la comunidad:

La industria automotriz, también, busca involucrarse con la comunidad a través de la filantropía corporativa y la promoción de la actividad física. Hubo evidencia que la industria automotriz realiza filantropía corporativa a través de la generación de empleo y donación de dinero a grupos vulnerables de la comunidad. Por ejemplo, Renault a través de la red Women@Renault realizó en el 2014 una donación de dinero a la Asociación Casa de la Mujer en Medellín y desde el 2013 recolecta tapas plásticas para la Fundación Furnicáncer en Medellín.

Adicionalmente, se encontró que algunos actores de la industria automotriz han creado sus propias fundaciones como Fundación Chevrolet y la Fundación Renault SOFASA, mediante las cuales desarrollan proyectos con la comunidad.

También, se identificó que la industria automotriz participa en la comunidad a través de la promoción de la actividad física. Por ejemplo, se encontró que AKT moto apoyó una iniciativa para promover la actividad física en niños y jóvenes llamada “Copa AKT por una sana convivencia” en donde AKT apoya a los jóvenes que conforman el campeonato que la Asociación de Barras del Deportivo Independiente Medellín (ASOBDIN) organiza durante el año.

“Como parte del apoyo que AKT Motos hace al deporte, una vez más se vio su aporte a los jóvenes que conforman el campeonato que Asobdim organiza durante el año. Allí los representantes de los diferentes equipos dejan de lado la cotidianidad para dedicarse al deporte y que mejor manera de hacerlo que a través de uno de los más populares del mundo, el fútbol”(112).

Otra manera como la industria automotriz apoya la actividad física es a través del patrocinio de equipos deportivos, como por ejemplo el patrocinio de AKT al deportivo atlético nacional y el patrocinio de Chevrolet a las selecciones colombiana de fútbol y la donación de elementos deportivos para niños. Por ejemplo, Chevrolet realiza donaciones de balones de fútbol a niños en situación de vulnerabilidad. Tal como lo dice una ensambladora de motocicletas:

“Ya es oficial la ensambladora antioqueña AKT Motos se vincula nuevamente al balompié nacional y esta vez lo hace de la mano del verde, Atlético Nacional”(113).

Sin embargo, hubo evidencia que estas iniciativas de actividad física ayudaron a la industria a promover su marca a través de la publicidad. Por ejemplo, en la “Copa AKT por una sana convivencia” los niños tenían en su uniforme el logotipo de AKT. De igual manera, Chevrolet patrocina su marca en todos los lugares donde juega la selección de fútbol colombiana. Así lo dice una comercializadora de vehículos en una de sus notas:

“La marca estará presente en los petos y campos de entrenamiento, tendrá presencia en los partidos amistosos y oficiales y en actividades de medios y estadios, donde jueguen las selecciones de fútbol de Colombia”(82).

Se concluye que esta práctica corporativa no sólo ayuda a crear una imagen positiva de la industria, sino que además le facilita dar a conocer sus productos a través de publicidad.

7.1.3.3 Establecer relaciones con los encargados de formular políticas:

Los ensambladores, comercializadores y gremios de la industria automotriz desarrollaron relaciones con los encargados de formular las políticas a través de dos mecanismos: buscar la

participación en grupos de trabajo y proporcionar apoyo técnico y asesoramiento a los encargados de formular las políticas.

El principal mecanismo identificado fue la participación en grupos de trabajo con alianza público-privada para abordar temas de interés en salud pública, principalmente en temas de seguridad vial y la movilidad. Por ejemplo, Honda se unió con la Secretaria de Tránsito de Cali para formar su escuela de conducción argumentando que los conductores deben salir a las calles preparados para el correcto manejo y así disminuir los “accidentes” de tránsito. A su vez, los afiliados a FENALCO colaboran con la Secretaría de Movilidad para fomentar las buenas prácticas del uso del carro. Además, han apoyado la estrategia de la Secretaria Distrital de Movilidad (Pactos por la Movilidad y el Pacto de Buena Voluntad) entre el Ministerio de Transporte y la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), en el que se comprometen a entregar un casco de seguridad por la compra de cada motocicleta. Tal como lo señala la Secretaría Distrital de Movilidad de Bogotá en una noticia de prensa:

“Otros actores que apoyan la estrategia de la SDM Pactos por la Movilidad son: Policía de Tránsito de Bogotá, Concejo de Bogotá, Asociación Nacional de Empresarios (ANDI), Federación Colombiana de Comerciantes (FENALCO), Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, Asociación de Motoclubes de Cundinamarca y Bogotá, Asociación Colombiana de Motociclistas (ASOMOCOL), Salvando Vidas – Conductor Elegido, Pista el Reto”(114).

A través de estas alianzas la industria automotriz logra, en primera instancia, crear una imagen positiva frente a quienes toman las decisiones. En segunda medida, crean la oportunidad para interactuar con quienes toman las decisiones y dar a conocer sus intereses y; finalmente, le permite proteger sus intereses. Con relación al último punto, la creación de la escuela de manejo

permite que las personas aprendan a manejar el vehículo motorizado privado y que decidan no solo adquirirlo si no a usarlo. La alianza para fomentar las buenas prácticas del uso del carro surge como un pacto para evitar el aumento de impuesto a los vehículos y, finalmente, el apoyo a la estrategia pactos por la movilidad y entrega de casco por cada moto que se venda fomenta la imagen positiva de la industria. Así lo menciona la directora del Fondo Vial haciendo referencia al pacto para entregar casco por cada compra de moto:

“Dice (...), quien agrega que este acuerdo le parece un esfuerzo de responsabilidad social muy grande, por parte de las marcas, porque aquí cada una asume el montaje del proyecto o el valor del casco”(115).

También, se encontró que la industria automotriz participa en grupos de trabajo en el gobierno para abordar temas que buscan el fortalecimiento y la sostenibilidad de la industria automotriz. Como por ejemplo en los programas de reposición del parque automotor y estrategias para la sostenibilidad de la industria. Como lo refiere en un documento un fabricante de vehículos y el presidente de un gremio de la industria automotriz respectivamente:

“Acompañamos a los diferentes ministerios y alcaldías con su accionar en relación con el sector empresarial. El Director de Relaciones de Gobierno, junto con el Presidente Director General, asisten a reuniones varias con los diferentes organismos estatales, con el fin de aportar a la construcción de estrategias conjuntas en la sostenibilidad de la industria”(104).

“Esperamos trabajar con el Gobierno Nacional y las autoridades distritales para implementar mejores prácticas en el sector, con programas eficientes de reposición del parque automotor que permitan amortiguar el impacto de la desaceleración económica, en un sector que genera un impacto económico anual que supera los 50 billones de pesos al año, incluyendo industria, comercio y bienes complementarios”(116).

Otro de los mecanismos empleados por la industria es proporcionar apoyo técnico y asesoramiento a los encargados de formular políticas. Por ejemplo, ANDEMOS trabajó con las autoridades algunos temas de la política de biocombustible. Así como lo relata el presidente de un gremio de la industria automotriz:

“(...) continuará trabajando con las autoridades nacionales para asegurar que las recomendaciones de los fabricantes queden incorporadas en la política de biocombustibles y así los usuarios no pierdan los beneficios de las garantías en las piezas de motor”(117).

Es importante resaltar que la participación de la industria automotriz en la política de biocombustible permite que los niveles máximos obligatorios de biocombustible para gasolina y diésel (E10 y B10) no sean superiores a los recomendados por los fabricantes de automóviles. Ya que niveles obligatorios superiores produciría sobrecostos para la industria automotriz, puesto que algunos fabricantes tendrían que hacer ajustes en sus motores y otros no podrían comercializar sus vehículos en el país. Así lo relata el presidente de un gremio de la industria automotriz:

“En el país circulan más de 12 millones de vehículos y la mayoría no están diseñados para soportar porcentajes de biodiesel superiores a los recomendados por los fabricantes, recomendamos que niveles superiores deben ser voluntarios. Desatender estas recomendaciones puede ocasionar mayores costos de operación y graves daños al motor”(117).

No obstante, oponerse a niveles superiores de biocombustible implica también oponerse a mejorar la calidad del aire, dado que el biocombustible produce menos contaminación del aire. Como ya se mencionó anteriormente cuando las personas perciben el aire muy contaminado es poco probable que las personas hagan actividad física utilitaria o aquella derivada del transporte activo. Adicionalmente, una vez más se evidencia como estas políticas protegen los intereses de

una industria y no los de la población general quienes tienen que exponerse a mayor contaminación del aire y al calentamiento global.

Finalmente, durante la recopilación de los datos se identificó que los encargados de formular las políticas también se involucran de manera activa con la industria automotriz. Como, por ejemplo, la Industria de Comercio, Industria y Turismo busca desarrollar una política automotriz en beneficio del sector. Como lo señala en un comunicado el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

“Se planteará una política automotriz que presente un nuevo esquema en beneficio del sector, y se continuará con el trabajo interinstitucional que se adelanta con la DIAN y el MinCIT para gestar un nuevo decreto que fomente esquemas tributarios y jalone los eslabones de la cadena”(118).

A manera de conclusión, esta práctica corporativa facilita la interacción entre la industria automotriz y los tomadores de decisión, lo que facilita que la industria pueda hacer lobby directo en influir sobre las políticas públicas.

7.1.4 Estrategia legal

La estrategia legal consiste en amenazar y litigar en contra de políticas públicas y opositores de la industria automotriz. En este estudio se identificó que la industria ha amenazado y litigado contra ciertas políticas públicas.

7.1.4.1 Amenazar y litigar en contra de políticas públicas:

La industria ha amenazado con implementar acciones legales en contra de decretos que afectan sus intereses. Por ejemplo, cuando se expidió el Decreto 1135 de 2009 que establece como límite que en el 2012, 60% de los vehículos importados y fabricados en el país cuenten con tecnología para soportar una mezcla de etanol del 85%, el director de una revista del sector automotor manifestó que:

“O el gobierno ajusta (decreto 1135) esto a términos racionales o se lo tumban a punta de demandas. Con toda seguridad lo tendrán que concertar con el sector, que es el que sabe de carros y de motores, mecanismo que en decisiones donde el sentido común tiene algún papel, se usa antes de poner normas en vigencia”(94).

La industria automotriz no solamente se ha quedado en amenazas, si no que ha implementado acciones legales en contra de políticas que buscan promover la actividad física utilitaria como por ejemplo “El día sin carro”. Se encontró que FENALCO Bogotá implementó una acción de tutela para que se respete el derecho a la decisión adoptada en la Consulta Popular del año 2000, en donde se acordó que al año solo se realizaría una jornada del “Día sin carro”. Así lo relato un líder de un gremio de la industria automotriz:

“Con el propósito de frenar la jornada del Día sin carro en Bogotá—prevista para este miércoles 22 de abril— integrantes de la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) interpusieron una acción de tutela ante un juzgado civil”(119).

“Se están violentando los derechos fundamentales porque ese mandato salió de una consulta popular, que decía que el Día sin carro era para todos los vehículos automotores exceptuando a las motocicletas, que se haría en febrero entre las 6 de la mañana y las 7 de la noche (...) aquí

están repitiendo la medida, en horarios distintos e incluyendo vehículos que no estaban dentro de lo acordado”(119).

La principal razón por la cual FENALCO se opone al “Día sin carro” radica en las pérdidas económicas producidas para los comerciantes y para quienes dependen del sector complementario de la industria automotriz. De hecho, el gremio de los comerciantes manifiesta que esta jornada es como tener un festivo más al año. Tal como se mencionó en un periódico de circulación nacional:

“El recurso busca suspender la iniciativa por los efectos negativos que –sostienen los agremiados– causa la jornada para el comercio. Según los comerciantes, en la jornada del Día sin carro de febrero pasado las pérdidas económicas superaron el 50%”(119).

Litigar contra la jornada del “Día sin carro” es una acción clara por parte de la industria en oposición a la actividad física utilitaria dado que esta jornada es una oportunidad para que las personas caminen y utilicen la bicicleta como medio de transporte para desplazarse a su lugar de estudio o trabajo. Adicionalmente, se ha encontrado que si las personas al caminar la ciudad, la encuentran amigable, es posible que continúen y pasen más tiempo recorriéndola (120).

7.1.5 Estrategia sustitución de políticas

A través de esta estrategia la industria propone alternativas voluntarias o regulatorias en oposición a políticas obligatorias que perjudican sus intereses.

7.1.5.1 Desarrollar alternativas a las políticas:

Esta práctica corporativa surge cuando la industria automotriz se ve amenazada por la regulación de políticas y en el afán de evitarlas emplean la práctica corporativa que radica en desarrollar estrategias voluntarias no reguladas como alternativa a las políticas obligatorias. Por ejemplo, frente al anuncio del alcalde de Bogotá, sobre la posibilidad de ampliar el pico y placa para los sábados y aumentar el impuesto para carros (obligatoria), los diferentes gremios de la industria automotriz aceptaron firmar un pacto con la alcaldía de Bogotá en el que “se comprometen a iniciar campañas publicitarias que fomenten la buena práctica del uso del vehículo” (no regulatoria) (121).

Tal como lo señala el presidente de un gremio de la industria automotriz:

“Estamos dispuestos a ayudar en el tema pedagógico. El gremio de vendedores de carros y de autopartes, así como los diagnosticentros afiliados van a colaborar”. Araujo explicó que las actividades se centrarían en promover que la gente no use el carro en distancias cortas o en que entre los vecinos se pongan de acuerdo para hacer rutas al lugar de trabajo”(122).

Con las campañas pedagógicas el gremio busca que las personas hagan mejor uso del carro, de modo que mejore la movilidad en las ciudades y no sea necesaria la implementación de acciones regulatorias como el pico y placa. Como se menciona en un periódico de circulación nacional:

“El Alcalde dijo que no habría necesidad de acudir a esa nueva restricción solo si los gremios y las empresas del sector automotor ponen de su parte para adelantar campañas pedagógicas que apunten a que la gente racionalice el uso del carro particular”(122).

Es importante resaltar que frente a los problemas de movilidad y tráfico, la industria automotriz

desarrolla acciones de menor impacto en salud pública como las campañas educativas. Por el contrario, la industria se opone a intervenciones de mayor impacto en salud pública puesto que cambian el entorno político e influyen mayormente en el comportamiento de las personas, como, por ejemplo, el pico y placa y el aumento del impuesto vehicular, las cuales buscan disminuir el uso y la tenencia del vehículo motorizado particular. Así lo indicó el presidente de un gremio de la industria automotriz:

“En un compromiso entre los gremios, sobre todo los del sector automotor, para iniciar campañas publicitarias que fomenten las buenas prácticas del uso del vehículo, como transitar con más de una persona por carro, respetar las señales, tener más en cuenta al peatón, etcétera, porque pensamos que buena parte del problema de la movilidad radica en la mala utilización de las vías”(87).

Por lo anterior se puede concluir que, generalmente, las iniciativas voluntarias implementadas por la industria se oponen al desarrollo de políticas más efectivas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado particular. En consecuencia, se aumenta el número de carros y motos que invaden vías y andenes, perjudicando o desestimulando la movilidad de los peatones y ciclistas.

7.1.6 Fragmentación y desestabilización de la oposición

Esta estrategia hace referencia a las prácticas corporativas que usa la industria automotriz con el propósito de fragmentar y desestabilizar a los defensores de la salud pública que critican la industria, sus productos y que desarrollan políticas que los afectan negativamente. Durante la revisión se encontró que la principal práctica empleada fue criticar a los defensores de la salud pública.

7.1.6.1 Criticar a los defensores de la salud pública:

Hubo evidencia que la industria automotriz criticó a los defensores y tomadores de decisión en salud pública, principalmente a aquellos que se oponen a políticas que buscan desestimular la adquisición y uso del vehículo motorizado particular. Las críticas se hicieron públicamente a través de periódicos y revistas de la industria automotriz con gran audiencia en el país, algunos de los titulares de esta revista son “Impuestos de carros: obsoletos e injustos”, “El abuso de la autoridad”, “La paciencia ciudadana también tiene sus límites”, “El TLC y los carros”, “Los ridículos límites de velocidad”, entre otros.

La industria automotriz se enfocó en criticar las capacidades de los defensores de la salud pública y tomadores de decisión para abordar temas relacionados con la salud pública, argumentando que las políticas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado particular surgen de la incapacidad para resolver y gestionar los problemas de movilidad; son tomadas a la ligera sin tener en cuenta las repercusiones; no tienen en cuenta al usuario; y violan el derecho de las personas a elegir el modo de transporte. Así lo relata el gerente de un club de automovilistas y el presidente de una revista de vehículos automotores, respectivamente:

“No estoy de acuerdo con desincentivar su uso. Es como si el ministerio dijera que prefiere quitarle a la gente el derecho de escoger el medio de transporte, por no haber sido capaz de manejar el problema”(123).

“Es mejor aún si contrastamos este anuncio con el pensamiento absurdo que dejó conocer el alcalde Peñalosa hace unos meses respecto a que las nuevas construcciones residenciales de la capital no debían tener garajes, para desestimular el uso del carro particular”(98).

A través de esta práctica la industria logra que sus críticas lleguen a los usuarios del vehículo

motorizado y así obtener el apoyo de los mismos. Inclusive, algunas de estas revistas permiten que los usuarios del vehículo motorizado envíen cartas de opinión y crítica, que son publicadas en ediciones posteriores. Así lo muestra una noticia publicada en un periódico de circulación nacional:

“Los usuarios también encuentran en sus páginas opiniones autorizadas sobre temas de movilidad en nuestras ciudades y carreteras, y esas inquietudes no solo se responden muchas veces de forma personal, sino que el director dedica sus editoriales casi por entero a llamar la atención de las autoridades de tránsito y del Ministro de Transporte de turno para prestarles ese servicio a los dolientes del carro”(124).

Por ejemplo, estas son las opiniones de dos usuarios del vehículo motorizado con respecto al pico y placa durante todo el día:

“El Alcalde no puede alegar ahora que los problemas de movilidad lo desbordaron, pues hace un año eran previsibles el ingreso de más autos, las obras de TransMilenio y de valorización. Si no lo anticipó, su ignorancia sobre la ciudad es abismal, alega Edgar Malagón, lector de Vehículos”(125).

