

OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LOS MICROEMPRESARIOS DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

Trabajo presentado como requisito parcial para obtener el título de magíster en Administración
(MBA)

CARLOS JULIO ANDRIOLI GÓMEZ¹

JULIÁN OCHOA ARANGO²

Asesora temática: Sara Aguilar Barrientos, M.Sc.

Asesora metodológica: Beatriz Amparo Uribe de Correa, M.Sc.

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN (MBA)
ARMENIA, QUINDÍO

2014

¹ candriol@eafit.edu.co

² jochoaa@eafit.edu.co

OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LOS MICROEMPRESARIOS DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

INTERNATIONALIZATION OPPORTUNITIES FOR MICRO ENTREPRENEURS OF DEPARTMENT OF QUINDIO

CARLOS JULIO ANDRIOLI GÓMEZ

JULIÁN OCHOA ARANGO

Maestría en Administración de Negocios (MBA), Universidad EAFIT

Resumen

La crisis del café ha afectado en gran medida la economía del departamento del Quindío, el cual en los últimos años ha intentado volcar su vocación hacia el turismo, basándose en la infraestructura de las fincas cafeteras; sin embargo, es evidente el escaso número de grandes empresas y de negocios significativos que permitan dinamizar su economía, lo que ubica al departamento en uno de los más altos niveles de desempleo y uno de los más bajos en exportaciones. En consecuencia, se pretende informar y describir sobre las oportunidades de internacionalización de los productos y servicios de sus microempresarios, derivadas de los acuerdos comerciales suscritos por Colombia, de su ubicación geográfica, de la logística e infraestructura del departamento del Quindío, de la declaratoria por parte de la UNESCO de paisaje cultural cafetero a 11 de sus 12 municipios y de la facilidad de hacer inversión según la medición del *doing business* subnacional.

Palabras clave

Internacionalización, acuerdos comerciales, pyme, paisaje cultural cafetero, ventajas comparativas y competitivas.

Abstract

The coffee crisis has seriously affected the economy of the department of Quindío, which in recent years has tried to turn its vocation to the tourism, based on the infrastructure of the coffee farms. However, it is clearly the small number of big companies and significant businesses that allow boost its economy, placing the department in one of the highest levels of unemployment and one of the lowest rates in exports. Accordingly, it is intended to inform and to describe about the opportunities of internationalization of products and microentrepreneurs services, arising from trade agreements signed by Colombia, about its geographical location, logistics and infrastructure of the department of Quindío, the declaration by UNESCO coffee Cultural Landscape 11 of its 12 municipalities and the ease of investment as measured by the “doing business subnacional”.

Key words

Globalization, trade agreements, PME, coffee cultural landscape, comparative and competitive advantages.

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	7
2. Marco contextual de la situación en estudio	9
2.1. Las etapas de la globalización.....	9
2.2. Características generales del Quindío.....	12
2.3. Conformación empresarial del departamento del Quindío.....	13
2.4. Ventajas comparativas del departamento del Quindío.....	18
2.4.1. Ubicación geográfica del departamento del Quindío, una de sus principales ventajas comparativas.....	18
2.4.2. Paisaje cultural cafetero colombiano (PCCC) como ventaja competitiva.....	19
2.5. Ventajas competitivas del departamento del Quindío.....	22
2.5.1. La propuesta del Quindío para contribuir a la competitividad nacional.....	24
2.5.2. Aeropuerto internacional El Edén como ventaja competitiva del Quindío.....	26
2.5.3. Zona Franca del Eje Cafetero como ventaja competitiva del Quindío.....	27
2.5.4. Corredor vial (Bogotá-Armenia-Buenaventura).....	28
2.5.5. Proyecto UPME-02-2009 (inclusión del Departamento del Quindío en el sistema de transmisión nacional eléctrico).....	29
2.5.6. <i>Doing Business</i> 2013, una oportunidad para generar inversión en el Quindío.....	31
2.6. Productos del Quindío que representan una ventaja comparativa para la internacionalización.....	32
2.6.1. Cafés especiales y derivados del café	39
3. Oportunidades de los productos del Quindío para el mundo	41

3.1. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con la Unión Europea y <i>European Free Trade Association</i> (EFTA)	42
3.2. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con Canadá.	45
3.3. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con Estados Unidos.	47
3.4. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con México.	49
3.5. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con El Salvador, Guatemala y Honduras (Triángulo Norte de Centroamérica).	50
3.6. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con Chile.	52
3.7. Otros mercados para los productos quindianos según Proexport.	52
3.8. Oportunidades de internacionalización gracias a la Alianza del Pacífico.	55
4. Método de solución.	57
4.1. Actores entrevistados.	59
4.1.2 Actores de entes gubernamentales, organizaciones y academias.	59
4.1.3 Microempresarios.	59
4.2. Presentación y análisis de resultados de las entrevistas.	60
4.2.2 Datos generales.	60
4.2.2.1 Conocimiento de las ventajas comparativas y competitivas del Quindío.	60
4.2.2.2 Percepción sobre las mayores ventajas comparativas con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios.	61

4.2.2.3 Percepción sobre las mayores ventajas competitivas con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios.....	63
4.2.2.4 Estado de las empresas del Quindío frente a la internacionalización de sus productos.....	65
4.2.2.5 Necesidades de las empresas del Quindío, por parte de los entes gubernamentales, para la explotación de las ventajas del departamento.....	67
4.2.2.6 Necesidades de las empresas del Quindío en su interior para optimizar la internacionalización.....	70
5. Conclusiones.....	71
6. Referencias.....	74

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica del Quindío	12
Figura 2. <i>Collage</i> turístico quindiano	13
Figura 3. Triángulo de oro	18
Figura 4. Departamentos que hacen parte del paisaje cultural cafetero.....	20
Figura 5. Tasa de desempleo nacional.....	25
Figura 6. Aeropuerto internacional El Edén en Armenia	26
Figura 7. Localización de la Zona Franca del Eje Cafetero	27
Figura 8. Trazado planteado por Odinsa	28
Figura 9. Ubicación del proyecto	30
Figura 10. Logo de la Alianza del Pacífico	56