“Bogotá es un paso importante para quienes viajamos desde los Llanos Orientales hacia el norte de Colombia. Suponemos que el Alcalde asumirá las pérdidas económicas para la región y para los millones de compatriotas que sirven de puente económico entre la zona más rica del país y los demás departamentos”, dice Josefina Duarte, en respuesta al último editorial de José Clopatofsky”(125).

Criticar públicamente a los defensores de la salud pública es una práctica corporativa que facilita la creación de múltiples voces en oposición a medidas de salud pública, la cual es otra práctica corporativa que hace parte de la estrategia fragmentación y desestabilización de la oposición.

Criticar a los defensores de la salud pública y crear múltiples voces en oposición a medidas de salud, muy posiblemente ha influido en que no se desarrollen medidas como por ejemplo el pico y placa todo el día, la cual estimula que las personas utilicen durante ese día medios no motorizados para transportarse dentro de la ciudad. Además, como ya se mencionó anteriormente, cuando las personas caminan la ciudad y la encuentran amigable es posible que continúen recorriéndola. De hecho, el pico y placa todo el día pretende disminuir el número de carros circulando, por lo que es probable que tanto ciclistas y peatones se sientan más seguros y se motiven a realizar actividad física utilitaria.

Se puede concluir que la industria automotriz utiliza diferentes prácticas corporativas a través de las cuales ha logrado oponerse a políticas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado privado, tales como: aumento de impuestos, peajes urbanos y pico y placa para los sábados. Lo que contribuye al aumento del uso del vehículo motorizado particular. Adicionalmente, la industria automotriz se ha opuesto y ha interferido en el desarrollo de políticas que buscan mejorar la calidad del aire; por lo tanto, favorece la creación de entornos en donde es difícil que las personas tomen la decisión del transporte activo.

7.2 LOS TOMADORES DE DECISIÓN Y LA ACTIVIDAD POLÍTICA CORPORATIVA

De las 11 personas entrevistadas, tres son tomadores de decisión en salud pública, dos en ambiente, dos en transporte, dos en planeación territorial y dos representantes de la industria automotriz; 6 son hombres y 5 son mujeres; 6 tienen título de especialización y 4 Maestría (Tabla 8).

Tabla 8. Características de los tomadores de decisión

Características del tomador decisión			
Codigo	Sexo	Tomador decisión	Nivel academico
1	Mujer	Salud Pública	Especializacion
2	Hombre	Industria automotriz	Maestria
3	Mujer	Salud Pública	Especialización
4	Hombre	Planeación	Maestría
5	Mujer	Salud Pública	Especialización
6	Hombre	Medio ambiente	Maestría
7	Hombre	Industria automotriz	Profesional
8	Hombre	Transporte	Especialización
9	Mujer	Medio ambiente	Maestria
10	Hombre	Transpore	Especialización
11	Mujer	Planeación	Especilización

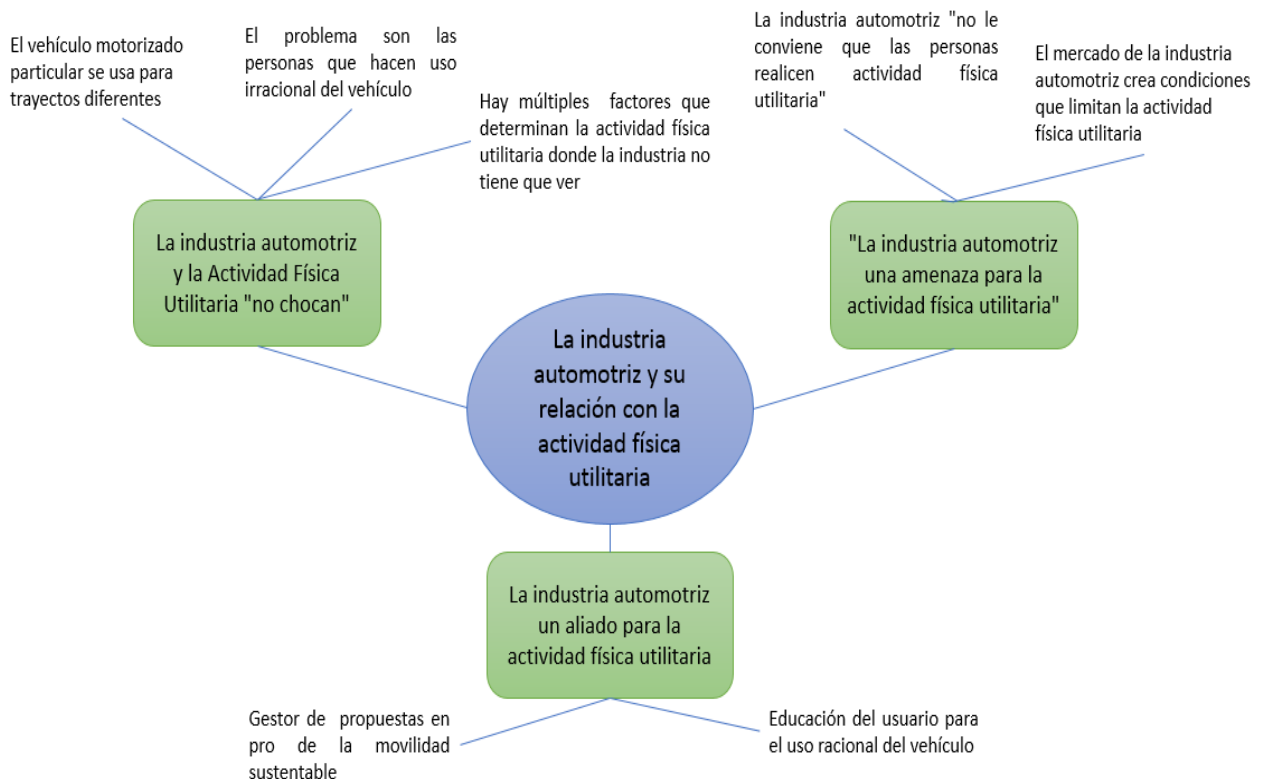
Fuente: Construcción propia

A continuación, se presentan los resultados del análisis de las entrevistas. Se discutieron tres temas globales: la industria automotriz y su relación con la actividad física utilitaria (AFU); las implicaciones de las prácticas corporativas en la salud pública y; los conflictos entre tomadores de decisión para regular las prácticas corporativas, Con cada tema global se elaboró una red que incluye temas organizacionales y básicos, los cuales permiten mirar cada uno de los asuntos identificados.

7.2.1 Red temática 1: La industria automotriz y su relación con la actividad física utilitaria

La red sobre la industria automotriz y su relación con la actividad física utilitaria está conformada por tres temas organizadores y ocho temas básicos (figura 4). Esta red representa cómo los tomadores de decisión identifican el papel de la industria automotriz con la actividad física utilitaria. Los tomadores de decisión identifican a la industria automotriz entre dos tensiones fundamentales: 1. Considerar la industria automotriz como una amenaza y 2. Considerar la industria como un aliado y, en medio de ellas, se considera que la industria no determina ni influye en la AFU.

Figura 4. Red temática La industria automotriz y su relación con la actividad física utilitaria



7.2.1.1 La industria automotriz un aliado para la actividad física utilitaria:

Este tema organizador muestra como los actores de la industria automotriz y los tomadores de decisión consideran la industria como un aliado importante para que las personas realicen actividad física utilitaria.

Los participantes consideran que la industria automotriz ha realizado aportes a promoción de la AFU, a través de propuestas para la movilidad sustentable y la educación a los usuarios para que hagan un adecuado uso del vehículo motorizado de acuerdo a sus necesidades de desplazamiento, destacándose la gestión realizada por la industria automotriz para que en la reforma de 2017 obtuviera el beneficio del IVA del 5% para las bicicletas eléctricas. Tal como lo menciona en la entrevista un representante de la industria automotriz, mientras relata el rol de la industria respecto a la AFU:

“(...) Lo que hicimos en la reforma tributaria: buscamos que tuviera un alcance no sólo para la industria automotriz; el hecho de haberle otorgado, por ejemplo, el IVA del 5% a las bicicletas eléctricas (...) eso nosotros los promovimos. Nosotros no estamos en contra de eso. Todo lo contrario, nosotros lo apoyamos (...)”

Asimismo, los tomadores de decisión del sector ambiente mencionan que entre los aliados para la AFU se encuentra la industria automotriz:

“(...) En temas de transporte no motorizado (tenemos) muchas alianzas. De hecho, hasta con la industria automotriz se ha llegado a hablar del tema del transporte no motorizado y han dado insumos técnicos sobre el tema, por ejemplo, de las bicicletas con motor”.

Los participantes consideran que una de las razones por la cual las personas no realizan AFU se

debe a la mala calidad del aire, dado que las personas al percibir el aire contaminado no realizan AFU. Así los participantes consideran que la industria puede aportar a mejorar la calidad del aire y, como consecuencia, la AFU. Así lo refiere un tomador de decisión del sector ambiental:

“(…) El sector automotor tiene muchos beneficios que darle al país en temas de calidad del aire (…)

“(…) Hemos trabajado en conjunto discriminando la antigüedad de todos los tipos de vehículos, en esa dinámica ellos (la industria automotriz) están muy comprometidos en apoyarnos porque es una realidad: la renovación del parque automotor que estimula la industria automotriz, pues va asociada a un mejoramiento de la calidad del aire y por ahí estamos trabajándole”. El resaltado es propio de la investigadora y busca destacar el hecho que los tomadores de decisión en medio ambiente consideran que algunas acciones de la industria automotriz tienen el propósito de mejorar la calidad del aire.

De hecho, la industria automotriz resalta los esfuerzos que está realizando para mejorar la calidad del aire, por medio de estrategias que buscan disminuir la circulación de vehículos viejos en las calles. Dentro de estas estrategias la industria automotriz destaca el pico y placa ambiental y la inclusión de una reforma tributaria que estimule la renovación del parque automotor, a través del aumento de impuestos para vehículos viejos que ruedan por las calles. Así lo refirió un actor entrevistado de la industria automotriz:

“(…) De hecho, ahorita estamos promoviendo el pico y placa ambiental. Estamos promoviendo cambiar la estructura tributaria para que el vehículo que genera la externalidad negativa sea el que pague más y con eso, entonces, aburrimos a la gente para que deje de tener chatarra.”

No obstante, es importante destacar que la iniciativa de la industria automotriz para mejorar la calidad del aire a través de la renovación del parque automotor, trae consigo unos intereses económicos para la industria. Dado que, si las personas cambian los vehículos viejos por nuevos, esto representaría ganancias financieras para la industria automotriz. Inclusive, la industria

automotriz lo reconoce. Así lo relata un actor de la industria automotriz:

“Le estamos llevando un beneficio a la ciudadanía y lo hago porque también tiene un beneficio para mis asociados. Para mí el problema es muy fácil de resolver, es que el parque rote. El parque tiene que rotar. El parque no está rotando. A medida que rote las ventas van a rotar más y va a haber una salud financiera”. El resaltado es propio de la investigadora y busca destacar esta parte de la narración del entrevistado.

Finalmente, los participantes consideran que la limitación para la AFU no está relacionada con la tenencia de carro automotor, sino con el uso inadecuado del mismo. Por tanto, la industria destaca su compromiso de educar a las personas para el buen uso del vehículo motorizado particular. Así lo dice un representante de la industria automotriz cuando se refiere a la relación entre la industria automotriz y AFU:

“ (...) es educativo, es decirte bueno, usted tiene estas opciones para movilizarse de un sitio A a un sitio B, entonces concientizar a la persona para que escoja (formas de movilizarse) cuál es la más conveniente”

“(...) Estamos comprometidos con el tema de la educación, queremos educar al usuario para que el uso del vehículo sea más razonable”

7.2.1.2 La Industria automotriz y la actividad física utilitaria no chocan:

En este tema organizador se evidencia que los representantes de la industria automotriz y los tomadores de decisión en salud pública, transporte, planeación y ambiente consideran que la industria automotriz no choca con la actividad física utilitaria y no determina que las personas realicen o no actividad física utilitaria. Explicando que son las personas quienes deciden qué medio de transporte usar y, además, consideran que son múltiples los factores que determinan que las personas realicen AFU, donde la industria automotriz no influye.

De acuerdo con los entrevistados la industria automotriz no choca con la AFU, debido a que el vehículo motorizado se usa para trayectos diferentes. Es decir, el vehículo motorizado particular debe ser usado para trayectos largos y el transporte activo debe ser usado para trayectos cortos.

Tal como lo señala un representante de la industria automotriz:

“Entonces, yo no veo ningún choque entre el uno (industria automotriz) y el otro (actividad física utilitaria). Vuelvo y te digo, si yo me quiero ir a Villa de Leyva el fin de semana, pues no me voy a ir a pie, Cierto? Pero si me voy a ir con mi familia, pues rico irse en el carro”

Adicionalmente, los tomadores de decisión en medio ambiente, transporte y planeación coinciden con los actores de la industria automotriz en que el problema no radica en que la gente adquiera su vehículo, sino en el uso irracional que le da al vehículo al utilizarlo para realizar viajes cortos.

Como, por ejemplo, ir desde la casa a la tienda del barrio. Así lo relata un tomador de decisión en medio ambiente:

“El problema no es la cantidad de vehículos sino el uso que se le da. Tenemos un caso, como el ejemplo de Japón, que puedes tener 4 carros por familia, pero tú no los utilizas, solo los utilizas para los paseos cuando sales de la ciudad, para temas de hacer el mercado (...) Entonces nosotros pensamos que el tema no es la cantidad de vehículos, es la concepción del ciudadano sobre qué medio de transporte debo utilizar para qué”. El resaltado es propio de la investigadora y busca destacar esta parte del relato del entrevistado

Del argumento anterior radica que tanto los representantes de la industria automotriz como los tomadores de decisión en salud pública, transporte, medio ambiente y planificación consideren que realizar actividad física utilitaria depende de la decisión de las personas y del buen uso del vehículo motorizado particular. Señalando, además, que la industria no influye en que las personas realicen actividad física utilitaria, puesto que el interés de la industria automotriz es vender y no que la gente use más los vehículos. Esto ha llevado a que la industria automotriz

proponga estrategias de educación dirigidas a concientizar a las personas para que hagan un uso adecuado del vehículo motorizado particular.

Finalmente, los entrevistados consideran que la AFU depende de otros factores en los que la industria automotriz no influye o no tiene nada que ver, como, por ejemplo, la mala calidad del aire, ya que las personas no realizan AFU cuando perciben el aire muy contaminado. Tal como lo menciona en el siguiente fragmento un tomador de decisión del sector ambiental:

“La contaminación del aire también desfavorece el tema del transporte activo. La gente a veces ve el aire tan contaminado que dice no, prefiero cuidar mi salud y me voy en mi carro a estar en bicicleta expuesta a los niveles altos de contaminación (...) y, en ese sentido, no creo que sea culpa de la industria automotriz.”

Así lo planteó un entrevistado de la industria automotriz:

“Para mí es un problema ambiental. Para mí la barrera está en lo ambiental, para mí la barrera... ¿Por qué no hay más actividad física? Yo te digo una cosa, para salir a tragar material particulado: No”

Con las narraciones anteriores no solo se evidencia que los actores de la industria automotriz y los tomadores de decisión del sector del medio ambiente le quitan la responsabilidad o la participación del sector de la industria automotriz en la contaminación del aire. Si no que además, en el caso particular de los actores de la industria automotriz consideran que realizar actividad física utilitaria en ambientes muy contaminados expone a las personas a material particulado causando enfermedades respiratorias.

Inclusive, los actores de la industria automotriz consideran mayor el riesgo pulmonar al que se exponen las personas mientras realizan actividad física utilitaria en ambientes con aire

contaminado, que los beneficios cardiovasculares derivados de la misma. De hecho, resaltan que transportarse en vehículo motorizado privado tipo automóvil con las ventanas arriba evita que las personas entren en contacto con el aire contaminado. Así lo da a conocer un actor de la industria automotriz en uno de sus relatos.

“entonces la reflexión que yo hago es ¿qué es más saludable?, venirme yo caminando a la oficina tragándome yo no sé cuánto volumen de material particuladoo venirme en mi carro con los vidrios cerrados, climatizado donde no esté expuesto a ese material particulado, entonces qué fue más saludable para mí, haberme echado la caminadita tragándome esos volúmenes de material particulado con un riesgo de cáncer de pulmón o simplemente aumentándome unos kilitos más pero protegiendo mis pulmones”

Otro factor que influye en que las personas no hagan actividad física, son los diseños urbanos de baja densidad, en donde las personas viven lejos de su trabajo y escuela, sin infraestructura para el transporte activo. Así lo menciona el tomador de decisión en planeación cuando hace referencia a la industria automotriz y al transporte activo:

“Yo creo que el tema no está en la industria automotriz. Es el esquema de ordenamiento en el territorio para que las zonas de vivienda y las zonas de trabajo queden relativamente cerca para poder facilitar ese tipo de viajes porque si uno vive en Usme y trabaja en Usaqué, pues por más que uno quiera (hacer actividad física utilitaria) y en eso no tiene nada que ver la industria automotriz”

De hecho, las participantes consideran que la decisión de hacer actividad física utilitaria depende de la convergencia de múltiples factores como la infraestructura, la seguridad vial, la calidad del aire, el diseño compacto y uso del suelo mixto de las ciudades, independientemente de las acciones que pueda realizar la industria automotriz. Es decir, la industria automotriz no determina la AFU. Como lo describe en el siguiente relato una participante cuando se refiere a la AFU:

“Si tu viaje es menor a 5 kilómetros, seguramente la persona será más propensa a optar por un medio de transporte activo. Si durante ese viaje tiene las condiciones de infraestructura óptimas y de seguridad. Si tú te sientes segura por la ciclorruta o por el bicicarril, si crees que tienes la infraestructura adecuada y, además, te sientes en un ambiente sano y demás, pues seguramente vas a tomar la decisión de moverte hacia allá (actividad física utilitaria) pero si no, no. Así tengas un montón de acciones de la industria automotriz o cero representatividad de la industria automotriz, pues vas a preferir sacar el carro”

7.2.1.3. La industria automotriz es una amenaza para la AFU:

Este tema organizador muestra que los tomadores de decisión piensan que la industria automotriz contribuye a que las personas no realicen AFU o aquella derivada del transporte activo. Los participantes reconocen que el único interés de la industria automotriz es vender y bajo esta premisa todo lo que sea una amenaza para su negocio debe cambiarse. Por tanto, la industria automotriz no le conviene que las personas realicen AFU y, adicional a esto, el mercado de vehículos crea condiciones que desfavorece la AFU.

Es importante resaltar que la industria automotriz no fue identificada como una amenaza para la actividad física utilitaria ni para la salud pública por los representantes de la industria automotriz. Los tomadores de decisión del área de transporte y la salud pública consideran que a la industria automotriz no le conviene que las personas realicen actividad física, porque a medida que las personas hacen transporte activo no van a por comprar y usar un vehículo motorizado. Como se muestra en el siguiente relato:

“La industria vela por su producto que es vender vehículos automotores. En la medida en que la persona opte por una movilidad activa, pues no le va a generar a ellos que el vehículo se venda, se use”

Esto se presenta cuando las personas identifican los beneficios de realizar AFU. Por lo tanto, las personas van a tener una motivación por continuar practicándola y el interés por desplazarse en vehículo motorizado va a disminuir. La postura anterior explica una razón por la cual la industria se opone a que las personas realicen AFU. Sin embargo, el hecho que los participantes piensen que la industria automotriz crea ambientes que limitan la AFU es una razón de fondo para considerar que la industria se convierte en una amenaza para la AFU.

Inicialmente, los tomadores de decisión del sector ambiental mencionan que la industria automotriz se opone a toda normatividad que limite la tenencia de vehículos y el uso de los mismos. Así lo dice un tomador de decisión en medio ambiente mientras relata las prácticas corporativas que ha identificado de la industria automotriz:

(...) Entre ellos (representantes de la industria automotriz) hay muchas personas y una gran diversidad del tema, pero sí hay grupos específicos, no todos, que tienen tendencia un poco a cualquier cosa que vaya en contra del uso del vehículo para ellos es nefasto “.

Como consecuencia se tiene un mercado no regulado que ha llevado a un aumento de vehículos rodando por las calles, generando condiciones que desmotivan a las personas para realizar AFU. La primera condición identificada por los tomadores de decisión es la invasión del espacio por parte del vehículo privado desplazando a quienes realizan AFU; y la segunda es la inseguridad vial que deriva que las personas no realicen AFU por miedo a ser atropellado. Tal como lo menciona un tomador de decisión en salud pública mientras expresa cómo identifica la relación entre la industria automotriz y la AFU:

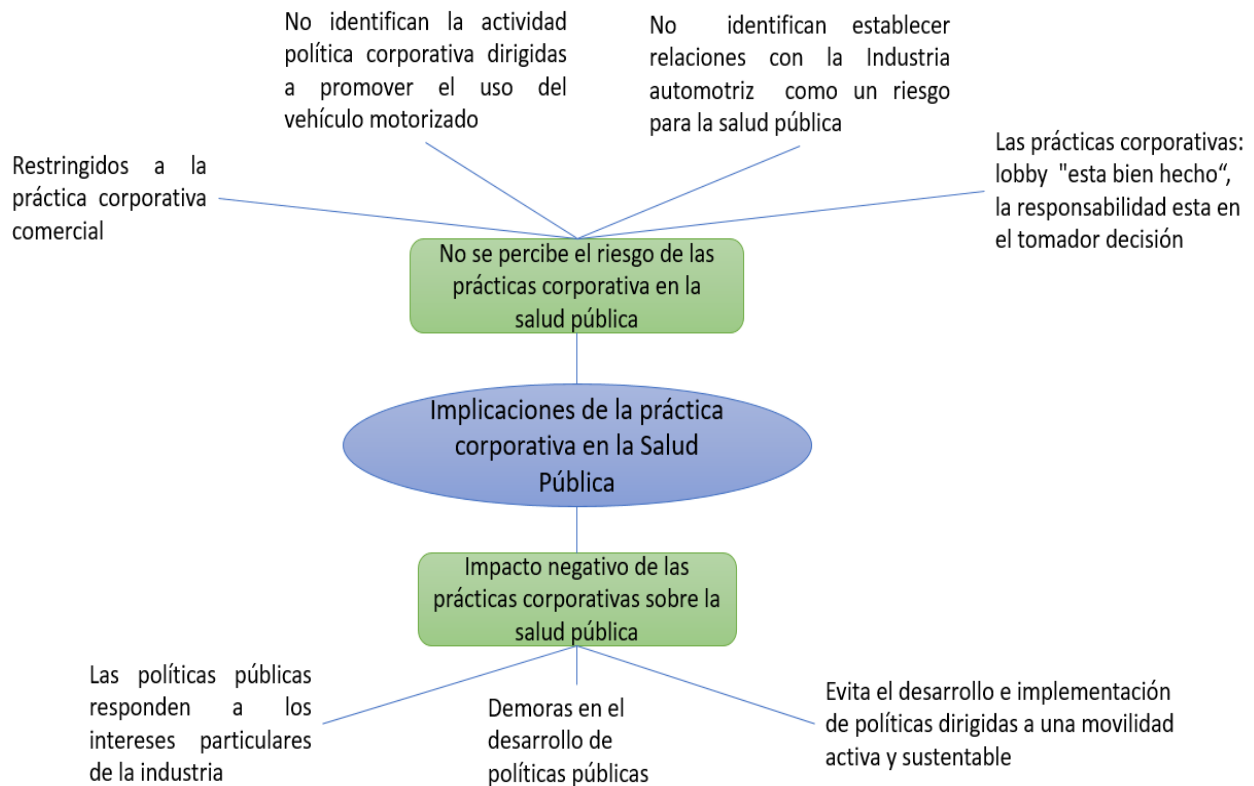
“Yo veo (...) es una relación de amenaza (...) si yo digamos con tanto carro, tanta moto que hay en la calle y todo eso y como no hay tampoco espacios para que las personas que hacen el transporte activo se puedan desplazar, pues en un momento dado y de todas maneras lo limita porque la gente se desestimula por los riesgos que corren cuando se movilizan por las diferentes calles”

Finalmente, se puede concluir que no existe consenso sobre las implicaciones que tiene la industria automotriz en la actividad física utilitaria. Sin embargo, es de resaltar que la mayoría de los tomadores de decisión del área ambiental, planeación y actores de la industria automotriz consideran que la industria automotriz y la actividad física no chocan y que, además, la actividad física está determinada por múltiples factores en los que la industria no influye. No obstante, los tomadores de decisión no identifican que la industria automotriz con algunas acciones, como por ejemplo impedir que aumenten los criterios para biocombustibles menos contaminantes también influye en la creación de contextos contaminantes.

7.2.2 Red temática 2: Implicaciones de la práctica corporativa en la salud pública

El segundo tema global denominado implicaciones de la práctica corporativa en la salud pública, está conformado por dos temas organizadores y siete temas básicos (figura 5). Esta red temática hace referencia a las implicaciones negativas que tienen las prácticas corporativas, identificadas por los tomadores de decisión. También hace referencia al desconocimiento sobre la actividad política corporativa y las implicaciones que tienen éstas sobre la salud pública.

Figura 5. Red temática: Implicaciones de la práctica corporativa en la salud pública



7.2.2.1 No se percibe el riesgo de las prácticas corporativas en la salud pública:

Las prácticas corporativas implementadas por las industrias crean entornos y contextos favorables para sus productos, los cuales son nocivos para la salud. Por ello, han sido identificadas como un determinante social de la salud.

No obstante, se encontró que los tomadores de decisión no identifican el riesgo que tienen las prácticas corporativas sobre la política pública y, por ende, en los resultados de salud. Esto se

debe a que reconocen la actividad política comercial pero no la actividad política corporativa de la industria automotriz; solo establecen las prácticas corporativas que promueven tener vehículo y no las que promueven el uso; no identifican que establecer relaciones con la industria automotriz genera un riesgo para la salud pública; y finalmente, consideran que las prácticas corporativas, específicamente el lobby, están bien hechas y no generan impactos en la salud pública.

Cuando se les preguntó a los tomadores de decisión si conocían las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para facilitar y promover el uso y la tenencia del vehículo motorizado, todos reconocieron las prácticas corporativas como aquellas actividades de comercialización vehicular, tales como promoción, financiación, créditos, marcas y publicidad que invita a las personas a compra vehículos. Es decir, solamente identificaron la práctica corporativa comercial de la industria automotriz, ello se refleja en los siguientes relatos de dos tomadores de decisión entrevistados en esta investigación:

“Pues por mi parte, más allá de las estrategias comerciales que ellos (industria automotriz) puedan llegar a utilizar, dar facilidades de pago y cosas así, por mi parte no conozco nada más que lo que ellos mismos mencionan en los medios de publicidad”

“Pues en el mercado comercial hay 1000 prácticas sobre el uso e incentivo de vehículos, estamos inundados de propagandas, de promociones, de descuentos con el tema de vehículos. En los últimos años, se han crecido en el marco del portafolio de marcas que están en Colombia que distribuyen vehículos, lo cual hace un mercado muy competitivo y cuando hay un mercado competitivo, pues cada vez son mayores las estrategias. Con el tema político (actividad política corporativa) no sé. No tengo referencia de algo directo”

Posteriormente, durante la entrevista a los participantes se les da a conocer la definición de actividad política corporativa y las estrategias que se han encontrado en la literatura y frente a la

nueva información suministrada solamente los entrevistados identificaron tres (3) prácticas corporativas: *El lobby*, el cual fue señalado por todos los participantes; *la financiación de campañas electorales*, identificado por los tomadores de decisión del campo de la salud pública y el representante de la industria automotriz; *e influir en el desarrollo de tratado de libre comercio*, identificado por un tomador de decisión en medio ambiente y el representante de la industria automotriz. El resto de prácticas corporativas no fueron identificadas por los participantes.

Adicionalmente, las prácticas que se presentaron a los tomadores de decisión fueron consideradas como normales dentro del mercado, legítimas y sin implicaciones en salud pública. Así lo expresó un tomador de decisión en planeación, una vez se le dio a conocer sobre la actividad política corporativa:

“Hablas de información y mensajería que es destacar la importancia de la industria automotriz, pues, finalmente es su trabajo. Si yo tengo una empresa, pues tengo que publicitar lo que yo hago para poder venderlo. Entonces, digamos que dentro de esas cosas que están dentro de la legalidad, por ejemplo, me parece que es lo más normal como es un tema de mercado, entonces no sabría decirte de qué forma pueden influir en temas de salud pública”

Aunque los tomadores de decisión solamente reconocieron tres prácticas corporativas, durante el discurso se pudo identificar otra práctica que consiste en *establecer relaciones con los tomadores de decisión*, con esta práctica corporativa la industria automotriz busca ganarse el favor de los encargados de formular las políticas públicas y filtrar sus ideas en los tomadores de decisión en salud pública, planeación, transporte y ambiente; de tal manera, que las decisiones que se tomen en términos de política los beneficien y no los afecte (70). De hecho, seis (6) de nueve (9) tomadores de decisión, entre ellos planeación, ambiente y transporte, se relacionan o se han relacionado con la industria automotriz, a través de mesas de trabajo, donde los tomadores de

decisión reciben apoyo técnico, diseminan las normas y se revisan las políticas públicas con los representantes de la industria automotriz. Así lo muestra un tomador de decisión del sector ambiental en el siguiente relato:

“Tenemos mesas de trabajo, se podría decir casi que permanentes con la ANDI, con FENALCO, con ANDEMOS. En todo el proceso misional que tenemos de promoción de políticas y normativas existen partes importantes que es el tema de trabajo con actores de interés”

El objetivo es conciliar las políticas con la industria para que no haya oposición de los gremios y de esa manera no instaurar políticas que vayan en contra del libre mercado y se logre un cumplimiento satisfactorio de la política. Así lo describe un tomador de decisión en transporte:

“Pero sí el ministerio, digamos que tiene una política de que esas normas que sacan se socializan mucho con los gremios (industria automotriz) a efectos de lograr los resultados esperados y no tener mayor reacción y que la industria (automotriz), tampoco después reaccione desfavorablemente en el sentido de que se generen limitaciones a la competencia”

En el apartado anterior se evidencia el poder que tiene la industria automotriz en la toma de decisiones en política pública, no sólo porque participen en el diseño y revisión de las políticas públicas, sino porque los tomadores de decisión resaltan que de no contar con la participación y aprobación de la industria automotriz puede haber oposición o reacciones contraproducentes en la industria. Además, según los entrevistados se corre el riesgo que no se logren los objetivos para los cuales fueron creadas las políticas.

En la literatura se ha encontrado que las consecuencias negativas de los vehículos motorizados se deben principalmente al uso del vehículo y no por el simple hecho de tenerlo. De modo que este

ha sido uno de los argumentos tanto de tomadores de decisión como de actores de la industria automotriz para señalar que el problema no es que la gente compre carro, sino que lo use de forma irracional, como ya se señaló anteriormente

Por lo tanto, el argumento anterior ha servido para exculpar a la industria automotriz de dos maneras. La primera consiste en culpar a las personas por el uso irracional del vehículo. De hecho, las acciones están dirigidas a concientizarlas. La segunda consiste en que los tomadores de decisión consideran que las prácticas corporativas de la industria automotriz están dirigidas a que la gente tenga un vehículo motorizado y no a que lo use; por lo tanto, no hay problema con las prácticas corporativas. Lo anterior, se refleja en el siguiente relato de un tomador de decisión del sector ambiental:

“Creo que su fin (industria automotriz) no es que la gente use más recorridos en carros, sino que la gente tenga más carros”

Finalmente, el lobby definido como la presión directa o indirecta para influenciar en la legislación y la regulación de tal manera que sea favorable para un tercero, en este caso la industria automotriz (126), no fue identificado por los tomadores de decisión como un riesgo para la salud pública, pues consideran que el lobby es un derecho que tiene la industria automotriz de proteger su opinión e intereses y que hace parte de los procesos participativos cuando se dan procesos políticos y normativos. Así lo dice un tomador de decisión del área del transporte:

“Yo creo que eso (lobby) no es ninguna barrera, es algo natural que se da el proceso participativo en los proyectos políticos y normativos. Entonces claramente, la ANDI, FENALCO, todos los que tu mencionaste hacen parte del lobby político a la hora de sacar una norma, cada uno va por sus intereses en este proceso”

Según los tomadores de decisión el problema no es el lobby, pues “el lobby está bien hecho”. El problema es de los tomadores de decisión que no deben dejarse influenciar, que deben asumir la información brindada por la industria como un elemento técnico, el cual no debe ser la base para la toma de decisiones, ya que consideran que el tomador de decisión debe actuar de acuerdo a las prioridades del país y no en torno a los intereses particulares de la industria. Lo anterior, lo describe un tomador de decisión del sector ambiental en el siguiente segmento de la entrevista:

“El riesgo es si el tomador de decisión no tiene en cuenta las prioridades del país, el problema no es que la gente (industria automotriz) defienda sus intereses, sino que los tomadores de decisión no tengan el criterio suficiente para mirar cuáles son los intereses que priman en temas de salud pública nacional”

Con el argumento anterior, se identifica que los tomadores de decisión se están haciendo responsables del lobby, exculpando a la industria automotriz sin reconocer que sus intereses pueden permeabilizar y primar en la toma de decisiones. Lo cual refleja que los tomadores de decisión no identifican el poder que tiene la industria automotriz para influenciar sobre la política pública de Colombia, teniendo en cuenta que la industria automotriz participa en los procesos de toma de decisiones.

Según el Movimiento de Transparencia Internacional de España el lobby debe estar regulado y para su buen desarrollo debe cumplir con tres características: transparencia, integridad e igualdad de acceso para garantizar que las decisiones políticas deben estar basadas en las necesidades de la población y no en las necesidades particulares de la industria (126). Sin embargo, en Colombia no hay una regulación formal del mismo, pese a los esfuerzos que se ha realizado por legalizarlo desde el año 2001 (127). De hecho, actualmente en Colombia la ley que busca regular el lobby está en el Congreso y se encuentra en el tercero de cuatro debates.

7.2.2.2 Impacto negativo de las prácticas corporativas sobre la salud pública:

Los tomadores de decisión piensan que la actividad política corporativa de la industria automotriz tiene efectos negativos para la salud pública por tres (3) razones: 1. Buscan los intereses particulares de la industria automotriz; 2. Dilata la implementación de políticas públicas en beneficio de la población, particularmente con respecto a la actividad física utilitaria, ya que limita el desarrollo de políticas dirigidas a facilitar el transporte activo, y; 3. Porque a través de las prácticas corporativas ha evitado que se mejore la calidad del aire, disminuya la congestión y la inseguridad vial en las ciudades.

La actividad política corporativa busca mantener el negocio y las utilidades de la industria, por tal motivo su interés es solamente económico. De hecho, los tomadores de decisión coinciden en que las prácticas corporativas buscan proteger los intereses económicos de la industria, sin importar los efectos negativos que sus productos tengan sobre la salud y el ambiente. Así lo dice un tomador de decisión del sector del transporte:

“Yo creo que hay unos aspectos económicos, unos intereses económicos de las industrias multinacionales, básicamente es un interés netamente económico, pues yo produzco carros para ganar, esa es mi percepción, para ganar y ya, que lo que pase de ahí para allá no es mi problema”

Lo mismo opina un representante de la industria del automóvil con relación a la industria de las motos, puesto que los primeros consideran que la industria de las motos sólo se inclina en los intereses particulares de ganar sin importar los impactos en salud. Como se refleja en el siguiente relato de un representante de la industria automotriz del sector del automóvil:

“Mejor dicho, buscan los intereses particulares de los productores de motos, por ejemplo, y no les importa de ahí para abajo lo que pase”

Los tomadores de decisión señalan que la financiación de las campañas corporativas por parte de la industria automotriz afecta la salud pública, debido a que cuando se desarrollan políticas en beneficio de la población afecta a la industria. Los tomadores de decisión no apoyan políticas que vayan en contra de los intereses de quienes los financien. Así como lo demuestra el siguiente fragmento un tomador de decisión del campo de salud pública que fue entrevistado:

“Ellos (industria automotriz) financian los dirigentes. Los dirigentes son los que hacen las políticas, son los que sacan las leyes y los decretos y todas las normas. Entonces algo que los afecte, cómo van a presentar algo que les afecte al que los financió (industria automotriz)”

Además, los tomadores de decisión consideran que la actividad política corporativa busca dilatar los procesos de formulación, aprobación e implementación de políticas públicas que afecten su negocio, de tal manera que las políticas se implementan cuando ya se ha perdido beneficios para la salud de la población.