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Composición empresarial en el Departamento del Quindío en el período de 2011 a 2013.....	14
Tabla 2. Exportaciones no mineras del Quindío.....	36

Tabla 3. Principales destinos de exportaciones no mineras del Quindío.....	37
Tabla 4. Sectores de la apuesta regional de la agenda interna.....	38
Tabla 5. Oportunidades de los productos quindianos en la Unión Europea.....	43
Tabla 6. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC de Canadá.....	47
Tabla 7. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC de Estados Unidos.....	48
Tabla 8. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC de México.....	50
Tabla 9. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC del Triángulo del Norte.....	51
Tabla 10. Oportunidades de los productos quindianos con los TLC suscritos con Chile.....	52
Tabla 11. Otros mercados para los productos del Quindío.....	52
Tabla 12. Productos con mayor posibilidad de internacionalización desde el Quindío.....	72

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. ¿Conoce usted las ventajas comparativas y competitivas del Quindío?.....	61
Gráfico 2. ¿De las siguientes, cuál cree que es la mayor ventaja comparativa con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios?	62
Gráfico 3. ¿De las siguientes, cuál cree que es la mayor ventaja competitiva con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios?.....	64
Gráfico 4. ¿Cómo se encuentran las empresas del Quindío frente a la internacionalización de sus productos?	66
Gráfico 5. ¿Qué necesitarían las empresas de los entes gubernamentales para mejorar la explotación de las ventajas del departamento del Quindío?.....	67
Gráfico 6. ¿Qué necesitarían las empresas del Quindío en su interior para optimizar la internacionalización?.....	70

1. Introducción

El Quindío en los últimos años ha ocupado uno de los primeros lugares de desempleo en el país, lo que lo convierte en uno de los departamentos que realiza menor cantidad de exportaciones. Esta situación puede tener relación con el bajo número de medianas y grandes empresas en su territorio y tiene como fundamento que, del total nacional, el departamento cuenta con tan solo el 1,0% y el 0,8%, en su orden. Dichos porcentajes pueden impactar en forma negativa la relación de empleabilidad y el nivel de exportaciones, toda vez que, a menor número de grandes empresas, es menor el número de mano de obra contratada y de bienes o servicios producidos que pueden ser objeto de internacionalización. Por lo anterior, las microempresas quindianas, cuyo porcentaje abarca el 96,3% de las empresas formales del departamento, son el eje central de este trabajo, como eslabones fundamentales de la economía quindiana.

Es de resaltar que los bajos índices en exportaciones pueden ser atribuidos, de igual manera, a la falta de información con que cuentan los micro y pequeños empresarios quindianos acerca de las oportunidades de internacionalización de sus productos y servicios, originada en los acuerdos comerciales suscritos por el Gobierno Nacional, por lo cual este documento presenta un análisis informativo y descriptivo de las condiciones del Quindío, con el objeto de enseñar un panorama de posibilidades de internacionalización que podría fortalecer la frágil economía del departamento. A través de dicha descripción se muestran varios macroproyectos e inversiones en infraestructura que robustecerán la logística de transporte en el Quindío, entre ellos el túnel de La Línea, la ampliación de la pista del aeropuerto internacional El Edén, la adecuación de la vía férrea La Tebaida-puerto de Buenaventura y del corredor vial de doble calzada que atravesará el

departamento y que irá desde Calarcá a La Paila, Valle del Cauca, que pretende la disminución del tiempo en desplazamiento entre Bogotá y el referido puerto; todos estos factores actuarán como activadores de la Zona Franca del Eje Cafetero, ubicada en La Tebaida, Quindío.

Otros de los aspectos que se describen son la declaratoria por parte de la UNESCO de paisaje cultural cafetero a 11 de los 12 municipios del departamento y la facilidad de hacer inversión que, según los indicadores como el *Doing Business*, ubican a Armenia, capital del Quindío, entre las primeras posiciones en cuanto a facilidad de hacer trámites para creación de empresas.

El resultado de este trabajo es un documento de guía para los empresarios quindianos y de los departamentos vecinos, que les permita conocer y aprovechar las ventajas derivadas de la infraestructura física y logística del Quindío, con el fin de que puedan hacer uso óptimo de dichas rutas para sacar sus productos, lo que les permitiría beneficiarse de los diferentes tratados suscritos por el Gobierno, los cuales se encuentran alineados con las estrategias de globalización que pretenden expandir los mercados de productos y servicios quindianos. Todo esto ayudará a la implementación de políticas públicas o “estrategias regionales” enfocadas hacia la atracción de nuevos inversionistas que ayuden a la generación de empleo, a un crecimiento sostenible de la economía, y, como consecuencia lógica, a crear prosperidad regional con impacto nacional, teniendo en cuenta que las entidades gubernamentales, como la Gobernación del Quindío y las alcaldías de Armenia, Buenavista, Calarcá, Circasia, Córdoba, Filandia, Génova, La Tebaida, Montenegro, Pijao, Quimbaya y Salento, no pueden ser “actores detrás de cámaras”, sino que deben establecer el contexto para la acción de las empresas e industrias, que, desde luego, son su principal agente de cambio.

En conclusión, en este trabajo se encuentran las características geofísicas del departamento del Quindío, su conformación empresarial, sus ventajas comparativas y competitivas desde el punto de vista comercial y, en especial, las oportunidades de los productos del Quindío para el mundo, gracias a los diferentes acuerdos comerciales suscritos por Colombia, los cuales pueden otorgarles a los microempresarios la posibilidad de expandir sus mercados y reactivar su economía.

2. Marco contextual de la situación en estudio

2.1. Las etapas de la globalización

Para comenzar a hablar sobre internacionalización es necesario acotar el término globalización, del cual se ha hablado desde hace solo algunas décadas; sin embargo, al hacer una revisión histórica, se puede ver que su práctica se remonta siglos atrás.