Finalmente, de acuerdo a la literatura, uno de los limitantes para que las personas realicen actividad física utilitaria es la mala calidad del aire y la congestión en las ciudades e inseguridad vial, como se mencionó anteriormente. Por lo tanto, la actividad política corporativa que afecte la calidad del aire, aumente la congestión en las ciudades y que favorezca la tenencia y el uso del vehículo motorizado particular, ha sido identificada como práctica que restringe el transporte activo.

Los tomadores de decisión, con relación a la calidad del aire, señalan que la industria automotriz

colombiana no puede cumplir con estándares altos de calidad y por eso ha ejercido presión a través del lobby para que los tomadores de decisión legislen a su favor y no exijan altos estándares de calidad. Por lo tanto, las industrias que importan vehículos, pudiendo traer vehículos con mejores estándares de calidad y menos contaminantes, no lo hacen debido a que en el país no se exige. De hecho, los tomadores de decisión del área ambiental y del transporte manifestaron que el país se está llenando de vehículos contaminantes, resaltando que en otros países no se reciben vehículos importados porque les exigen estándares de calidad mucho más altos. Así se describe en el siguiente segmento de la entrevista a un tomador de decisión en transporte:

“El mismo carro que venden a nivel externo en Colombia y Chile, pero Chile tiene unas mejoras pero porque nosotros no lo estamos exigiendo, entonces ellos (importadores de la industria automotriz) se adaptan a la normatividad de Colombia (...) les sale más barato un carro que no le exija uno muchos puntos de seguridad, que no le exija que tenga que tener una eficiencia mayor a 40 o 50 kilómetros por galón; entonces, ellos (importadores de la industria automotriz) casi que nos están llenando (Colombia) de vehículos que a nivel mundial ya no se venden en Europa”

Una de las razones por las cuales no se exigen altos estándares de calidad se debe a que esto afectaría la industria automotriz colombiana que no tiene como competir con los altos estándares de calidad de los vehículos importados. De hecho, los tomadores de decisión del área de ambiente y transporte explican que la exigencia de altos estándares de calidad ocasionaría que la industria automotriz colombiana tenga que hacer grandes inversiones de dinero para adaptar sus vehículos a los estándares exigidos o simplemente no puedan comercializar sus vehículos en el país lo que afectaría la sostenibilidad financiera de la industria automotriz colombiana y como consecuencia se perderían muchos empleos.

Adicionalmente, los tomadores de decisión del área de ambiente, transporte y salud pública también han identificado que la industria automotriz se opone a toda política que pueda afectar el uso del vehículo motorizado particular; por ejemplo, han identificado que la industria automotriz se opone a peajes urbanos, cobro de parqueaderos, a la restricción del parrillero de moto y al impuesto para motos. Tal como lo menciona un tomador de decisión del sector ambiental:

“Han tenido oposición sobre el tema de peajes urbanos, por el tema de tarifas de parqueaderos, que van en contra del tema de movilidad sostenible que nosotros hemos propuesto”

En el caso particular de la moto, los tomadores de decisión refieren que hubo lobby. No se permitió que se aprobara la ley que pretendía colocar impuestos a las motos con un cilindraje menor a 125 cm³, favoreciendo el aumento en el número de motocicletas, puesto que el no tener que pagar peajes ni impuestos se convierte en un incentivo para que las personas compren y usen este tipo de vehículos debido a que el costo de rodamiento es menor. Así lo refiere un tomador de decisión del área del transporte:

“Si yo compro una moto menor a 125 cc pues yo no pago peajes, entonces es un estímulo para rodar por toda Colombia, sin tener ese impuesto que todos los demás vehículos pagan”

El aumento en el número de motos se traduce en términos de salud en mayor contaminación, eventos de tránsito, congestión y menor actividad física utilitaria.

Como resultado de las prácticas corporativas de la industria automotriz que han intervenido en políticas de calidad del aire y control de la motorización, han contribuido a que Colombia no avance hacia una movilidad sustentable, lo cual también fue identificado por un tomador de decisión en transporte, cuando se refería a las implicaciones en salud de las prácticas corporativas:

“Obviamente estamos muy en contra de que esa filosofía que no está en el papel porque es anti ética (actividad política corporativa) sea la que se está gestando en que Colombia pueda avanzar hacia un futuro con una movilidad más sostenible..... como por ejemplo cuando trastocan la normatividad, hacen lobby para que efectivamente no salgan algunas normatividades, yo recuerdo que se hundió un proyecto interesante para tocar el parque de bicicletas menores a 125 centímetros cúbicos”

A manera de conclusión se puede señalar que las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz promueven contextos que afectan la salud de las personas y limitan las oportunidades para el transporte activo.

7.2.3 Red temática 3: Conflicto entre los tomadores de decisión para intervenir en las prácticas corporativas

El tercer tema global está conformado por dos temas organizadores y ocho temas básicos (figura 6). Esta red temática hace referencia a las dos posturas que tienen los tomadores de decisión con respecto a intervenir o no las prácticas corporativas empleadas por la industria automotriz, dado que mientras un grupo de tomadores de decisión consideran que es necesario intervenirlas porque representan un riesgo para la política y la salud pública, el otro grupo de tomadores de decisión resaltan que la regulación podría producir pérdidas sociales y económicas.

7.2.3.1 Las prácticas corporativas no se deben impedir:

Este tema organizador muestra que los tomadores de decisión consideran que las prácticas corporativas no se deben regular ni impedir ya que se estaría violando el derecho que tienen las personas de decidir y el derecho a la libre empresa, además de las posibles pérdidas socio-

económicas producidas por la regulación. Finalmente, destacan que no se ha identifica que las prácticas corporativas influyan en la decisión de las personas de tener y usar vehículos y de hacer actividad física utilitaria.

Es importante señalar que los tomadores de decisión reconocen muy poco la actividad política corporativa de la industria automotriz. Es por esta razón que la mayoría de las opiniones relacionadas con la no regulación de las prácticas corporativas están dirigidas hacia las prácticas de mercadeo de la industria automotriz.

Figura 6. Red temática: Conflicto entre los tomadores de decisión para intervenir en las prácticas corporativas



Los tomadores de decisión consideran que mientras las prácticas corporativas sean legales, no se deben impedir, o ser objeto de intervención; ello bajo la premisa de no quitar el derecho a las

personas de decidir qué medio de transporte usar, porque de hacerlo se estaría quitando la libertad que tienen las personas para moverse. Así lo dice un representante de la industria automotriz y un tomador de decisión del sector de planeación, respectivamente:

“(…) Y evitar digamos que la gente no compre carros, pues es como decirle a la gente, prohibirle que las opciones de comunicación que tienen son estas; es decir, así como hay una libertad de comunicación tiene que haber una libertad en moverse”

“El otro es parte de la propiedad privada de las personas e insistir en que yo le voy a limitar ese acceso a propiedad privada pues digamos no sería parte de un proceso de libre mercado como el que Colombia tiene”.

De hecho, los representantes de la industria automotriz y los tomadores de decisión de los sectores de ambiente, transporte y planeación consideran que la relación de compra se da entre la persona y la industria automotriz, que ellos (tomadores de decisión en transporte, ambiente y planeación) no deben intervenir puesto que son asuntos “privados” que se dan entre la persona y la industria automotriz. Tal como lo menciona un tomador de decisión del sector ambiental cuando hace referencia a su papel con respecto a las prácticas corporativas:

“Tú no te puedes meter con un mercado (industria automotriz), no te puedes meter con interacciones que sean entre privados, que sean tú como usuaria final de un carro como posible usuaria y la industria que te está ofreciendo un producto que es atractivo y que es pertinente para tus necesidades”

La libertad no solamente hace referencia a las personas, sino que trasciende a la industria automotriz, puesto que los tomadores de decisión de los sectores de ambiente, transporte y planeación consideran que limitar las prácticas corporativas infringe los derechos legales de la empresa, uno de ellos la libertad de promocionar sus productos dentro de un mercado

competitivo. Como se refleja en el siguiente relato de un tomador de decisión del área de la salud pública:

“Digamos, limitar, por ejemplo, el uso del vehículo o limitar la venta de vehículos, la verdad desde la perspectiva del ministerio es muy compleja, porque estaríamos afectando la libre competencia, la libertad de industria”

Con respecto al lobby algunos tomadores de decisión consideran que el lobby no es un problema, que no es necesario regularlo pues los representantes de la industria tienen derecho a defender sus productos. Así lo narra un tomador de decisión del sector ambiental:

“Realmente no creo que sea problema regular el lobby. El lobby está bien hecho. Ellos (industria automotriz) tienen derecho a poner sus argumentos, decir lo que piensan”

Los participantes consideran que el papel del tomador de decisión con respecto a la actividad física utilitaria, no se han enfocado en impedir las ventas de la industria automotriz, ni evitar que las personas usen el vehículo e impedir las prácticas corporativas o en atacar la industria, sino que las intervenciones se han dirigido a promover el uso racional de vehículo motorizado particular y mejorar las condiciones para que las personas realicen actividad física utilitaria, como por ejemplo: mejorar la infraestructura, la seguridad vial, el ordenamiento territorial para hacer las ciudades más compactas y más caminables. Así lo describe un tomador de decisión en salud pública y un tomador de decisión en transporte cuando hacen referencia a cuál debería ser su papel frente a las prácticas corporativas:

“Pero nosotros (salud pública) queremos es apuntar de otra manera a la gente, que la gente se mueva no por entorpecer a una industria (automotriz) en este momento; sino por facilitar las condiciones a las personas para que se muevan más”

“El otro es parte de la propiedad privada de las personas e insistir en que yo le voy a limitar ese acceso a propiedad privada, pues digamos no sería parte de un proceso de libre mercado como el que Colombia tiene. Yo creo que el problema está más como dentro de las autoridades locales se pueden tomar medidas para un uso racional del vehículo y de la motocicleta”

Otra de la razón por la cual los tomadores de decisión consideran que no se debe impedir las prácticas corporativas, es porque no se ha identificado que las prácticas corporativas influyan en el comportamiento ni en la decisión de la persona de comprar y usar un vehículo motorizado particular.

Los participantes consideran que los factores que influyen para que las personas adquieran o no vehículos motorizado, están relacionados con factores externos como la capacidad económica de cada individuo, los factores macroeconómicos, la tasa de cambio, la tasa de interés y la confianza del consumidor y no por las acciones que haga la industria automotriz.

Inclusive, señalan que sin importar las acciones de la industria automotriz para que las personas compren vehículo motorizado, si las variables macroeconómicas no son adecuadas, las personas no van a comprar un vehículo. Tal como lo describe en el siguiente relato un representante de la industria automotriz:

(...) El mercado cayó. ¿Por qué cayó el mercado? no porque lo desincentivamos nosotros (industria automotriz). El mercado cayó porque la gente se quedó sin plata, porque la situación económica no está tan clara, porque hay mucha indecisión, lo que sea, se bajan las ventas y no es porque nosotros (industria automotriz) hubiéramos querido que las ventas hubieran bajado, igual cuando las ventas suben no es que nosotros hayamos impulsado el crecimiento de las ventas, ya hay más confianza, ya hay más platica, conseguiste un mejor trabajo”

Contrario a pensar que el aumento de vehículo motorizado se debe a factores relacionados con el accionar de la industria automotriz, los tomadores de decisión señalan que uno de los factores que ha influido en el aumento de vehículos motorizado particular son las políticas que restringen el uso del vehículo; por ejemplo, el pico y placa y el día sin carro, porque cuando la capacidad de pago de la persona es alta y le ponen restricciones para usar su vehículo, se ve motivado a comprar otro para poder movilizarse. Así lo menciona un tomador de decisión del sector ambiental cuando hace referencia a los factores que han favorecido la motorización:

“(…) Así como medidas de pico y placa, por ejemplo, que tú sabes que eso influye en el crecimiento de carros y de motos, que sabes que si le pones restricción a personas que tienen la capacidad adquisitiva para comprar otro vehículo, lo van a hacer”

Sin embargo, entre los entrevistados hubo otro grupo de tomadores de decisión que consideran que las prácticas corporativas de mercadeo influyen para que las personas adquieran un vehículo motorizado. Lo anterior se refleja en el siguiente relato de un tomador de decisión del sector ambiental:

“(…) Estrategias comerciales que obviamente influyen sobre las tasas de motorización; o sea, la decisión de una persona de adquirir un vehículo o no en Colombia”

Es importante resaltar que mientras los tomadores de decisión no consideren que las prácticas corporativas tienen un papel importante en la creación de condiciones y contextos que favorecen el uso del vehículo motorizado privado y las implicaciones en salud derivada de estos procesos, es poco probable que se desarrollen estrategias y políticas que busquen cambiar las prácticas corporativas de la industria automotriz.

Finalmente, una de las razones por las que los tomadores de decisión consideran que en ocasiones no se puede regular una práctica, es porque podría generar problemas sociales, en especial lo

relacionado con el empleo. Así lo narra un tomador de decisión del sector ambiental cuando se refiere a la regulación de los vehículos viejos y las motos:

“(...) Lo mismo pasa con las motos. Si sacamos las motos podríamos mejorar el tema de seguridad vial. Entonces desde el punto de vista ambiental sacar una norma que prohíba eso sería muy sencillo, pero el problema es qué vas a hacer con esas personas que dependen de ese vehículo para vivir (...) Entonces quitarle el vehículo es afectar directamente unas dinámicas sociales importantes y quiénes son estas personas: los que menos recursos tienen”

De tal manera que los tomadores de decisión consideran que es necesario buscar un equilibrio entre la salud y el empleo. Resaltando que en el desarrollo de política pública se debe encontrar un equilibrio en las necesidades económicas y sociales de la población.

Las cuatro razones por las cuales no se debe regular o impedir las prácticas corporativas, según los tomadores de decisión entrevistados, también han sido utilizados como argumentos por otras industrias (tabaco y alimentos) para evitar la regulación de sus prácticas y así mantener su negocio. No obstante, en este estudio estos argumentos fueron expresados por tomadores de decisión, lo cual implica que hay un panorama fácil para la industria automotriz y un panorama gris, para quienes quieran limitarlas.

7.2.3.2. Las prácticas corporativas se deben impedir:

Este tema organizador muestra que los tomadores de decisión consideran que las prácticas corporativas tienen una implicación en salud pública; por lo tanto, es necesario desarrollar una serie de estrategias para disminuir el impacto de las prácticas corporativas. Dichas estrategias van desde brindar información a los usuarios a través del etiquetado de los vehículos hasta acciones

legislativas como el pico y placa.

Inicialmente, los tomadores de decisión del sector ambiental consideran que los usuarios de los vehículos motorizado toman las decisiones sobre qué tipo de vehículo comprar, desde el desconocimiento de las implicaciones en la salud y en la seguridad vial y, generalmente, sólo tienen en cuenta el precio del vehículo. Según lo relata un tomador de decisión del sector ambiente cuando se refiere a las prácticas corporativas:

“Creo que hay un tema que es delicado y es también el desconocimiento de las personas sobre las tecnologías vehiculares, por ejemplo. Entonces tú tienes ofertas de carros que son bastante económicos pero que no son los más eficientes, ni los más seguros y eso depende mucho de las tecnologías vehiculares que estás promoviendo (...) Es un tema de desconocimiento en todo sentido de los compradores. Cuando tú vas a comprar un carro generalmente tu prioridad es el precio”

Por la razón anterior, los tomadores de decisión del área ambiental consideran que el etiquetado de los vehículos debe ser obligatorio con respecto a niveles de eficiencia energética¹, estándares de rendimiento y estándares de seguridad del vehículo. De hecho, en Colombia se ha avanzado en el tema e inclusive existe la política de eficiencia energética desde agosto 14 de 2015 que incluye el etiquetado del vehículo.

Esta iniciativa busca que el usuario a la hora de comprar un vehículo motorizado tome una decisión basada en información, eligiendo un vehículo eficiente, menos contaminante y más seguro; además, esto se convierte en una presión para los productores de vehículos para que opten por traer al mercado colombiano vehículos de mayor calidad, seguros y con tecnología

¹ Eficiencia energética: uso eficiente de la energía. Hacer más con menos energía

menos contaminante. Lo que puede favorecer a la actividad física utilitaria, si tenemos en cuenta que cuando las personas consideran el ambiente más limpio se motivan hacia el transporte activo. Los tomadores de decisión en transporte, ambiente y salud pública consideran que es necesario desarrollar acciones legislativas a través de normas o leyes que busquen una mejor protección de la salud pública. Tanto los tomadores de decisión como los representantes de la industria automotriz del sector automóvil tienen gran interés y preocupación por el aumento de las motocicletas y de los impactos negativos derivados de este vehículo (lesiones de tránsito y congestión vehicular).

Adicionalmente, consideran que el aumento de las motos se debe a su bajo precio de adquisición y mantenimiento, no tiene restricciones de ningún tipo como el pico y placa, puede rodar por todo el país sin pagar peajes y no paga impuestos si el cilindraje es menor a 125 cm³ (corresponde al 66.2% de las motos matriculadas en el 2017) (128). Factores que han contribuido para que las personas se motiven a comprar una moto. Así lo menciona un tomador de decisión del sector del transporte:

“Si yo compro una moto menor a 125 cc pues yo no pago peajes, entonces es un estímulo para rodar por toda Colombia sin tener ese impuesto que todos los demás vehículos pagan; en ninguna ciudad hay un control muy estricto de que no puede sobre pasar entre dos carros, es decir casi que yo estoy infringiendo la norma y no hay un control por parte de la autoridades locales, entonces esa moto me va a permitir llegar mucho más rápido, entonces se estimula el uso de la misma, de paso pues están entrando muchas motos muy baratas”.