Friedman (2005) hace referencia a tres tipos de globalización en diferentes épocas. La primera la enmarca en 1492 (globalización 1.0), cuando Colón zarpó y se abrió el comercio entre el viejo y el nuevo mundo; afirma que esta primera globalización logró encoger la tierra de talla grande a talla mediana, lo que permitió las primeras relaciones comerciales transatlánticas y puso a prueba la capacidad de las naciones.

En la Globalización 1.0 el principal agente de la transformación, la fuerza dinámica que impulsó el proceso de integración global, era la cantidad de fuerza (músculo, caballos, fuerza eólica y, después de vapor) que tenía un país y cuánta se podía desplegar de manera creativa (Friedman, 2005, p.19).

En esa era, los países comenzaron a derribar muros, con el objeto de impulsar la integración global.

La globalización 2.0 se desarrolló desde el año 1800 hasta el 2000: una larga era que se caracterizó por la primera y la segunda guerra mundial.

Esta era encogió la talla del mundo de mediana a pequeña. En la Globalización 2.0 el principal agente de la transformación, la fuerza dinámica que impulsó la integración global, fue la empresa multinacional. Precedidas por la expansión de las sociedades anónimas holandesas e inglesas y por la Revolución Industrial, las multinacionales se globalizaron en mercado y en mano de obra (Friedman, 2005, p.19).

Esta segunda globalización se caracterizó por la caída en los costos del transporte, la incursión de la máquina de vapor y el ferrocarril y también por la caída de los costos de la telecomunicación derivada del notorio avance en dichos sistemas. Esta época fue testigo y artífice del fortalecimiento de la economía globalizada, en la que cada vez era más fácil el intercambio de bienes e información.

Desde el año 2000 en adelante se puede hablar de globalización 3.0.

Globalización 3.0, o sea, el rasgo que le confiere su carácter único, es el recién hallado poder de los individuos para colaborar y competir a escala global. Y la palanca que está posibilitando que individuos y grupos se globalicen con tanta facilidad y homogeneidad; no son ni los caballos de potencia ni los soportes físicos, sino los programas informáticos (toda clase de aplicaciones nuevas) unidos a la creación de una red global de fibra óptica que nos ha puesto a todos puerta con puerta (Friedman, 2005, p.20).

La globalización 3.0 logra encoger aún más el espectro universal, se cierran brechas y se logra que mucha más gente se conecte entre sí y haga parte de esa gran dinámica mundial; en esta etapa de la globalización, las personas y las empresas, al tener mayor acceso a la información y mejor conocimiento, buscan llegar más allá; en dicho momento cobran mayor relevancia las competencias de cada uno para afrontar ese mercado global.

De esta manera, se puede ver que la globalización se inició entre países, después entre grandes empresas y, hoy en día, entre personas que ofrecen productos y servicios con valores agregados, con el fin de impactar los mercados objetivos de una manera efectiva, para lo cual deben establecer estrategias que incluyen no solo el diseño y la producción, sino también la comercialización, teniendo siempre en mente las necesidades y posibilidades globales, en vez de considerar solamente su circunscripción territorial; se comprende así que la estrategia global debe integrar acciones para contrarrestar las de los competidores dentro de un plan de carácter mundial, condiciones que deben ser tenidas en cuenta por los microempresarios, que son el objeto de este trabajo.

Con base en lo anterior, se puede decir que, para que los empresarios quindianos puedan ingresar a mercados internacionales, se hace indispensable, entonces, contar no solo con el nivel de capacidad en el desarrollo de productos y servicios que tengan precios competitivos y que den mayor valor que otros que sean comparables, sino con la posibilidad de mostrar y transportar a precios competitivos tales bienes, por lo cual se permite la interacción con los compradores y se garantiza su entrega a cualquier parte del planeta.

En ese sentido, empresas, gobierno, trabajadores y academia del departamento del Quindío deben reconocer, analizar, explotar y mejorar sus estrategias para volverse más competitivos y obtener mayores ganancias, a través del ofrecimientos de mercancías de mejor calidad, menor precio, mayor garantía, más amplia diversidad de diseños y posibilidades de aplicabilidad más extensas, entre otras muchas otras particularidades.

2.2. Características generales del Quindío

El departamento del Quindío está situado en el corazón de Colombia; se extensión es de 1.845 kilómetros cuadrados, está constituido por 12 municipios y tiene una población estimada de 562.114 habitantes, de acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación (DNP) (2013). En la figura 1 se ilustra geográficamente el posicionamiento del departamento del Quindío.

Figura 1. Ubicación geográfica del Quindío



Fuente: Turiscolombia (2014)

El departamento ha sido reconocido a lo largo de la historia por su tradición cafetera, la cual desde hace varios años se encuentra sumergida en una profunda crisis, a causa del deterioro de los precios internos y de un proceso de intermediación que se da en los canales de comercialización, en el que los productores no reciben la ganancia que esperan o en algunas ocasiones los precios de venta no superan los costos de producción. Dicha situación ha fomentado que se incline su perfil hacia el turismo, gracias al aprovechamiento de la infraestructura de sus fincas y al auge de parques temáticos, como el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca), el Parque Nacional del Café, la Granja de Mamá Lulú, el

Mariposario (Jardín Botánico del Quindío) y el Recorrido por la Cultura Cafetera (Recuca), entre otros.

Figura 2. *Collage* turístico quindiano



Fuente: Academia Uniquindío (2006)

2.3. Conformación empresarial del departamento del Quindío

Según el informe estadístico empresarial presentado por la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío (2014), la mayor cantidad de empresas que se encuentran matriculadas y renovadas en el departamento del Quindío son las microempresas, las cuales se definen como unidades económicas que poseen activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) y menos de diez empleados. Según dicho informe, entre los años 2012 y 2013 se observa una variación respecto a la cantidad de empresas de este tipo, con un incremento de 390 empresas de un año a otro.

Es de resaltar que durante el año 2013 solo se constituyeron dos grandes empresas en el departamento del Quindío, consideradas las mismas como las que tengan activos son superiores a los 30.000 SMMLV; en consecuencia, se pasó de 18 a 20 en esta categoría. El aumento de medianas empresas se pudo constatar en 12 nuevas empresas registradas en dicha categoría durante el año 2013, para un total de 90.

Del informe se observa, de igual manera, que el segundo tipo de empresa que más se crea en el Quindío son las pequeñas empresas, definidas como aquellas que tienen entre 11 y 50 trabajadores y sus activos totales están valorados entre los 501 y menos de 5.000 SMMLV. El aumento de un año a otro fue de 34 en esta categoría, para un total de 446, que fue la de mayor incremento después de la microempresa.

En conclusión, se puede ver que el 96% de las empresas vigentes en el Quindío son de tamaño micro; en seguida, el 3% corresponde a la pequeña empresa y el 1% a medianas empresas. Solo el 0,13% de las empresas que se registran mercantilmente son grandes empresas.

Tabla 1. Composición empresarial en el Departamento del Quindío en el período de 2011 a 2013

	GRANEMPRESA	MEDIANA EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MICROEMPRESA
2011	30	120	446	12798
2012	18	78	412	14109
2013	20	90	446	14499

Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío (2014)

Es importante tener en cuenta que la propuesta que se formula tiene como destinatarios principales a los microempresarios del departamento del Quindío, ya que, como lo ha dicho el

DNP (2013), las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son alternativas de generación de empleo, de ingresos y de activos para un gran número de personas del país y, por consiguiente, del departamento. Se han reconocido como actores estratégicos en el crecimiento de la economía, en la transformación del aparato productivo y en el mejoramiento de la posición competitiva de Colombia.

Para las pyme existen oportunidades interesantes que ofrecen las nuevas tendencias en los negocios en el mundo. En primer lugar la relación simbiótica donde empresas de todos los tamaños comienzan a compartir el mismo espacio de competencia. Esta tendencia es prometedora para las pyme para incrementar su competitividad global y formar relaciones de cooperación con empresas de mayor tamaño como las multinacionales. Segundo, la tercerización, en donde las empresas se han venido concentrando en aquellas actividades que realmente contribuyen a lograr su ventaja competitiva y utilizan proveedores en todo el mundo. Tercero, la corporación virtual donde su producto o servicio virtual es producido muy rápidamente como respuesta a la demanda del consumidor. Una corporación americana de este tipo necesitará la suficiente flexibilidad que le generan los diversos proveedores de pyme colombianos. Cuarto, la tendencia hacia compromisos de largo plazo entre la empresa y proveedor para un determinado componente y servicio [...] Finalmente, la nueva tendencia global hacia una acelerada reconfiguración global de las cadenas de valor, que abre espacios que deben ser aprovechados por las pyme (Ferrocarril del Pacífico aumentará su carga, 2014).

Como se dijo, en el departamento del Quindío el tejido empresarial está constituido en un 96% por mipymes; sin embargo, se percibe con preocupación que la mayoría de ellas han surgido casi que por “generación espontánea”, debido a los altos índices de desempleo que se han registrado en el departamento a lo largo de la historia, a los cambios en las dinámicas empresariales y a la falta de industria en el sector. No obstante, la generación de empresa se ha convertido en una alternativa viable para los quindianos, por lo que se cuentan, entre los miles de micro y pequeñas empresas registradas ante la cámara de comercio, casos exitosos de emprendimientos que han logrado crecimiento, con productos y servicios que se abren paso en mercados nacionales e internacionales; sin embargo, muchas de las mismas han sido puestas en serias desventajas con aquellas de “países desarrollados” o del “primer mundo”, que han

incursionado en el territorio a raíz de los tratados de libre comercio suscritos por el Gobierno. Lo anterior porque la últimas cuentan no solo con apoyo técnico, científico y económico, sino que su conformación y organización se encuentran, en la mayoría de los casos, cimentadas en altos estándares internacionales de calidad, que generan valor a través del uso óptimo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), de la gestión de conocimiento y de todas las herramientas necesarias para producir, mostrar, vender, entregar y cobrar sus productos y servicios al destinatario final, situaciones en las que la calidad, el precio y el tiempo se convierten en factores diferenciadores.

Las microempresas se convierten, entonces, en un motor importante que impulsa el desarrollo del Departamento del Quindío, que ha aguantado la crisis cafetera y la reducida industria localizada en él, entre otros factores adversos. Dichas condiciones pueden superarse si se les hace frente con diversos emprendimientos que tengan posicionamiento en el mercado local, que deriven en grandes potencialidades en mercados internacionales; en tal sentido, es fundamental efectuar el redireccionamiento estratégico de las microempresas, siguiendo, por ejemplo, las siguientes recomendaciones, presentadas en Portafolio (Ferrocarril del Pacífico aumentará su carga, 2014).

- Analizar en detalle el TLC y su negociación. En consecuencia, es necesario estudiar el tratado y ubicar los capítulos que mayor impacto tendrán en el entorno de negociación y la ganancia deseada. Se deben efectuar valoraciones cuantitativas con base en la información suministrada por fuentes oficiales y gremiales.

- Evaluar el mercado y sus ganancias: para lo cual es necesario puntualizar cuáles pueden ser las “barreras de entrada, los competidores, capacidad de negociación frente a proveedores y compradores, amenaza de sustitutos y rivalidad.”
- Crear estrategias: Los empresarios deben implantar alternativas para afrontar las “amenazas y sacar provecho de las oportunidades.” (Ferrocarril del Pacífico aumentará su carga, 2014).
- Para guiar los pasos anteriores, en la misma fuente se desarrolló una serie de interrogantes que servirán como punto de partida para las empresas a la hora de generar estrategias de internacionalización. A continuación se enuncian algunos de ellos, ya que pueden servir como guía a los microempresarios del Departamento del Quindío, que son el foco principal de este trabajo:
 - ¿Cómo un producto particular puede entrar al mercado norteamericano?, ¿cuáles son los requisitos de entrada y empaque?, ¿cuál institución los exige?, ¿cuáles certificados debe tener la mercancía?, ¿cuál agente los expide?, ¿cómo va a ser la desgravación arancelaria del producto y los insumos?, y ¿cuáles son las condiciones aduaneras?
 - Se debe identificar la manera en que se afectaría la cadena logística de los productos de la empresa: ¿cuáles serían las condiciones de entrada de las materias primas o cómo se verán afectadas las condiciones para los proveedores nacionales? De igual manera, se debe realizar este ejercicio, no solo para la competencia directa sino para los bienes sustitutos.