Debido a esto, los tomadores de decisión promueven acciones legislativas como el pico y placa, impuestos para motos y aumento del valor del seguro, ya que consideran que estas medidas pueden disminuir el interés de las personas por comprar moto, puesto que va hacer más costoso

su mantenimiento. Como se refleja en el relato de un tomador de decisión del sector ambiental:

“Yo creo que son desincentivos, hay que poner más impuestos a las motos, el tema de accidentalidad en motos y las tasas de mortalidad por accidentes de motos son muy altas. Entonces hay que poner un seguro más costoso a las motos”

Es importante resaltar que mientras un grupo de tomadores de decisión en transporte y medio ambiente consideran el pico y placa para motos como una medida para desincentivar la compra y el uso de la moto, otro grupo de tomadores del sector ambiental considera que esta medida incentiva la compra de la moto, como ya se mencionó anteriormente.

Otra de las acciones propuestas por los tomadores de decisión, consiste en nivelar el campo de juego político. Particularmente, algunos participantes consideran necesario la regulación del lobby o cabildeo, debido a que consideran que en el país se lleva a cabo de forma desordenado, sin transparencia en los procesos (sin legalizarlo) y tocando el límite de la corrupción. Tal como lo describe en el siguiente segmento de la entrevista a un representante de la industria automotriz:

Participante: “en Colombia no hay lobby, pero entonces se convirtió en un tráfico de influencias, entonces sí hay que legalizarlo, yo creo que eso es bueno, la gente cuando habla de lobby enseguida lo asocia con corrupción, lamentablemente”

Entrevistadora: ¿Usted por qué cree que en Colombia el lobby ha pasado a la corrupción?

Participante: Porque nunca ha estado reglamentado el lobby y cuando no se reglamentan las cosas entonces llegamos a unos extremos no sanos”

Es inquietante que quienes propongan regular el lobby sean precisamente los representantes de la industria automotriz y no los tomadores de decisión. Ya que como lo veremos más adelante los tomadores de decisión considera que el lobby es legal, bueno y se lleva a cabo de forma correcta.

Finalmente, los tomadores de decisión resaltan que es el litigio la estrategia para limitar las prácticas corporativas de la industria automotriz. El litigio consiste en llevar a los tribunales a la industria automotriz para que responda por incumplimiento de normas, leyes y daño a la salud de sus productos (45). Así lo narra el tomador de decisión en salud pública cuando hace referencia al papel del tomador de decisión en salud pública frente a las prácticas corporativas:

“El papel de la de los tomadores de decisiones es enfrentarlas, es hacer un enfrentamiento. Muchas veces el enfrentamiento, en algunos casos, puede llegar a ser jurídico por la defensa de los derechos de la salud de las personas”

Con respecto al papel del tomador de decisión frente a las prácticas corporativas, se encontró que algunos tomadores de decisión tienen miedo a enfrentar la industria por temor a perder su empleo y ganarse enemigos. No obstante, también resaltan que, para poder enfrentar las prácticas corporativas de la industria, es necesario quitarse el miedo y actuar. Tal como lo describe en el siguiente segmento de la entrevista un tomador de decisión del área de la salud pública:

Participante: “(...) Lo otro es hacer un enfrentamiento, perder como el miedo, el temor y el miedo a enfrentar este tipo de prácticas”

Entrevistador:” ¿Y usted por qué cree que de pronto hay miedo, temor a enfrentarlas, digamos o por qué surge ese temor?

Participante: “Puede ser el miedo a perder el trabajo, a generar enemistades a ganarse enemigos”

Es necesario resaltar que el litigio es una práctica corporativa de la industria automotriz, que a la vez puedes ser utilizada por los tomadores de decisión para regular y limitar las prácticas corporativas.

Es preocupante la falta de conocimiento que tienen los tomadores de decisión sobre la gran variedad de prácticas corporativas que tiene la industria automotriz, por tal motivo es necesario identificarlas, analizarlas, mostrarlas e intervenirlas desde todos los sectores, entre ellos salud pública, transporte, planeación y medio ambiente. De tal manera que las decisiones que se tomen en políticas de salud respondan a las necesidades de la población y no a los intereses de la industria.

8. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El propósito de este estudio fue analizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz en Colombia entre los años 2006-2017, para facilitar la tenencia y el uso del vehículo motorizado particular que influyen en el transporte activo.

Con base a la revisión documental se identificó que la industria automotriz de Colombia ha utilizado las mismas prácticas corporativas de la industria de tabaco y de alimentos. A través de las cuales ha logrado influir en políticas que faciliten la tenencia y el uso del vehículo motorizado privado, interferir en políticas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado privado y, finalmente, han favorecido contextos en los cuales es difícil que las personas tomen la decisión de realizar actividad física utilitaria. Algunos estudios ya han evidenciado que la industria automotriz ha empleado estas prácticas corporativas (18, 20-22, 40, 45, 48, 129). Sin embargo, son pocos los estudios (18, 20, 129) que muestran como estas prácticas corporativas son un riesgo potencial para la actividad física utilitaria.

Adicionalmente, se identificó que existen diferencia entre los tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación urbana, ambiente e industria automotriz sobre las implicaciones que tienen las prácticas corporativas de la industria automotriz sobre la salud pública, particularmente sobre la actividad física utilitaria, lo que ha llevado a que no haya consenso sobre la necesidad de intervenir o regular las prácticas corporativas de la industria automotriz.

En primer lugar, se puede concluir que destacar la importancia económica de la industria automotriz en el desarrollo del país ha favorecido a la industria de tal manera que han evitado regulaciones que los pueden afectar, por ejemplo el aumento de los impuestos a los vehículos. Este hallazgo concuerda con otros estudios realizados por la industria de alimentos, donde se encontró que utilizaban esta práctica para transmitir una imagen positiva y evitar políticas que fueran en contra de sus productos o sus acciones (130, 131).

Destacar la importancia de la industria en el desarrollo económico del país, es una práctica que ha sido empleada por la industria del tabaco, por ejemplo en Argentina la industria publicó un folleto sobre el impacto económico de la industria, el cual fue distribuido a los periódicos, revistas, legisladores, periodistas y economistas (53).

En segundo lugar, se concluye que la oposición de la industria automotriz a políticas que buscan mejorar la calidad del aire, perjudica la actividad física utilitaria, porque cuando las personas perciben el aire muy contaminado evitan realizar actividad física al aire libre, lo que reduce la posibilidad de que las personas se motiven a caminar o utilizar la bicicleta como medio de transporte.

Varios estudios señalan que la percepción del individuo sobre la calidad del aire determina que realicen actividad física utilitaria (5). De modo que si las personas identifican el aire muy contaminado se abstienen de realizar actividad física (51). Estos hallazgos son consecuentes con lo que se encuentra en esta investigación, puesto que los tomadores de decisión y representantes de la industria automotriz señalan que una razón para no hacer actividad física es la mala calidad del aire.

Con respecto a la oposición de la industria automotriz a políticas que buscan mejorar la calidad del aire se encontró en un estudio realizado en Europa que la industria automotriz a través del lobby presionó para que los estándares de eliminación de CO₂ de los vehículos obligatorio no fuera de 120 g / km si no de 130 g (50). En este estudio no se encuentra la oposición de la industria automotriz a los estándares de eliminación de CO₂, pero si se evidenció que realizan lobby para oponerse a mejorar los estándares de la calidad de los vehículos.

En tercer lugar, se concluye que la oposición de la industria automotriz a medidas que buscan disminuir la tenencia y el uso de vehículos (como el pico y placa, impuestos, el día sin carro y peajes) contribuyen al aumento del número de motos y carros, los cuales tienden a producir invasión de andenes y carreteras deteriorando la movilidad de peatones y ciclistas, quienes al identificar el riesgo de lesiones se abstienen de realizar actividad física utilitaria (16-18).

Con respecto a los impuestos para vehículos, un estudio que evaluó los patrones de dependencia de vehículos en varias ciudades encontró que cuando los costos de operación (haciendo referencia a los costos de mantenimiento como impuestos y gasolina) son bajos, los países son más autodependientes (132, 133). Si los costos de operación son altos, las ciudades son menos autodependientes. Esto explica porque la industria automotriz se opone a toda medida que aumente los costos operativos, puesto que como consecuencia las personas van a optar por no usar el vehículo motorizado (132).

De hecho, el estudio anterior revela que las estrategias que busquen disminuir la autodependencia deben estar acompañadas de políticas económicas dirigidas a aumentar el costo de tenencia y uso del automóvil (132). Esto concuerda con los hallazgos de este estudio, ya que dentro de las

políticas que buscan disminuir el uso del vehículo motorizado privado se encuentran algunas dirigidas a aumentar los costos de operación como por ejemplo los impuestos, política a la cual la industria automotriz se ha opuesto.

Con respecto al día sin carro, en este estudio se encontró que la industria se opone porque señala que se producen pérdidas económicas a los comerciantes y a quienes dependen del sector automotor. No obstante, se encontró que cuando las personas pasan más tiempo recorriendo las ciudades ya sea a pie o en bicicleta tienden a hacer más compras que las personas que se transportan en carro o moto. Por ejemplo, en Vancouver, restaurantes de lujo vieron subir sus ventas con la apertura de nuevas vías de bicicleta (120).

Un estudio señala que cuando aumentan los carros, las ciudades tienden a volcarse hacia una infraestructura que responda hacia las necesidades del vehículo (18). Además, señala que los vehículos ocupan los espacios públicos creando entornos poco agradables y menos seguros, de modo que los ciclistas y peatones sienten estos entornos como una amenaza (16, 18, 35, 48). En consecuencia, se disminuyen las oportunidades para que las personas realicen actividad física derivada del transporte activo.

En cuarto lugar, se puede concluir que generalmente las iniciativas voluntarias implementadas por la industria, como la educación o la colocación de filtros en los vehículos se oponen al desarrollo de políticas efectivas que buscan disminuir el uso del vehículo motorizado particular entre ellos, los impuestos y peajes urbanos.

Varios estudios de la industria de alimentos y uno de la industria automotriz señalan que las

estrategias no regulatorias como la educación, el mercado responsable y colocar filtros en los vehículos crean “distracción” o son soluciones técnicas que no son efectivas, las cuales buscan evitar que se introduzcan una regulación obligatoria más efectiva (18, 20, 130, 131, 134). Esto concuerda con lo encontrado en este estudio puesto que se evidenció que la industria automotriz propuso educar al usuario para que haga uso racional de vehículo motorizado privado, como medida para disminuir la congestión en las ciudades y evitar la implementación de pico y placa los sábados, el aumento de los impuestos y los cobros por congestión medidas que son más efectivas para desmotivar el uso del vehículo motorizado particular (20, 132).

Adicionalmente, se ha identificado que las intervenciones centradas en el individuo son poco efectivas, precisamente porque existen factores y políticos que tienen mayor influencia en el comportamiento de las personas (5, 22).

En quinto lugar, se concluye que la práctica corporativa que consiste en culpabilizar al Estado por el atraso vial, la falta de planificación urbana dirigida al carro y los sistemas de transporte deficientes, le han permitido al Estado exculparse y proponer soluciones enfocadas hacia aumentar las vías y ordenamiento urbano autodependiente.

En los estudios revisados sobre las prácticas corporativas de la industria de alimentos y del tabaco se ha encontrado que uno de los mecanismos para evitar la culpa de la industria ha sido centrarse en responsabilizar a las personas por las decisiones que toman sobre el uso del tabaco y que alimentos digerir (18, 44, 45). Lo anterior concuerda con los hallazgos en las entrevistas realizadas en este estudio donde los participantes señalan que el problema de salud no es por la tenencia del vehículo sino del uso irracional del mismo. No obstante, en la revisión documental

de este estudio se pone en evidencia que la industria automotriz se ha enfocado en culpabilizar al Estado por los problemas de movilidad, señalando que las personas usan el carro para resolver las necesidades de movilidad que no han sido resueltas por el Estado.

Adicionalmente, varios estudios señalan que aumentar la red vial no es la solución a los problemas de congestión dado que las mejoras en las vías fomentan el uso y la tenencia del vehículo motorizado particular, aumentando la convergencia de rutas y modos de viaje lo que a mediano y largo plazo produce nuevamente saturación de las vías (18, 48, 135). Este fenómeno es conocido como “trafico inducido”. Por tanto, los únicos beneficiados son la industria automotriz ya que gracias a la demanda inducida se aumentan las ventas de vehículos.

En sexto lugar, la industria automotriz critica a los defensores en salud pública y a tomadores de decisión que buscan reducir el uso del vehículo motorizado particular, puesto que consideran que esto viola el derecho de las personas a elegir el modo de transporte.

Referente a la libertad de decidir, estudios de la industria automotriz y de vehículo resaltan que “la libertad de las personas a elegir” es uno de los argumentos más utilizados por los defensores de los vehículos para evitar regulaciones u oponerse al uso del vehículo motorizado. Denominando a los Estados que buscan restringir el uso del vehículo como “Estados niñas” (18, 44, 45). Esto también ha sido identificado en estudios de la industria del tabaco y de la industria de alimentos (130, 131, 136).

Así mismo, los estudios señalan que las industrias promueven unas opciones y restringen otras, creando contextos en donde las opciones para elegir están limitadas por los intereses de la

industria. Por lo tanto, bajo las condiciones anteriores la persona no tiene la autonomía de elegir (18, 45). Suponer que elegir es una decisión individual evita que se desarrollen políticas que buscan desestimular el uso del vehículo motorizado (45), por lo que las funciones del Estado han consistido en informar a los consumidores para que tomen las decisiones con conocimiento.

En definitiva, la industria automotriz ha establecido relaciones con los tomadores de decisión en salud pública en mesas de trabajo brindando apoyo técnico, lo cual facilita el lobby de la industria automotriz. Los estudios realizados de la industria de alimentos, tabaco y automotriz señalan que la industria colabora con el gobierno y los principales líderes de opinión, y participan en las revisiones gubernamentales relacionadas con la industria y los problemas de salud, asociadas a los productos, con el fin de influir en las políticas públicas, de tal manera que estén a su favor (22, 40, 42, 45, 53, 130, 131).

A diferencia de lo encontrado en la literatura los tomadores de decisión de los sectores de transporte y planeación consideran que el lobby realizado por la industria automotriz no tiene implicaciones en la política pública, e incluso señalan que la responsabilidad radica en el tomador de decisión quien no debe dejarse influenciar.

Por último, se concluye que los tomadores de decisión no identifican la industria automotriz como un riesgo para la actividad física utilitaria porque consideran que son múltiples los factores que convergen para que las personas puedan realizar actividad física, donde la industria automotriz no tiene que ver.

Un estudio sobre el uso del argumento de “complejidad” por parte de la industria del tabaco,

alimentos y de juegos azar mostró que la industria se han centrado en señalar que los problemas de alcoholismo y del tabaco son “complejos” con el fin de disputar el papel que tienen los productos no saludables en la causalidad de los problemas y de esta manera impedir intervenciones basadas en restringir sus productos (137). Este argumento concuerda con lo encontrado en este estudio en donde tanto tomadores de decisión como los representantes de la industria automotriz consideran que para que las personas tomen la decisión de realizar actividad física utilitaria requiere de múltiples factores, como por ejemplo la calidad del aire, la infraestructura, ciudades compactas, seguridad, entre otros.

Las implicaciones de salud pública de este estudio hacen referencia a la brecha de conocimiento existente, debido a que las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz y su influencia en la actividad física, no habían sido estudiadas en Colombia, asunto que requiere atención debido a los riesgos que representa en la salud de la población

Es necesario reconocer las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz como un riesgo potencial para la salud pública, particularmente para la actividad física utilitaria por varias razones: se han opuesto a políticas que buscan mejorar la calidad del aire; evitan la implementación de políticas que desestimulan el uso del vehículo motorizado particular; promueven la inversión en infraestructura vial y planificación urbana en cohabitación con el automóvil y; promueven políticas que buscan aumentar el parque automotor.

Mientras los tomadores de decisión no consideren que las prácticas corporativas tienen un papel importante en la creación de condiciones y contextos que favorecen el uso del vehículo motorizado privado y las implicaciones en salud derivada de estos procesos, es poco probable que

se desarrollen estrategias y políticas que busquen cambiar las prácticas corporativas de la industria automotriz.

Las limitaciones de este estudio radican en que no fue posible obtener la información de algunos gremios de la industria automotriz y comercializadora desde el 2006, debido a que en su página web solo había información disponible a partir del 2009, e incluso para el caso de las comercializadoras solo había información desde 2015. Esta es una de las razones por las que se amplió el año de búsqueda hasta el 2017.

Otra limitación del estudio se debió a que por razones de disponibilidad de tiempo de la investigadora y de los representantes del sector de motocicletas no fue posible entrevistar a un representante de esta sector y ser tenido en cuenta en la investigación; por lo tanto, no se pudo conocer su opinión con respecto a las prácticas corporativas y las implicaciones en salud pública.

Teniendo en cuenta que durante la revisión documental y las entrevistas se identificó que la industria del sector de las motocicletas tiene algunos intereses diferentes a los de los otros sectores de la industria automotriz y que, además, los tomadores de decisión tienen una gran preocupación por las implicaciones en salud por el uso de la moto, para una futura investigación se recomienda hacer un estudio de caso sobre las prácticas corporativas solamente desde el sector de la motocicleta.

Es importante destacar que la información obtenida en este estudio sólo revela que los tomadores de decisión de la industria automotriz han empleado las prácticas corporativas, pero no evalúa las intenciones detrás del uso de las prácticas. Inclusive, no hay evidencia que los representantes de

la industria tengan la intención de causar daño, dado que el impacto de la salud derivado de los productos es ampliamente conocido (45).

La principal fortaleza de este estudio radica en que abarca varios sectores de la industria automotriz, lo cual permitió obtener una mirada global sobre las prácticas corporativas de la industria. Adicionalmente, en este estudio se alcanzó la saturación de los datos, lo que favoreció que se identificaran varias prácticas corporativas.