- Al final de la cadena se deben identificar los canales que abrirán los productos de la empresa y cómo la pyme se puede convertir en un canal para los nuevos productos que llegarán al mercado.

2.4. Ventajas comparativas del departamento del Quindío

2.4.1. Ubicación geográfica del departamento del Quindío, una de sus principales ventajas comparativas:

El Quindío se encuentra en una región privilegiada de Colombia, denominada el triángulo de oro, caracterizada por su ubicación estratégica cerca del puerto de Buenaventura.

En este contexto el Departamento del Quindío con su posición estratégica entre el occidente y centro del país, es una región que jugará un papel fundamental en torno a la conectividad, comunicaciones y valor agregado en el transporte y la logística de carga (Gobernación del Departamento del Quindío y Comisión Regional de Competitividad, 2011).

Figura 3. Triángulo de oro



Fuente: TransArmenia Carga Zona Franca S. A. S. (s.f.)

Según la Zona Franca Internacional de Pereira (2013) y el Plan Regional de Competitividad del Quindío (Gobernación del Departamento del Quindío y Comisión Regional de Competitividad, 2011), el triángulo de oro es una de las principales ventajas comparativas de la región, que se ubica entre Cali, Medellín y Bogotá, la cual abarca el 10% del territorio colombiano, el 56% de la población del país, el 76% del producto interno bruto, el 76% de la producción manufacturera, el 75% del comercio, el 73% del sector de servicios, el 77% del total de producción de café, el 76% de la industria de la producción, el 38% de la población económicamente activa, el 69% de la capacidad instalada de la red eléctrica y el 73% del sector servicios del país. En consecuencia, el Quindío, que se ubica en el centro del referido triángulo, tiene una geoubicación importante y cuenta con infraestructura como el aeropuerto internacional El Edén, la Zona Franca del Eje Cafetero (ubicada en La Tebaida) y el corredor vial que se ha trazado desde Bogotá hasta el puerto de Buenaventura, con el túnel de La Línea y la doble calzada Calarcá-La Paila. Todos estos aspectos hacen del departamento un sitio privilegiado para el resurgimiento de su economía, ya que, al contar con facilidades para el acceso a medios de transporte terrestre, aéreo y marítimo, así como con la red energética nacional, hace que se generen mayores posibilidades de internacionalización de sus productos y servicios.

2.4.2. Paisaje cultural cafetero colombiano (PCCC) como ventaja competitiva

Para la UNESCO, patrimonio mundial es el título que se les confiere a sitios específicos del planeta, es decir, son los mejores ejemplos de patrimonio cultural y natural de la humanidad. Se otorga con el propósito de orientar a los pueblos en una gestión más eficaz de su propio desarrollo y para aprovechar dichos atractivos y recursos naturales y sus valores culturales, con el

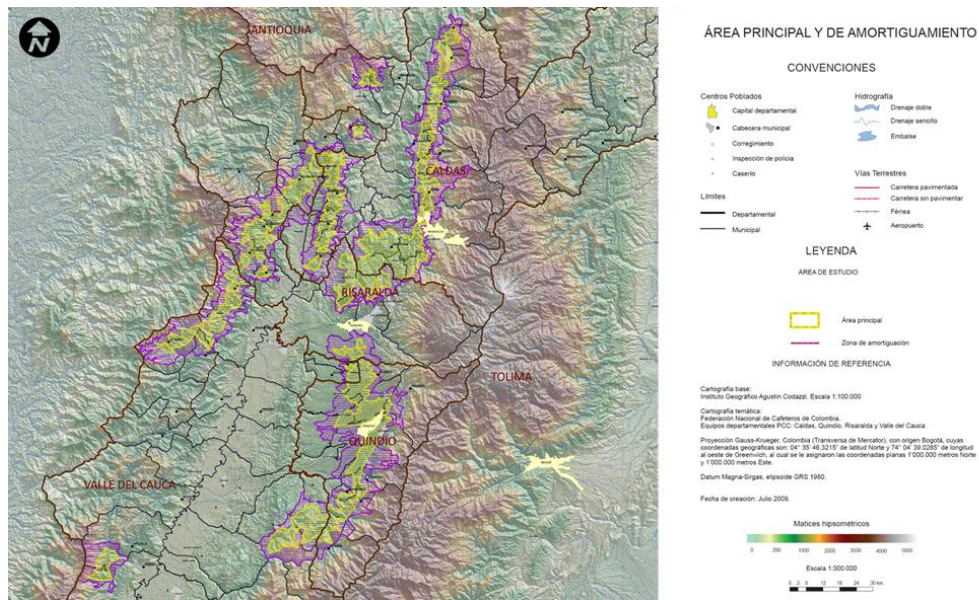
fin de modernizar y hacer progresar a las naciones del mundo sin perder la identidad y la diversidad cultural.

Este reconocimiento, logrado gracias a los esfuerzos de los gobiernos locales y nacional, ratifica de manera oficial la apreciación existente en el ámbito mundial del café y de la cultura de esta tierra, la cual se ha generado en torno a su producción y consumo, con características especiales y únicas en el mundo, situación que ha sido exaltada través de la declaración del valor universal excepcional, de acuerdo con los criterios de la UNESCO.

En su página web, el Ministerio de Cultura (2013) tiene un apartado destinado al paisaje cultural cafetero, en el cual se dice que productos especializados, como los turísticos, agrícolas y artesanales, pueden beneficiarse de la declaratoria de la UNESCO al considerar al departamento parte del referido paisaje y patrimonio de la humanidad, si se tiene en cuenta que la región ofrece atractivos especializados en turismo de naturaleza y experiencial, y que merece ser preservada en el tiempo, conocida y admirada.

El paisaje cultural cafetero comprende los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío y una parte del departamento del Valle del Cauca. En el Quindío incluye ciertas veredas de las áreas rurales de los municipios de Armenia, Buenavista, Calarcá, Circasia, Córdoba, Filandia, Génova, Montenegro, Pijao, Quimbaya y Salento, y el área urbana de Montenegro.

Figura 4. Departamentos que hacen parte del paisaje cultural cafetero



Fuente: Ciudad territorio paisaje (s.f.)

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2014), el paisaje cultural cafetero reúne, en su zona principal, aéreas específicas de 47 municipios y 411 veredas, y en su área de amortiguamiento cuatro municipios y 447 veredas de los departamentos de Quindío, Risaralda, Caldas y Valle del Cauca, ubicados en las ramificaciones central y occidental de la cordillera de los Andes.

Según la misma página web, el mencionado paisaje posee cuatro valores excepcionales:

- Esfuerzo humano familiar, que ha pasado de generación en generación para producir un café de excelente calidad.
- Cultura cafetera para el mundo.
- Capital social estratégico.
- Conservación y equilibrio entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad.

Según el Ministerio de Cultura (2013), dichos valores requieren un plan de manejo que establezca políticas y acciones que mantengan y mejoren las condiciones de conservación y desarrollo actuales y futuras del paisaje. El plan busca que la población se apropie del bien y que el paisaje se pueda conservar de manera sostenible. En este contexto, se establecen, como principios para el manejo del paisaje, el bienestar económico y social de todos sus habitantes, la apropiación del patrimonio cultural y la sostenibilidad ambiental.

Los empresarios del departamento del Quindío han visto en la declaratoria una oportunidad de potencialización de la ventaja competitiva, situación que permite el uso de marcas de origen y el uso de los medios y la promoción que se le realiza a este destino para promocionar sus paisajes, productos y cultura.

2.5. Ventajas competitivas del departamento del Quindío

Con el propósito de establecer las ventajas competitivas del Quindío, se hace necesario efectuar un breve recuento de los lineamientos plasmados por Michael E. Porter (2007), con el fin de traer a colación aquellas condiciones con las que debe contar el departamento y, muy en especial, las políticas gubernamentales que deben regir su optimización.

En ese orden de ideas, Porter, para determinar las ventajas competitivas de los países, utiliza una primera dimensión, denominada “modelo de patrones”, que establece sencillos marcos o cuadros que puedan estar interrelacionados para vincular los temas comunes, como, por ejemplo: el mercado, la oferta y demanda, características de la producción, comercialización y distribución, etc., los cuales surgen de una investigación basada en el estudio de casos, por lo que aconseja que es conveniente mirar los problemas de desarrollo desde múltiples perspectivas, con

el fin de extraer, en forma selectiva, percepciones útiles para la fijación de políticas públicas con impacto empresarial y socioeconómico.

La segunda dimensión de las ventajas competitivas de las naciones según Porter, se relaciona con las estrategias nacionales, o, en el presente caso, regionales, las cuales son diferentes a las exclusivamente empresariales, ya que las mismas tienen origen público y, en consecuencia, son impulsadas por los gobiernos proactivos afines al mercado. Así las cosas, el gobierno, que ha sido visto por tradición como un “actor detrás de cámaras”, debe hacerse visible mediante el trazado de políticas claras para las empresas e industrias, es decir, hacia los agentes de prosperidad.

Con base en lo anterior, y a pesar de que las empresas son los principales actores del desarrollo competitivo, Porter recomienda realizar una alianza social entre empresas, gobierno, trabajadores y academia para desarrollar e implementar estrategias competitivas de mediano y largo plazo, con el fin de competir internacionalmente y, en consecuencia, ese esfuerzo estratégico permita una visión participativa de futuro acerca de dónde y cómo la economía del departamento se ubicaría para enfrentar los retos de la globalización, con la implementación de políticas e incentivos conexos para conseguir objetivos estratégicos claros.

Porter argumenta que “la prosperidad nacional se crea, no se hereda”; así las cosas, las diferencias en valores, culturas, estructuras económicas, instituciones e historias nacionales contribuyen al éxito competitivo; en consecuencia, se debe resaltar que se presentan importantes diferencias en los modelos de competitividad en cada país, por lo que ninguna nación puede o será competitiva en todas o en la mayoría de sus empresas. En consecuencia, las naciones tienen éxito en industrias específicas debido a su entorno local, que es el más “visionario, dinámico y desafiante”. En consecuencia, las entidades públicas del Quindío deben trazar esas políticas y

socializarlas para que los empresarios impulsen su labor de manera conjunta, hacia la búsqueda de una dinámica competitiva diferenciadora.

2.5.1. La propuesta del Quindío para contribuir a la competitividad nacional

El departamento del Quindío no ha estado ajeno a la difícil situación económica y a la crisis generada por la inestabilidad y los bajos precios del café; por consiguiente, desde los gobiernos departamental y municipal se ha propuesto contribuir a la competitividad nacional a partir de la misma región, con una orientación del departamento hacia una visión competitiva para el año 2032.

En esta línea de ideas, se han fijado unos objetivos estratégicos orientados a desplegar su economía con dirección hacia mercados internacionales, para robustecer sus productos y servicios de comercialización nacional; por consiguiente, se han trazado los planes y estrategias para la incubación de empresas y empleos, con el propósito de optimizar su calidad y formalización, cimentados en la innovación y en la educación como germen del crecimiento continuo. Dichos esfuerzos pretenden transformar al departamento del Quindío en el escenario propicio para la inversión nacional y extranjera (Gobernación del Departamento del Quindío y Comisión Regional de Competitividad, 2011), dado que, al estar ubicado en el centro del país, conecta a Bogotá con el puerto de Buenaventura y con Cali y Medellín.

Al seguir esta lógica, los entes gubernamentales han intentado convertir al Quindío en epicentro de actividades relacionadas con la logística de exportaciones; sin embargo, el departamento se ubica en un penoso puesto nacional en cuanto a desempleo, a lo que se suma que no ha logrado despegar la Zona Franca del Eje Cafetero; asimismo, su aeropuerto cada día

presenta más dificultades para operar de manera competitiva en la prestación del servicio de transporte aéreo de pasajeros, por cuanto a la fecha presenta un uso casi inexistente para el transporte de carga.