Los resultados de este estudio contribuyen a informar a los defensores de la salud pública y tomadores de decisión la forma en que las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz, crean condiciones que limitan la actividad física utilitaria, convirtiéndose en un riesgo potencial para la salud pública. **De tal forma que se puedan crear estrategias y políticas que limiten, regulen y cambien las prácticas corporativas con el fin de garantizar que las decisiones tomadas en política pública representan los intereses de la sociedad con relación a la actividad física utilitaria como factor protector para ECNT; y no a los intereses de la industria.**

9. BIBLIOGRAFÍA

1. Organización Mundial de la Salud [Internet]. Suiza: OMS; [actualizado ene 2015; citado 24 marzo 2015]. Enfermedades no Transmisibles; [aprox. 4 pantallas]. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs355/es/>
2. Alwan A. Global status report on noncommunicable diseases 2010 [Internet]. Geneve: World Health Organization; 2011. [citado 2 abr 2015]. Disponible en: http://www.who.int/nmh/publications/ncd_report_full_en.pdf
3. Mendiz S. Informe Sobre la Situación Mundial de las Enfermedades no Transmisibles. 2014 [Internet]. Geneve: OMS; 2014. [citado 2 abr 2015]. Disponible en: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/149296/WHO_NMH_NVI_15.1_spa.pdf?sequence=1
4. Organización Mundial de la Salud [Internet]. Suiza: OMS; [actualizado feb 2015; citado 25 mar 2015]. Actividad física; [Aprox 5 pantallas]. Disponible en: <http://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>
5. Sallis JF, Cervero RB, Ascher W, Henderson KA, Kraft MK, Kerr J. An ecological approach to creating active living communities. Annu Rev Public Health [Internet]. 2006 [citado 9 sep 2015]; 27:297-322. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16533119>
6. Sallis JF, Leslie Linton J, Kraft MK. The First Active Living Research Conference [Internet]. 2005 [citado 18 ago 2015]. Disponible en: https://activelivingresearch.org/sites/default/files/1_AJPM05_Sallis_0.pdf
7. Glanz K, Rimer B, Viswanath K. Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice [Internet]. 4th ed. San Francisco: Jossey-Bass a Wiley imprint; 2002 [citado 20 ago 2015]. Disponible en:

<http://riskybusiness.web.unc.edu/files/2015/01/Health-Behavior-and-Health-Education.pdf>

8. King AC, Rejeski WJ, Buchner DM. Physical activity interventions targeting older adults. A critical review and recommendations. In: Prev.med [Internet].1998 [citado 19 nov 2015] ; 15(4):316-33. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9838975>
9. Falco C, Samdal O, Torres IE, Álvarez O. Estructuración de la estrategia para organizar actividades físico-deportivas y recreativas. Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte [Internet]. 2013 [citado 16 may 2015] ;8(2):373-91. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/3111/311128824008.pdf>
10. Hernández A, Gómez LF, Parra DC. Ambientes urbanos y actividad física en adultos mayores: Relevancia del tema para América Latina. Revista de salud pública [Internet]. 2010;[citado 18 ago 2015] ;12(2):327-35. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revsaludpublica/article/view/10541/33165>
11. McLeroy, K. R., Bibeau, D., Steckler, A., & Glanz, K. An ecological perspective on health promotion programs. Health Education Quarterly [Internet]. 1988 [citado 12 oct 2015];15(4), 351-377. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/3068205>
12. García DL. Actitudes hacia modos de transporte urbano: aspectos expresivos y afectivos [tesis doctoral].Madrid:Universidad Nacional de Educación a Distancia [Internet]; 2008. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=41091>
13. Forsyth A, Hearst M, Oakes JM, Schmitz KH. Design and destinations: factors influencing walking and total physical activity. Urban Studies [Internet]. 2008 [citado 31 jul 2015] ;45(9):1973-96. Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0042098008093386>

14. McCormack GR, Giles-Corti B, Bulsara M. The relationship between destination proximity, destination mix and physical activity behaviors. Preventive Medicine [Internet]. 2008 [citado el 31 jul 2015];46:33-40. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17481721>
15. Thomson I. Impacto de las tendencias sociales, económicas y tecnológicas sobre el transporte público: una investigación preliminar en ciudades de América Latina [Internet]. 2002; [Citado 24 nov de 2015]. Disponible en: <http://archivo.cepal.org/pdfs/2001/S013195.pdf>
16. Mosquera MJ. Socio-spatial Transformation and Contested Space at the Street Level in Latin America: The Case of Cali, Colombia. Portland State University. Department of Sociology. [Internet]. 2014 [citado 29 oct 2015]. Disponible en: https://pdxscholar.library.pdx.edu/open_access_etds/1953/
17. Gomez LF. La industria de motos: un claro adversario del transporte activo. [Internet]. Colombia: blog Hay gato encerrado; 2015. [citado 23 mar 2015]. Disponible en: <https://haygatoencerrado1964.blogspot.com/2015/>
Gomez LF.
18. Douglas MJ, Watkins SJ, Gorman DR, Higgins M. Are cars the new tobacco? Journal of Public Health [Internet]. 201 [citado 11 may 2015] ;33(2):160-9. Disponible en: <https://academic.oup.com/jpubhealth/article/33/2/160/1591440>
19. Gomez LF. Intereses corporativos y salud pública: es la hora de incluir a la industria automotriz en la lista [Internet]. Colombia: blog Hay gatto encerrado; 2015 [citado 23 mar 2015]. Disponible en: <https://haygatoencerrado1964.blogspot.com/2015/06/interesescorporativos-y-salud-publica.html>
20. Mindell J. For debate Lessons from tobacco control for advocates of healthy transport. Journal of Public Health Medicine [Internet]. 2001 [citado 26 ene 2016] ;23(2):91-7. Disponible en: <https://academic.oup.com/jpubhealth/article/23/2/91/1572181>

21. Willian H. The Bottom Line Or Public Health [Internet]. Oxford university press, inc 2010. Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ynDawr53MswC&oi=fnd&pg=PR17&ots=OacXNYSXzZ&sig=hGAr F-Mx nVbEQb FC02FX920w#v=onepage&q&f=false>
22. Freudenberg N, Bradley SP, Serrano M. Public health campaigns to change industry practices that damage health: an analysis of 12 case studies. Health Education & Behavior [Internet]. 2009 [citado 16 sep 2015] ;36(2):230-49. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18077655>
23. Roitman S. Distincion social y habitat residencial en América Latina. Revista INVI [Internet]. 2011[citado 19 nov 2015]; 26(73):17-71.Disponible en: <http://www.revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/589/819>
24. Urry J. The ‘system’ of automobility. Theory, Culture & Society [Internet]. 2004; [citado 19 nov 2015]21(4-5):25-39. Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0263276404046059>
25. Peden M, et al. World report on road traffic injury prevention [internet]. Geneve: World Health Organization; 2014.[citado 19 nov 2015]. Disponible en: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42871/9241562609.pdf?sequence=1>
26. Miedema HM. Adverse effects of traffic noise. En: Tommy Gärling , Linda Steg, editores. Threats from Car Traffic to the Quality of Urban Life: Problems, Causes and Solutions [Internet]: Emerald-CLADEA; 2007. p. 53-77 Disponible en: <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/9780080481449-004>
27. Bell AC, Ge K, Popkin BM. The road to obesity or the path to prevention: motorized transportation and obesity in China. Obesity Research [Internet]. 2002 [citado 30 abr 2015]; 10(4):277-83. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11943837>

28. Inagami S, Cohen DA, Brown AF, Asch SM. Body mass index, neighborhood fast food and restaurant concentration, and car ownership. *Journal of Urban Health*. [Internet]. 2009 [citado 30 abr 2015];86(5):683-95. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19533365>
29. Parra DC, et al. Household motor vehicle use and weight status among Colombian adults: Are we driving our way towards obesity?. *Preventive medicine* [Internet]. 2009 [citado 02 abr 2015]; 49 (2): 179-183. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091743509003442><https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091743509003442>
30. Florez A, Gómez LF, Parra DC, Cohen DD, Arango CM, Lobelo F. Time spent traveling in motor vehicles and its association with overweight and abdominal obesity in Colombian adults who do not own a car. *Preventive medicine*[Internet]. 2012 [citado 18 ago 2015] ;54(6):402-4. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091743512001089>
31. Congreso de Colombia. Ley 1355/2009 de 14 octubre Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención. *Diario Oficial* No. 47.502 (14-10-2009)
32. Congreso de Colombia. Ley 1083/2006 de 31 julio. Por medio de la cual se establecen algunas normas sobre planeación urbana sostenible y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* No. 46346 (31-07-2006)
33. ANDEMOS, Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. Ventas sector automotor mundial 2016 e Índice de motorización 2016. Disponible en: <http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2017/05/Indice-Motorizacion-2016.pdf>.

34. Secretaria de Movilidad. Movilidad en Cifras 2015 [Internet]. Colombia; 2015. [citado 02 ago 2017]. Disponible en: <http://www.simur.gov.co/SimurVisorBoletinWA/2015.html#PDF/1>.
35. González A. El Sistema Automóvil: propuesta conceptual a partir de la noción de operador espacial. Quivera [Internet]. 2013 [citado 01 ago 2015];15(2013-2):23-42. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/401/40128974002.pdf>
36. Banco de Occidente [Internet]. Colombia. 2015 [citado 12 mayo 2015]. El credito de Vehiculo de banco de Occidente [aprox. 3 pantallas]. Disponible en: <https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/para-personas/creditos/vehiculos/vehiculos-nuevos-o-usados/occiauto>
37. Stuckler D, McKee M, Ebrahim S, Basu S. Manufacturing Epidemics: The Role of Global Producers in Increased Consumption of Unhealthy Commodities Including Processed Foods, Alcohol, and Tobacco. Plos Med [Internet]. 2012 [citado 03 abr 2015] ; 9(6): e1001235. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3383750/>
38. Givel MS, Glantz SA. Tobacco lobby political influence on US state legislatures in the 1990s. Tobacco control [Internet]. 2001 [citado 12 may 2015] ;10(2):124-34. Disponible en: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/10/2/124>
39. Yach D, Bettcher D. Globalisation of tobacco industry influence and new global responses. Tobacco control [Internet]. 2000 [citado 12 may 2015] ;9(2):206-16. Disponible en: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/9/2/206>
40. Freudenberg N. Public health advocacy to change corporate practices: implications for health education practice and research. Health Education & Behavior [Internet]. 2005 [citado 16 sep 2015] ;32(3):298-319. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15851541>

41. Organización Mundial de la Salud. Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco [Internet]. Geneve: World Health Organization; 2003 [citado de 2015]. Disponible en: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42813/9243591010.pdf?sequence=1>
42. Williams SN. The incursion of 'Big Food' in middle-income countries: a qualitative documentary case study analysis of the soft drinks industry in China and India. *Critical Public Health* [Internet]. 2015 [citado 03 abr 2015] ; 25: 455-473. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2015.1005056?journalCode=ccph20>
43. Kearns CE, Glantz SA, Schmidt LA. Sugar Industry Influence on the Scientific Agenda of the National Institute of Dental Research's 1971 National Caries Program: A Historical Analysis of Internal Documents. *PLoS Med* [Internet]. 2015 [citado 21 mar 2015] ;12(3):e1001798. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25756179>
44. De Vogli R, Kouvonenb A, Gimenez D. The influence of market deregulation on fast food consumption and body mass index: a cross-national time series analysis. *Bulletin of the World Health Organization* [Internet]. 2014 [citado 02 abril de 2015] ; 92(2): 99–107. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3949530/>
45. Freudenberg N, Galea S. The Impact of Corporate Practices on Health: Implications for Health Policy. *Journal of Public Health Policy* [Internet]. 2008; [citado 16 sep 2015] ;29(1):86-104. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18368021>
46. Covarrubias V. Motorización tardía y ciudades dispersas en América Latina: definiendo sus contornos; hipotetizando su futuro. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo* [Internet]. 2013 [citado 12 may 2015] ; 6(11):12-43. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=a1d82f1a-f987-4982-a668-7a9cd0e4a209%40sessionmgr120>

47. CAF, Banco de Desarrollo de América Latina. Desarrollo Urbano y Movilidad en América Latina [Internet]. Octubre 2011. [Citado 11 may 2015]. Disponible en: https://www.caf.com/media/4203/desarrollourbano_y_movilidad_americalatina.pdf
48. Woodcock J, Aldred R. Cars, corporations, and commodities: Consequences for the social determinants of health. Emerging Themes in Epidemiology [Internet]. 2008 [citado 16 sep 2015] ;5:4. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2289830/>
49. Krzyzanowski M, Kuna B, Schneider J. Health effects of transport related air pollution [Internet]. Geneva:World health Organización; 2005 [citado 19 nov 2015]. Disponible en: http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0006/74715/E86650.pdf
50. CEO, Corporate Europe Observatory. Car industry flexes its muscles, Commission bows down [Internet]. Europa: Corporate Europe Observatory; 2007 [citado 07 oct 2015]. Disponible en: <http://archive.corporateeurope.org/carlobby.html>
51. Humpel N, Owen N, Leslie E. Environmental factors associated with adults' participation in physical activity: a review. American journal of preventive medicine [Internet]. 2002 [citado 03 dic 2015] ;22(3):188-99. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11897464>
52. Kessler D. A question of intent: A great American battle with a deadly industry [Internet]. New York (US): PUBLICAFFAIRS; 2001; [citado 19 nov 2015]. Disponible en: <https://www.amazon.com/Question-Intent-American-Battle-Industry/dp/1586481215>
53. Sebrie EM, Barnoya J, Perez-Stable E, Glantz SA. Tobacco industry successfully prevented tobacco control legislation in Argentina. Tobacco Control [Internet]. 2005 [citado 03 abr 2015] ;14(5):e2-e. Disponible en: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/14/5/e>

54. Camacho CA. Todavía Muy Lejos del Índice de Motorización [Internet]. El Tiempo. 28 enero 2017; [citado 26 ene 2016]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4366519>
55. Perez V. Colombia Bajó en el Índice de Motorización Latinoamericano [Internet]. La Republica. 27 febrero de 2014; [citado 03 dic 2015]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/colombia-bajo-en-el-indice-de-motorizacion-latinoamericano-2103330>
56. Qin L, Stolk RP, Corpeleijn E. Motorized Transportation, Social Status, and Adiposity. American journal of preventive medicine [Internet]. 2012 [citado 13 oct 2015] ;43(1):1-10. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22704739>
57. Márquez S, Rodríguez J, Olea S. Sedentarismo y salud: efectos beneficiosos de la actividad física. Actividad física y salud [Internet]. 2006 [citado 25 nov 2015] ; 83(1):12-24. Disponible en: http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/portal_social/archives/miso1090/1_011.dir/miso10901_011.pdf
58. Varo JJ, Martínez JA, Martínez JA. Beneficios de la actividad física y riesgos del sedentarismo. Medicina Clínica (Barc [Internet]. 2003 ; [citado 03 enero 2015] ; 121(17):665-72. Disponible en: <http://www.elsevier.es/es-revista-medicina-clinica-2-articulo-beneficios-actividad-fisica-riesgos-sedentarismo-13054307>
59. MINSALUD, Ministerio de salud y protección social. Análisis de Situación de Salud, Colombia 2014 [Internet]. Colombia. 2014 [citado 19 nov 2015]. Disponible en: <http://www.myendnoteweb.com/EndNoteWeb.html?cat=myrefs&>
60. DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Proyección Poblacional. Colombia, censo 2005 [Internet]. Colombia. 2009 [citado 19 nov 2015]. Disponible en:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf

61. MINISALUD. Ministerio de Salud y Protección Social. Análisis de situación de salud Colombia (ASIS) 2016 [Internet]. Colombia. 2016 [citado 20 mar 2018]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/asis-colombia-2016.pdf>

62. DNP, Departamento Nacional de Planeación. Incidencia de la Pobreza Multidimensional [Internet]. Colombia. 2014 [citado 19 nov 2015]. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Social/Analisis%20resultados%20Pobreza%20multidimensional%202010%20-%202014.pdf>

63. ANDI, Asociación Nacional de Empresarios de Colombia [Internet]. Bogotá: ANDI; [citado 24 abr 2018]. ANDI Camara industria automotriz [aprox.7 pantallas]. Disponible en: <http://www.andi.com.co/Home/Camara/4-automotriz>

64. Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. Forensis, datos para la vida 2016 [Internet]. 18(1). Bogotá; 2017 [citado 16 may 2018]. Disponible en: <http://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/49526/Forensis+2016.+Datos+para+la+vida.pdf>

65. Yin RK. Case study research: Design and methods. 5th ed. California: Sage publications; 2013

66. Verschuren P. Case study as a research strategy: some ambiguities and opportunities. International Journal of Social Research Methodolog [Internet].2003 [citado 19 nov 2015] ; 6(2):121-39. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13645570110106154>

67. Thomas G. A Typology for the Case Study in Social Science Following a Review of Definition, Discourse, and Structure. *Qualitative Inquiry* [Internet]. 2011 [citado 19 nov 2015]; 17(6):511-21. Disponible en: http://www.besafeproject.net/files/DOWNLOAD2/Thomas_2011_typology%20for%20the%20case%20study%20in%20social%20science.pdf
68. Bowen GA. Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative research journal* [Internet]. 2009 [citado 19 nov 2015]; 9(2):27-40. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Glenn_Bowen/publication/240807798_Document_Analysis_as_a_Qualitative_Research_Method/links/59d807d0a6fdcc2aad065377/Document-Analysis-as-a-Qualitative-Research-Method.pdf
69. Vázquez M, Silva M, Mogollón A, Fernández-Sanmamed M, Delgado M. Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud [Internet]. Bellaterra (Barcelona): Universidad Autónoma de Barcelona; 2006 [consultado 19 nov 2015]. Disponible en: <https://books.google.co.cr/books?id=o2n57QYwMDIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
70. Mialon M, Swinburn B, Sacks G. A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information. *Obesity Reviews* [Internet]. 2015 [citado 03 oct 2017]; 7(5): 19-30. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25988272>
71. ANDI, Asociación Nacional de Empresarios de Colombia [Internet]. Bogotá: ANDI; [citado 24 abr 2017]. Cámaras sectoriales, Automotriz [aprox. 12 pantallas]. Disponible en: <http://www.andi.com.co/Home/Camaras>
72. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. Informe vehículos Colombia, 2016 [Internet]. Bogotá: ANDEMOS; [citado 15 nov 2017]. Disponible en:

<http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2017/01/Informe-Vehiculos-2016-12.pdf>.