Los esfuerzos gubernamentales pretenden sacar de la situación preocupante que se manifiesta en las estadísticas que sitúan al Quindío entre los más altos niveles nacionales de desempleo, tal y como se puede observar en la figura 5:

Figura 5. Tasa de desempleo nacional 2013

DOMINIO	TGP	TO	TS (subj)	TD	Variación TD
Quindío	62,7	52,8	32,3	15,8	+
Norte de Santander	61,6	53,6	28,9	13,0	+
Valle del Cauca	66,0	57,5	37,9	12,9	-
Risaralda	60,9	53,1	23,1	12,8	-
Cauca	56,7	50,4	33,6	11,3	+
Chocó	51,7	45,9	28,9	11,2	+
Nariño	67,6	60,1	37,2	11,0	-
Meta	61,1	54,8	24,5	10,4	-
Antioquia	63,9	57,7	31,5	9,7	-
Tolima	67,2	60,7	37,9	9,7	-
Total Nacional	64,2	58,0	31,2	9,6	-
Sucre	59,1	53,6	45,3	9,4	+
Caldas	53,4	48,4	19,0	9,2	-
Bogotá, D.C.	71,9	65,5	34,2	9,0	-
Boyacá	58,3	53,2	28,5	8,9	+
Huila	64,0	58,5	43,9	8,6	-
Córdoba	60,1	54,9	23,2	8,6	-
Cesar	55,9	51,3	17,6	8,3	-
Cundinamarca	69,1	63,3	34,5	8,3	-
Caquetá	51,0	46,8	17,6	8,2	-
Magdalena	55,8	51,4	24,7	7,9	+
Atlántico	60,1	55,6	20,9	7,5	-
Santander	69,2	64,2	27,3	7,3	-
Bolívar	59,2	54,9	22,4	7,3	-
La Guajira	68,8	63,9	34,8	7,1	-

Fuente: DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares.
 (+) (-): Aumento o disminución de la TD de cada departamento frente al año anterior.

Fuente: DANE (2013)

Lo anterior sugiere que se hace indispensable articular la participación de los diversos actores del Departamento, como los sectores empresarial y público, la academia y la sociedad civil, en procura de vigorizar la industria, el agro y la internacionalización de sus bienes y servicios, como origen de bienestar, riqueza y empleo.

A continuación se esbozan algunas de las ventajas competitivas del departamento del Quindío, las cuales se presentan como un sello diferenciador de las condiciones favorables para hacer negocios e inversión en el mismo.

2.5.2. Aeropuerto internacional El Edén como ventaja competitiva del Quindío

De acuerdo con el sitio web oficial del Aeropuerto Internacional El Edén (s.f.), este se encuentra localizado a 15 km, más o menos a 20 minutos desde la ciudad de Armenia y a cinco minutos de la Zona Franca del Eje Cafetero, ubicada en La Tebaida. Fue reconstruido y mejorado después del terremoto del eje cafetero, ocurrido el 25 de enero de 1999. Recibe vuelos de dos aerolíneas nacionales: Aerolínea de Antioquia (ADA) y Avianca. El 13 de marzo de 2009 la Aeronáutica Civil declaró al aeropuerto El Edén como internacional, lo que significa que está habilitado para realizar vuelos internacionales regulares y chárter. La aerolínea Spirit Airlines opera hacia este terminal desde Fort Lauderdale; en la actualidad se encuentran en proyecto su concesión a un operador externo para su explotación y la concreción de otras rutas hacia Nueva York y Madrid, anunciadas por el gobierno departamental.

Figura 6. Aeropuerto internacional El Edén de Armenia



Fuente: Aeropuerto El Edén (s.f.)

2.5.3. Zona Franca del Eje Cafetero como ventaja competitiva del Quindío

La Zona Franca del Eje Cafetero está localizada en el municipio de La Tebaida, Quindío, a tan solo cinco minutos del aeropuerto El Edén y a cuatro minutos del casco urbano del referido municipio, y cuenta con un terminal férreo multimodal, sin explotar, contiguo a las instalaciones.

En el comunicado de prensa No 367 de la Zona Franca de Pereira del año 2013 se sostiene que:

La Zona Franca del Eje Cafetero constituye una gran plataforma logística que impulsa la internacionalización del Eje Cafetero ya que incorpora dinámicamente factores claves de competitividad, tales como: ubicación, infraestructura, incentivos, acceso a mercados, seguridad, costos, apoyo decidido y respaldo frente a las operaciones aduaneras, etc.

Todos estos factores y los beneficios de contar con un Terminal Férreo Multimodal contiguo a la Zona Franca, que la comunica directamente con el Puerto de Buenaventura, la convierte en un centro de transferencia, de distribución y comercialización por excelencia (Zona Franca Internacional de Pereira, 2013).

Figura 7. Localización de la Zona Franca del Eje Cafetero



Fuente: Zona Franca del Eje Cafetero (s.f.)

La Zona Franca del Eje Cafetero cuenta, además, con la ventaja de estar ubicada en el municipio de La Tebaida, que ofrece exenciones de los impuestos de predial unificado, industria y comercio y avisos y tableros hasta por diez años para las nuevas empresas que se instalen en el municipio, de acuerdo con el porcentaje de empleados residentes en el municipio.

2.5.4. Corredor vial (Bogotá-Armenia-Buenaventura)

La empresa Odinsa presentó a la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) el estudio de prefactibilidad de la obra que conectará a Cajamarca, Tolima, con La Paila, Valle del Cauca, a través de una doble calzada que busca fortalecer la infraestructura de la región, con lo cual se complementa la estructura de la Autopista del Café con otra vía que permita diversificar usos y destinos, convirtiéndola en una importante ventaja competitiva para el Quindío.