73. El colombiano. El colombiano, el tercer diario más leído de Colombia. [Internet]. El colombiano. 28 mayo 2015; [citado 12 feb 2016]. Disponible en:

<http://www.elcolombiano.com/antioquia/el-colombiano-el-tercer-diario-mas-leido-de-colombia-KF2007279>

74. Sandoval CA. Investigación cualitativa [Internet]. Colombia: ARFO editores e impresores Ltda; 2002 [citado 19 NOV 2015]. Disponible en:

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbXjkdWFsaXRhdGI2YXVuaWNvcnR8Z3g6MWZlYTk4MWNjOGU4ODUwNw>

75. Ritchie J, Spencer L. Qualitative data analysis for applied policy research. En: Briman A, Burgess B. Analyzing Qualitative Data. London [Internet]: Routledge; 1994. P. 173-194.

Disponible en:

<https://pdfs.semanticscholar.org/7b71/8dc8ace7b9618361c14d2186fef9994b474a.pdf>

76. Valles MS. Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional. Síntesis [Internet]. 1ra ed. Madrid: Editorial Síntesis S.A; 1999 [citado 02 jun 2015]. Disponible en:

<https://metodologiaecs.files.wordpress.com/2014/11/vallesmiguel-tc3a9cnicas-cualitativas-de-investigacion-social-1999.pdf>

77. Attride-Stirling J. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. Qualitative research [Internet]. 2001 [citado 16 nov 2015] ;1(3):385-405. Disponible en:

<https://utsc.utoronto.ca/~kmacd/IDSC10/Readings/text%20analysis/themes.pdf>

78. Castillo E, Vásquez ML. El rigor metodológico en la investigación cualitativa. Colombia Médica [Internet]. 2013 [citado 24 abril 2018] ;34(3): 164-167. Disponible en:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28334309>

79. Ministerio de Salud. Resolución 8430/1993 de 04 octubre. Por el cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud. Colombia.
80. Camara de la Industria automotriz de la ANDI. La industria automotriz en Colombia. ¿Qué pasará en 2014? [Internet]. Bogotá: Camara de la industria automotriz de la ANDI; 2013 [citado 25 may 2017]. Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau/Documents/La%20industria%20automotriz%20en%20Colombia%20en%202013.pdf>
81. Analisis economico independiente. El Sector de vehiculos en Colombia: características y propuestas de mejora a se régimen impositivo [Internet]. Colombia: Econcept; 2016 [citado 22 may 2017]. Disponible en: <http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2016/11/Econcept-Estudio.pdf>
82. Autolla. Chevrolet, nuevo socio de las selecciones Colombia de fútbol [Internet]. Colombia: Autolla; 2015 [citado 27 ago 2017] . Disponible en: <https://autolla.co/blog/11-vehiculos/15-chevrolet-socio-selecciones-colombia#>
83. Martinez JC. "Venimos de menos a más" [Internet]. Dinero.16 junio 2007; [citado 29 nov 2017]. Disponible en: <http://www.dinero.com/negocios/articulo/venimos-menos-mas/53736>.
84. Redacción El Tiempo. Y colapsó el tránsito [Internet]. El Tiempo. 06 noviembre 2006; [citado 08 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2261055>.
85. Camara de la Industria automotriz de la ANDI. Importancia social de la motocicleta en Colombia [Internet]. Bogotá: Camara de la industria automotriz de la ANDI; 2010 [citado 25 may 2017]. Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau/Documents/Importancia%20social%20de%20la%20motocicleta%20en%20Colombia.pdf>.

86. Cámara de la Industria automotriz de la ANDI. Industria de motocicletas en 2011 [Internet]. Bogotá: Cámara de la industria automotriz de la ANDI; 2012 [citado 25 may 2017]. Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau/Aos%20Anteriores%20Moto/Comunicado%20de%20Prensa%20011.%20Mercado%20de%20Motocicletas.%20Enero%20-%20Diciembre.pdf>.
87. Espejo CA. ‘Más impuestos para los carros particulares debe ir a consulta’ [Internet]. El Tiempo. 14 enero 2007; [citado 08 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2357660>.
88. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. Comunicado índice de motorización [Internet]. Bogotá: ANDEMOS; 2016 [citado 23 ago 2017]. Disponible en: <http://www.andemos.org/index.php/2016/08/30/comunicado-indice-de-motorizacion/>
89. Sandoval H. El lento ascenso de la industria automotriz [Internet]. El Espectador. 16 febrero 2014; [citado 19 nov 2017]. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/el-lento-ascenso-de-industria-automotriz-articulo-475287>
90. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Ministro Rojas visitó la planta de Colmotores [Internet]. Bogotá; 2014 [citado 05 nov 2017]. Disponible en: www.mincit.gov.co/publicaciones/30697/ministro_rojas_visitó_la_planta_de_colmotores
91. Unipymes Fundación. Nace Centro de Desarrollo Tecnológico Automotriz [Internet]. Bogotá: Unipymes; 2012 [citado 23 nov 2017]. Disponible en: <https://www.unipymes.com/nace-centro-de-desarrollo-tecnologico-automotriz/#>
92. Redacción El Tiempo. Gobierno lanza plan de salvamento para vehículos y electrodomésticos [Internet]. El Tiempo. 07 marzo 2009; [citado 11 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3349805>.

93. Dinero. ¿Listo para cambiar carro en 2012? [Internet]. 30 abril 2009; [citado 09 nov 2017] Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/listo-para-cambiar-carro-2012/77380>.
94. Redacción El Tiempo. En materia de combustibles, no se puede concertar tan solo ‘a dedo’ [Internet]. El Tiempo. 25 abril 2009; [citado 11 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3415887>.
95. Redacción Negocios y Economía. El impuesto que pretende gravar a las motocicletas con un 8% adicional [Internet]. El Espectador. 12 diciembre 2016; [Citado 10 nov 2017]. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/el-impuesto-pretende-gravar-motocicletas-un-8-adicional-articulo-670011>
96. Hernandez S. ¡Dame más gasolina! [Internet]. El Tiempo. 08 agosto 2006 ; [citado 07 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2130000>
97. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. “La Reforma Tributaria, una oportunidad para implementar políticas públicas que den nueva dinámica al sector automotor” [Internet]. Bogotá: ANDEMOS; 2016 [citado 09 ago 2017]. Disponible en: <http://www.andemos.org/index.php/2016/11/28/andemos-la-reforma-tributaria-una-oportunidad-para-implementar-politicas-publicas-que-den-nueva-dinamica-al-sector-automotor/>
98. Clopatofsky J. Eestacionar no será pecado? [Internet]. Editorial Revista Motor. 11 julio 2017; [citado 15 nov 2017]. Diponible en: <http://www.motor.com.co/columna-del-director/estacionar-sera-pecado-editorial-revista-motor/28997>
99. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. Comunicado Sector Automotor ANDEMOS [Internet]. Bogotá: ANDEMOS; 2016 [citado 23 ago 2017]. Disponible en: <http://www.andemos.org/index.php/2016/08/30/comunicado-sector-automotor-andemos/>

100. Redacción El Tiempo. ‘Proteccionismo, impuestos y mentalidad de los años 60’ [Internet]. El Tiempo. 17 abril 2010; [citado 12 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3927877>
101. Groupe Renault. Informe de Sostenibilidad Renault-Sofosa [Internet]. Colombia: Renault –Sofosa; 2015 [citado 31 ago 2017]. Disponible en: <https://www.cdn.renault.com/content/dam/Renault/CO/informes/Informe-Sostenibilidad-RENAULT-Sofasa2015.pdf>
102. Renault, pasión for life [Internet]. Colombia: Renault; [citado 22 nov 2017]. Nuestros Compromisos, Renault Colombia [aprox. 4 pantallas]. Disponible en: <https://www.renault.com.co/descubre-renault/renault-en-colombia/nuestros-compromisos.html>
103. Automotores Toyota Colombia. La clave es el torque [Internet]. Colombia: Toyota; 2015 [citado 12 oct 2017]. Disponible en: [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Toyota_Hilux-Euro-4-comunicado-prensa_Oct7%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Toyota_Hilux-Euro-4-comunicado-prensa_Oct7%20(1).pdf)
104. Groupe Renault. Informe de Sostenibilidad Renault-Sofosa [Internet]. Colombia: Renault –Sofosa; 2014 [citado 31 ago 2017]. Disponible en: <https://www.cdn.renault.com/content/dam/Renault/CO/informes/Informe-Sostenibilidad-RENAULT-Sofasa2014.pdf>
105. Toyota Research Institute. Inteligencia artificial [Internet]. Colombia: Toyota; 2015 [citado 12 oct 2017]. Disponible en: [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/boletin_toyota_inteligencia_artificial%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/boletin_toyota_inteligencia_artificial%20(1).pdf)
106. Autotécnica Colombiana S.A. Auteco promueve la seguridad vial en las calles del país [Internet]. Colombia: AUTEKO; 2014 [citado 08 oct 2017]. Disponible en: <https://www.auteco.com.co/content/auteco-promueve-la-seguridad-vial-en-las-calles-del-pais>

107. Autotécnica Colombiana S.A. Indeportes, Auteco y FAN lanzan Ludotecas móviles para la primera infancia en el departamento de Antioquia [Internet]. Colombia: AUTECO; 2015 [citado 08 oct 2017]. Disponible en: <https://www.auteco.com.co/content/indeportes-auteco-y-fan-lanzan-ludotecas-moviles-para-la-primer-infancia-en-el-departamento>
108. Frieden TR. A Framework for Public Health Action: The Health Impact Pyramid. American Journal of Public Health [Internet]. 2010 [citado 25 nov 2017] ;100(4):590-595. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2836340/>
109. Corporación Transparencia por Colombia, Capitulo Transparencia Internacional. Colombia: Transparencia Internacional; 2017 [citado 02 feb 2018]. Disponible en: <http://transparenciacolombia.org.co/>
110. Corporación Transparencia por Colombia. Análisis cuentas claras, elecciones territoriales 2011 [Internet]. Transparencia por Colombia; 2016 [citado 02 feb 2018]. Disponible en: http://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/2016/06/analisis_cuentas_claras_versionpdf_final.pdf
111. Redacción El Tiempo. En el Valle estará el primer centro de pruebas automotriz del país [Internet]. El Tiempo. 11 mayo 2015; [citado 22 may 2016]. Disponible en : <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15734737>
112. Akt. Copa AKT por una sana convivencia [Internet]. Colombia: AKT; 2016 [citado 05 nov 2017]. Disponible en: <https://www.aktmotos.com/comunidad/noticias/asobdim-2016>
113. Akt. AKT Motos ahora es Verde [Internet]. Colombia: AKT; 2014 [citado 04 nov 2017]. Disponible en: <http://www.aktmotos.com/comunidad/noticias/akt-motos-ahora-es-verde>
114. Secretaria Distrital de Movilidad. SDM y Chevron Texaco se unen para motivar a motociclistas a utilizar elementos de seguridad [Internet]. Bogota: Secretaria distrital de movilidad; 2014 [citado 20 nov 2017], Disponible en:

http://www.movilidadbogota.gov.co/web/sdm_y_chevron_texaco_se_unen_para_motivar_a_motociclistas_a_utilizar_elementos_de_seguridad.

115. Redacción El Tiempo. Se entrega casco por comprar moto [Internet]. El Tiempo. 30 marzo 2012; [citado 13 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-5321867>.

116. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. Proyecciones 2016 ANDEMOS [Internet]. Colombia: ANDEMOS; 2016 [citado 23 ago 2017]. Disponible en: <http://www.andemos.org/index.php/2016/08/30/proyecciones-2016-andemos/>

117. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. Comunicado Biocombustibles [Internet]. Colombia: ANDEMOS; 2016 [citado 23 ago 2017]. Disponible en: <http://www.andemos.org/index.php/2016/08/30/comunicado-biocombustibles/>

118. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. El Programa de Transformación Productiva Plantea sus Ejes de Trabajo Para 2013 [Internet]. Colombia; 2013 [citado 05 nov 2017]. Disponible en: http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5534/el_programa_de_transformacion_productiva_plantea_sus_ejes_de_trabajo_para_2013

119. Redacción Bogotá. Con tutela buscan frenar Día sin carro y sin moto en Bogotá [Internet]. El Espectador. 20 abril 2015; [citado 05 nov 2017]. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/tutela-buscan-frenar-dia-sin-carro-y-sin-moto-bogota-articulo-556109>

120. Redacción El Tiempo. Invitan a Fenalco a sumarse al próximo día sin carro y sin moto [Internet]. El Tiempo. 20 abril 2015; [citado 15 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15598795>.

121. Redacción El Tiempo. Más que 'guerra al carro', el Distrito debe acometer obras para salir del atraso vial [Internet]. El Tiempo. 13 enero 2007; [citado 08 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3398472>.
122. Redacción El Tiempo. ¿Y ahora sábados con 'pico y placa'? [Internet]. El Tiempo. 09 noviembre 2006; [citado 31 oct 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2265257>.
123. Redacción El Tiempo. Razones por las que el Gobierno ya piensa desincentivar uso de motos [Internet]. El Tiempo. 05 enero 2015; [citado 15 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15056963>.
124. Romero M. Las 500 'millas' de Motor [Internet]. El Tiempo. 08 noviembre 2009; [citado 11 nov 2017]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3704672>.
125. Orduz MA. Pico y Placa durante todo el día: ¿de la congestión a la indigestión? [Internet]. El Tiempo. 14 febrero de 2009; [citado 14 febrero 2009]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3317946>.
126. Mulcahy S. El Lobby en Europa. Influencia encubierta, acceso privilegiado [Internet]. España: Transparency International; 2015 [citado 14 mar 2017]. Disponible en: https://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2015/11/lobbying_eu-report_esp_web.pdf
127. Herrera MA. Proyecto de regulación del "lobby" en Colombia: ¿ésta será la vencida? » ÁGORA. 2017.
128. Casa editorial el Tiempo. Sube el impuesto para algunas motos de más de 125cc en 2018 | Motor. Revista Motor. 2018.
129. Parra DC, de Sá TH, Monteiro CA, Freudenberg N. Automobile, construction and entertainment business sector influences on sedentary lifestyles. Health Promotion International [Internet]. 2018 [citado 10 jun 2018] ;33(2):239-49. Disponible en:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27561906>

130. Mialon M, Swinburn B, Allender S, Sacks G. 'Maximising shareholder value': a detailed insight into the corporate political activity of the Australian food industry. Australian and New Zealand Journal of Public Health [Internet]. 2017 [citado 03 oct 2017] ;41(2):165-171. Disponible en:

http://eprints.whiterose.ac.uk/114141/8/Mialon_et_al_ANZJPH_2017.pdf

131. Mialon M, Swinburn B, Allender S, Sacks G. Systematic examination of publicly-available information reveals the diverse and extensive corporate political activity of the food industry in Australia. BMC Public Health [Internet]. 2016 [citado 03 oct 2017] ;16(1):283. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1186/s12889-016-2955-7>

132. Kenworthy JR, Laube FB. Patterns of automobile dependence in cities: an international overview of key physical and economic dimensions with some implications for urban policy. Transportation Research Part A [Internet]. 1999 [citado 15 feb 2017] ;33(7-8):691-723. Disponible en:

<http://web.mit.edu/11.951/oldstuff/albacete/Course%20Reader/Transportation/High-Speed%20Tranist%20Literature%20Review/Kenworthy%20and%20Laube%201999.pdf>

133. Newman P, Kenworthy JR. The Ten Myths of Automobile Dependence. Editorial board [Internet]. 2000 [citado 15 feb 2017] ;6(1):15-25. Disponible en:

http://www.worldcarfree.net/resources/freesources/ad_myths.pdf

134. Douglas MJ, Watkins SJ, Gorman DR, Higgins M. Are cars the new tobacco? Journal of Public Health [Internet]. 2011 [citado 11 may 2015] ;33(2):160-169. Disponible en:

<https://academic.oup.com/jpubhealth/article/33/2/160/1591440>

135. Litman T. Generated traffic: Implications for transport planning. ITE Journal [Internet]. 2001 [citado 21 abr 2017] ;71(4):38-47. Disponible en:

<https://pdfs.semanticscholar.org/abfb/6589b0995d0e476dbb0c42185d2c415f3b7e.pdf>

136. Savell E, Gilmore AB, Fooks G. How Does the Tobacco Industry Attempt to Influence Marketing Regulations? A Systematic Review. PLoS ONE. [Internet]. 2018 [citado 20 abr 2018]; 9(2): e87389. Disponible en:

<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0087389>

137. Petticrew M, et al. ‘Nothing can be done until everything is done’: the use of complexity arguments by food, beverage, alcohol and gambling industries. BMJ Journals [Internet]. 2017 [citado 21 oct 2017]; 71(11):1078-1083. Disponible en:

<https://europepmc.org/articles/pmc5847098>

10. ANEXOS

ANEXO 1.

MARCO PARA CATEGORIZAR LA ACTIVIDAD POLICITA CORPORATIVA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS RESPECTO A LA SALUD PÚBLICA (ADAPTADO PARA LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ)

PRACTICA CORPORATIVA	MECANISMOS	ESTRATEGIA CORPORATIVA
Los responsables del lobby	- Presionar directa e indirectamente (a través de terceros) para influir en la legislación y la regulación para que sea favorable a la industria	INFORMACION Y MENSAJERIA
Destacar la importancia económica de la industria	- Enfatizar el número de puestos de trabajo apoyados y el dinero generado por la economía	
Promover la desregulación	- Destacar la carga potencial asociada con la regulación (pérdidas de puestos de trabajo, carga administrativa) - Demonizar el “Estado niñera” - Amenaza a retirar las inversiones si se introducen nuevas políticas de salud pública	
Encuadre el debate sobre las cuestiones relacionadas con la actividad física y la salud pública	- Cambiar la culpa de la industria automotriz, p. enfoque en la responsabilidad individual, inactividad física - Promover las buenas intenciones y destacar los buenos rasgos de la industria automotriz. - Enfatizar las acciones de la industria automotriz para abordar temas relacionados con la salud pública	
Formar la base de evidencia sobre temas de actividad física y de salud pública	- Investigación de fondos, incluso a través de académicos, escritores fantasmas, instituciones de investigación propias y grupos de la parte delantera. - Pagar científicos como asesores, consultores o portavoces - Difundir y usar evidencias no revisadas o no publicadas - Participar y organizar eventos científicos - Proporcionar materiales educativos patrocinados por la industria - Suprimir o influir en la difusión de la	

	<p>investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enfatizar el desacuerdo entre los científicos y centrarse en la duda en la ciencia - Criticar evidencia y enfatizar su complejidad e incertidumbre 	
Financiar y proporcionar incentivos financieros a los partidos políticos ya los encargados de formular políticas	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar donaciones, regalos, entretenimiento u otros incentivos financieros 	FINANCIACION
Establecer relaciones con los principales líderes de opinión y organizaciones de salud	<ul style="list-style-type: none"> - Promover las interacciones público-privadas, incluyendo las relaciones filantrópicas, transaccionales y transformacionales - Apoyar a las organizaciones profesionales mediante el financiamiento y / o publicidad en sus publicaciones - Establecer relaciones informales con los principales líderes de opinión 	EDIFICACION DE LA CIRCUNSCRIPCION
Buscar participación en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar la filantropía corporativa - Apoyar las iniciativas de actividad física - Apoyar eventos (como para los jóvenes o las artes) e iniciativas a nivel comunitario 	
Establecer relaciones con los encargados de formular políticas	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar participación en grupos de trabajo, grupos técnicos y grupos asesores - Proporcionar apoyo técnico y asesoramiento a los encargados de formular políticas - Utilizan la “puerta giratoria”, es decir, el personal de la industria automotriz para trabaja en organizaciones gubernamentales y viceversa 	
Establecer relaciones con los medios de comunicación	Establecer relaciones estrechas con organizaciones de medios de comunicación, periodistas y blogueros para facilitar la defensa de los medios de comunicación	
Utilizar acciones legales (o la amenaza de las mismas) contra políticas públicas u opositores	Litigar o amenazar con litigar contra gobiernos, organizaciones o individuos	LEGAL
Influir en el desarrollo de	Influir en el desarrollo de acuerdos de comercio e inversión de tal manera que se incluyan cláusulas	

acuerdos comerciales y de inversión	favorables a la industria (por ejemplo, restricciones comerciales limitadas, mecanismos para que las empresas demanden a los gobiernos)	
Desarrollar y promover alternativas a las políticas	Desarrollar y promover códigos voluntarios, autorregulación e iniciativas no regulatorias	SUSTITUCION DE POLITICAS
Criticar a los defensores de la salud pública	Criticar a los defensores de la salud pública personal y públicamente, p. a través de los medios de comunicación, blogs	FRAGMENTACION Y DESESTABILIZACION DE LA OPOSICION
Crear múltiples voces contra las medidas de salud pública	Establecer falsas organizaciones de base ('astroturfing') Obtener el apoyo de grupos comunitarios y empresariales para oponerse a las medidas de salud pública	
Infiltrar, monitorear y defender la salud pública del distrito, grupos y organizaciones	- Monitorear las estrategias operacionales y de promoción de la salud pública, los grupos y las organizaciones - Apoyar la colocación de personal de la industria dentro de las organizaciones de salud	

Información y mensajería: la estrategia de información incluye prácticas a través de las cuales la industria difunde información que es probable que sea beneficiosa para sus actividades con el fin de influir en las políticas y resultados relacionados con la salud pública de manera que estén a su favor. Esta estrategia incluye: ejercer presión sobre los responsables políticos; destacando la importancia económica de la industria; promover la desregulación; encuadrar el debate sobre cuestiones relacionadas con la industria automotriz y la salud pública; dando forma a la base de la evidencia en actividad física y asuntos relacionados con la salud pública.

Incentivos financieros: a través de la estrategia de incentivos financieros, la industria proporciona fondos, regalos y otros incentivos a los políticos, partidos políticos y otros tomadores de decisiones.

Edificio de la circunscripción: la estrategia de construcción de la circunscripción tiene como objetivo ganar el favor de la opinión pública, así como de otros actores clave, como los medios de comunicación y la comunidad de salud pública. Esta estrategia incluye: establecer relaciones con líderes de opinión y organizaciones de salud; buscar la participación en la comunidad; establecer relaciones con los encargados de formular políticas; estableciendo relaciones con los medios de comunicación.

Estrategias legales: en esta estrategia, la industria utiliza acciones legales (o la amenaza de ello) contra las políticas públicas u opositores. La industria también puede intentar influir en el desarrollo de acuerdos de comercio e inversión en su favor.

Sustitución de políticas: cuando se ve amenazada por la regulación, la industria propone alternativas, como las iniciativas voluntarias o la autorregulación.

Oposición, fragmentación y desestabilización: la estrategia de fragmentación y desestabilización del electorado se refiere a las prácticas empleadas por la industria para fragmentar y desestabilizar grupos o individuos que han criticado o es probable que se opongan a los productos de una empresa o prácticas o políticas que pueden afectar negativamente a la empresa.

ANEXO 2. GUIA DE ENTREVISTA TOMADORES DE DECISION EN SALUD PÚBLICA



Guía de entrevista semi- estructurada a tomadores de decisión en salud pública sobre prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz y su influencia en la actividad física utilitaria

Objetivo: Identificar cómo ven los tomadores de decisión en salud pública a la industria automotriz en relación con la actividad física utilitaria

Código:

Fecha:

Lugar de la Entrevista:

Hora de inicio de la entrevista:

Hora de finalización de la entrevista:

Nombre:

Institución:

Cargo:

Tiempo en este cargo:

Cargos anteriores:

Grado Académico:

Sexo:

ASPECTOR GENERALES SOBRE LA MOTORIZACIÓN E IMPLICACIONES EN SALUD

1. ¿Cuénteme usted que hace en este cargo? ¿Hace cuánto trabaja aquí? ¿Siempre ha estado en este cargo? ¿Antes dónde trabajaba?

2. Las cifras muestran que en Colombia sigue aumentando el número de motos y carros. A su juicio: ¿Cuáles son los factores que usted considera han contribuido al proceso de motorización en Colombia (factores sociales, económicos y políticos)

3. A su juicio ¿Cuáles son los principales desafíos para la salud pública derivada de los procesos de motorización en las ciudades?

4. Si le digo transporte sustentable, ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza?

5. ¿En dónde estamos en Colombia con relación al transporte sustentable?

Ahora quisiera que nos enfocáramos a conversar sobre la industria automotriz y me refiero a: ensambladoras y fabricantes de automóviles y motos; fabricantes de autopartes; concepcioneros (comercializadores) de vehículo motorizado particular (carro, moto); gremios de la industria automotriz (cámara de la industria automotriz de la ANDI, ANDEMOS, FENALCO, ACOLFA, ASOPARTE, entre otros)

6. De todos estos sectores que hacen parte de la industria: ¿A quién usted conoce o con quién ha tenido que ver por su cargo aquí? ¿Y antes?

7. ¿Cuál considera usted que ha sido el papel de la industria automotriz en los procesos de motorización de Colombia?

Tenemos una larga historia con la industria tabacalera y últimamente con la industria de alimentos, ellas dos han influenciado decisiones públicas. ¿Conoce usted alguna práctica o actividad política corporativa empleada por la industria automotriz para promover el uso y la tenencia del vehículo motorizado particular? (cual, como actúa dicha práctica, en donde la ha evidenciado)

Si no las conoce, en mi trabajo de investigación que se centra en esta industria yo he encontrado algunas de las prácticas de la industria automotriz pueden influir directa o indirectamente en las políticas de salud pública. Por ejemplo, ejemplo Información y mensajería (destacar la importancia de la industria automotriz, lobby, promover la desregulación), incentivos financieros, edificación de la circunscripción, estrategia legal, sustitución de políticas, fragmentación y desestabilización de la oposición.

8. ¿Qué opina sobre ello?

9. ¿Usted ha evidenciado alguna de estas prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz?

10. A su juicio, ¿Qué riesgo tienen estas prácticas para la salud pública?

11. Yo estoy interesada en la actividad física. Mi pregunta es: ¿En particular cómo ve esta relación entre la industria automotriz y la actividad física (utilitaria)?

Ahora quisiera que habláramos del papel de los tomadores de decisión con respecto a las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz

12. ¿Cuál es el papel de los tomadores de decisión en salud frente a estas prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz? // o ¿Cuál es la responsabilidad de los tomadores de salud pública frente a las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz?

13. ¿Conoce a salubristas que hagan lobby en el gobierno en favor o en contra de la industria automotriz?

14. ¿Cuáles son los factores que usted considera influyen (o facilitan) que en Colombia se puedan llevar a cabo estas prácticas corporativas? De ejemplo

15. ¿Hay algo más que le gustaría hablar? Algo que quisiera contarme o un tema que yo le pregunté pero que usted quisiera comentar

Por último, me gustaría entrevistar a otras personas que pueden proporcionar información sobre esta área.

16. ¿A quién más sugieres que hagamos una entrevista sobre este tema?

Preguntas particulares para los tomadores de decisión del sector de transporte

¿Cuáles son los principales desafíos que presenta Colombia en términos de transporte urbano? (indagando por la capacidad institucional, transporte motorizado y no motorizado)

Colombia desde hace aproximadamente 20 años está desarrollando los SITM en las ciudades de más de 600.000 habitantes, adicionalmente se está buscando la integración de estos sistemas con otras formas de transporte no motorizado como la bicicleta a través de las ciclorrutas. En general ¿cómo considera usted que ha sido el proceso de articulación del transporte no motorizado con los SITM? (Recursos, (fuerzas) aliados, opositores, obstáculos) (Industria automotriz)

¿Cuáles son los principales desafíos que presenta Colombia en términos de transporte no motorizado? (Considera usted la industria automotriz una amenaza para el desarrollo de modos no motorizados)

Preguntas particulares para los tomadores de decisión del sector ambiental

En general ¿Cómo considera usted ha sido el proceso de implementación de transporte no motorizado en Colombia? (aliados, opositores, recursos, papel de la industria automotriz)

¿Cuáles son los principales desafíos que presenta Colombia en términos de transporte no motorizado? (considera usted la industria automotriz una amenaza para el desarrollo de modos no motorizados)

¿En dónde estamos en Colombia con relación a la calidad del aire? ¿Cuál es su visión de calidad del aire?

¿Quién está interesado en mejorar la calidad de los combustibles (o quien se ha opuesto)?

Conocemos que se han implementado algunas medidas para mejorar la calidad del aire y disminuir la congestión en las ciudades. ¿Quién se ha opuesto a medidas como el pico y placa o al día sin carro?

ANEXO 3.

GUIA DE ENTREVISTA REPRESENTANTES DE INDUSTRIA AUTOMOTRIZ



Guía de entrevista semi- estructurada a representantes y/o actores de la industria automotriz sobre prácticas corporativas implementadas por estos y su influencia en la actividad física utilitaria

Objetivo: Identificar como se ven los actores de la industria automotriz con relación a la actividad física utilitaria

Código:

Fecha:

Lugar de la Entrevista:

Hora de inicio de la entrevista:

Hora de finalización de la entrevista:

Nombre:

Institución:

Cargo:

Grado Académico:

Sexo:

ASPECTOS GENERALES SOBRE LA MOTORIZACIÓN E IMPLICACIONES EN SALUD

1. ¿Cuénteme usted que hace en este cargo? ¿Hace cuánto trabaja aquí? ¿Siempre ha estado en este cargo? ¿Antes dónde trabajaba?
2. Qué hace ASOPARTE (historia: cuándo y por qué se conformó); qué líneas de trabajo tienen, cuál es su propósito, etc.
3. Cómo ha sido la política automotriz en Colombia en los últimos años
4. Las cifras muestran que en Colombia sigue aumentando el número de motos y carros. A su juicio ¿Qué papel ha jugado AUTOPARES en ellos?
5. Si le digo transporte sustentable, ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza? 6. ¿En dónde estamos en Colombia con relación al transporte sustentable? 7. ¿Qué papel tiene AUTOPARTES con relación al transporte sustentable?
8. ¿Cuál considera usted que ha sido el papel de la industria automotriz en los procesos de motorización de Colombia?
9. ¿Cuáles son algunas de las prácticas implementadas por ustedes como industria para promover el uso y la tenencia del vehículo motorizado particular en Colombia? (Cual, como actúa dicha práctica, en qué circunstancias la llevan a cabo)

10. En su experiencia, ¿El sector que usted representa ha desarrollado algunas de estas prácticas corporativas (Cuales son, bajo qué circunstancias son empleadas, que facilita la implementación de las mismas)?

11. ¿Qué prácticas corporativas ha evidenciado por parte de otros actores de la industria automotriz?

12. Yo estoy interesada en la actividad física. Mi pregunta es: ¿En particular cómo ve esta relación entre la industria automotriz y la actividad física (utilitaria)?

Ahora quisiera que habláramos del papel de la industria automotriz con relación a las prácticas corporativas desarrolladas por estos

13. ¿Cuál es la responsabilidad de la industria automotriz frente a las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz?

14. ¿Cuáles son los factores que usted considera influyen (o facilitan) que en Colombia se puedan llevar a cabo estas prácticas corporativas? De ejemplo

15. ¿Está de acuerdo usted con la legalización del lobby en Colombia?, Como debería ser la legalización, que aspectos debe involucrar?

Preguntas particulares

16. ¿Cuál es el papel que usted considera juega la industria automotriz en el desarrollo de la actividad física utilitaria?

17. ¿La industria automotriz participa en la toma de decisiones con respecto al transporte no motorizado en Colombia?

18. ¿Cuál debería ser el papel de la industria automotriz frente a la actividad física utilitaria en Colombia?

19. ¿Hay algo más que le gustaría hablar? Algo que quisiera contarme o un tema que yo le pregunté pero que usted quisiera comentar

Por último, me gustaría entrevistar a otras personas que pueden proporcionar información sobre esta área.

20. ¿A quién más sugieres que hagamos una entrevista sobre este tema?



ANEXO 4. CONSENTIMIENTO INFORMADO



Prácticas Corporativas de la Industria Automotriz y la Actividad Física Utilitaria en Colombia

Apreciado participante:

Esta investigación hace parte de un trabajo de grado, realizado por Marly Stephany Guerrero Viafara investigadora principal y estudiante de Maestría en Salud Pública y Janeth Mosquera Becerra, directora del trabajo de investigación, profesora de la Universidad del Valle. El objetivo de la investigación es analizar las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz para promover el uso y la tenencia del vehículo motorizado privado en Colombia entre los años 2006 y 2017, además, se explorarán las percepciones que tienen los tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación urbana y ambiente con respecto a las prácticas corporativas de esta industria. Se espera que en el presente estudio participen 15 personas entre las cuales se encuentran tomadores de decisión en salud pública, transporte, planificación urbana y ambiente. Grupo del cual usted hace parte.

Su participación en el estudio consiste en responder preguntas de una entrevista, la cual tendrá una duración aproximada de 60 minutos. Durante la entrevista se pretende obtener información relacionada con su percepción sobre los cambios en el tiempo de la motorización y actividad física utilitaria; el transporte sostenible; la motorización y el papel de la salud pública; y las prácticas corporativas implementadas por la industria automotriz. Para no perder detalle de la información que usted brinde, le solicitamos nos permita grabar la entrevista en audio. Las grabaciones y las transcripciones serán únicamente utilizadas por los investigadores y tendrán un uso exclusivo para este estudio; además, esta información será confidencial, cada una de las entrevistas se le asignará un código de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Su nombre no será divulgado en ningún documento que se origine de esta investigación. Las anteriores medidas son con el fin de disminuir el riesgo de confidencialidad y anonimato que tiene la investigación para usted.

Su participación en la investigación no le brinda beneficios directos e inmediatos, pero se espera que a largo plazo la información obtenida sirva para el desarrollo de políticas públicas para el abordaje integral de las enfermedades crónicas no transmisibles. Es importante aclarar que usted no recibirá alguna compensación económica por participar en esta investigación y tampoco incurrirá en ningún gasto.

El lugar, la fecha y la hora de la entrevista será acordada con usted. Además, es importante aclarar que existe la posibilidad de realizar una segunda entrevista para complementar la información, en caso de ser así estaré en contacto de nuevo con usted. Es relevante precisar que

la información suministrada será guardada bajo estricta confidencialidad. Desde ya le agradecemos su participación.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el estudio. Igualmente, si usted desea retirarse de la investigación, puede hacerlo en cualquier momento sin que esto le cause algún perjuicio, su participación será estrictamente voluntaria.

Al firmar este documento usted acepta participar voluntariamente en esta investigación.

Yo _____ Reconozco que la información que proporcione en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y autorizo a los investigadores para que empleen la información suministrada para realizar el presente estudio. Además, he sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo si así lo decido, sin que esto conlleve perjuicio alguno para mi persona.

De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Marly Stephany Guerrero al teléfono: 311 644 16 47 correo marlys_916@hotmail.com; Janeth Mosquera Becerra al teléfono 554 24

76 ext. 112 correo: jmosquera@grupogesp.org y al representante del CIREH, teléfono: 518 56 77, correo electrónico: eticasalud@correounivalle.eu.co.

Autorizo para que utilicen los resultados de esta investigación para ulteriores trabajos de investigación previa aprobación del Comité de Ética, además apruebo que los datos que surjan a partir de este trabajo sean utilizados en informes y publicaciones.

Entiendo que una copia de este consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando esté haya concluido. Para esto, puedo contactar a la anteriormente mencionada.

Lugar y fecha

Firma del Participante
c.c

Firma del Investigador Principal
c.c

Testigo número 1
c.c

Testigo número 2
c.c