Figura 8. Trazado planteado por Odinsa



Fuente: Skyscrapercity (2014)

El trazado se suma al túnel de La Línea y al túnel de la vía Melgar-Bogotá inaugurado en fecha reciente, obras que se han ejecutado con el fin de acercar más a la capital colombiana con el centro del país y con el ánimo de facilitar el acceso al puerto de Buenaventura.

El trazado servirá para agilizar el transporte entre la ciudad de Bogotá y el mencionado puerto, con paso obligado por el departamento del Quindío; es importante resaltar que, aunque

este proyecto de doble calzada está en estudio, el presidente de la ANI afirmó que, cualquiera que sea el trazado, tendrá que instalarse un peaje para hacerla sostenible.

Es ideal tener este tipo de alternativas para que se pueda tener este tipo de carreteras que van a beneficiar a la región como al país en el aspecto comercial, turístico y económico. Hay quienes rechazan este trayecto pero debemos pensar en general y estamos seguros que todo el departamento desde la parte norte, Armenia, y la zona cordillerana se van a conectar totalmente [afirmó a *La Crónica del Quindío* Luis Fernando Andrade, presidente de la ANI] (Por donde se haga, habrá peaje en la doble calzada, 2014).

En cuanto a logística de transporte, el trazado se convierte en una ventaja competitiva para el Quindío, puesto que permite el aprovechamiento de las carreteras antigua y nueva, a lo que se suma la ubicación estratégica de la zona franca en medio de este trazado, como se puede evidenciar en la figura 8.

2.5.5. Proyecto UPME-02-2009 (inclusión del Departamento del Quindío en el sistema de transmisión nacional eléctrico)

El departamento del Quindío y en especial la ciudad capital, Armenia, podrán tener, a partir de diciembre del próximo año la energía eléctrica suficiente para su desarrollo agroindustrial y su expansión urbanística [...] dijo la exministra de Justicia Mónica de Greiff, actual presidenta del Grupo Energético de Bogotá, que adelanta el proyecto (Está lista repotencialización energética del Quindío, 2012).

A partir de la intervención de Lena Merchán (2013) y el documento final correspondiente al proyecto UPME³-02-2009 (2012), de este proyecto, como está planteado, se consideran los siguientes puntos centrales:

³ UPME: Unidad de Planeación Minero Energética.

- ✓ El proyecto consiste en instalar 83 torres y construir una línea de conexión de 38 km que involucra a dos departamentos. Parte de la subestación de Santa Rosa de Cabal, en Risaralda, hasta llegar a la subestación en Circasia, Quindío.
- ✓ Hay dos parques naturales y una reserva forestal involucrados en el proyecto.
- ✓ Las reservas forestales determinadas por la ley 2 de 1989, la presencia del paisaje cultural cafetero y las fallas geológicas limitan el número de rutas alternativas para el desarrollo del proyecto.
- ✓ Ya está autorizada una sustracción del área de reserva forestal central para el desarrollo del proyecto.
- ✓ Se utilizarán técnicas helicoportadas para evitar afectar las zonas forestales, no se hará captación de agua, no se harán vertimientos, no se ocuparán los cauces ni se afectarán nacimientos de agua, entre otros aspectos.
- ✓ Se aprovecharán 457 árboles (272 pertenecen al Quindío).
- ✓ Las líneas de transmisión, con las torres que se instalarán, la subestación y la implementación y los estudios ambientales, tienen un costo de \$18.000 millones.
- ✓ Pasa por cinco municipios y 26 veredas. Las áreas de servidumbre son de 32 metros, estos es, 16 metros a cada lado de las torres y líneas de transmisión, en las que se restringe la construcción de viviendas, de todo tipo de infraestructuras y la plantación de árboles de alto porte que puedan alcanzar los cables.

Figura 9. Ubicación del proyecto



Fuente: UPME (2012)

2.5.6. *Doing Business* 2013, una oportunidad para generar inversión en el Quindío

Desde las administraciones departamental del Quindío y municipal de Armenia se desarrollan múltiples estrategias de fortalecimiento empresarial y embellecimiento, con el fin de tener un departamento más atractivo a la inversión extranjera y más competitivo en lo internacional.

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (2013), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) califica al Quindío en el puesto número ocho en los indicadores de competitividad más recientes, en el que queda en posición “medio-alta”, con una calificación de 5,8. Esta medición se realiza en 24 departamentos del país. De igual manera y según el periódico *Vanguardia* (Ciudades donde es más fácil hacer negocios, 2013) en el más reciente estudio de *Doing Business* Subnacional para Armenia, el Banco

Mundial (2013) ha ubicado a la capital quindiana en el puesto número 4 entre 23 ciudades capitales. Augusto López Claros, director del Departamento de Indicadores Globales y Análisis del Banco Mundial (2013) se refiere a la importancia de dichas mediciones al decir: “Este tipo de indicadores son importantes porque muestran la capacidad institucional, muestran cómo están las reglas y estas importan porque tienen una trascendencia económica”.

De acuerdo con esta medición, Armenia se convierte en una ciudad propicia para la inversión, en la que se respira un buen ambiente de negocios, a lo que se suma su calificación en los indicadores de competitividad, que demuestran que el Quindío es un departamento que aprovecha las mencionadas características que lo rodean, situación que conlleva a mejores oportunidades para los empresarios que habitan la región.

2.6. Productos del Quindío que representan una ventaja comparativa para la internacionalización

La teoría de la ventaja comparativa fue desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX y su premisa primordial establece que, aunque un país no posea ninguna ventaja absoluta en la producción de sus bienes frente a los demás producidos por los otros países del mundo, sería conveniente para él especializarse en aquellos productos para los que su ventaja sea mayor o su desventaja menor, en ambos casos en el sentido comparativo. Esta teoría presenta un avance respecto a la teoría formulada por Adam Smith (1794). Así las cosas, para David Ricardo en su obra Principios de economía política y tributación (1959), lo perentorio en el comercio internacional no serían los costos absolutos de producción en cada país, sino los relativos.

Este modelo de la ventaja comparativa se presenta como una de las nociones fundamentales de la teoría del comercio internacional y enseña que los países propenden por especializarse en la

producción y exportación de los bienes que fabrican con un costo más bajo respecto a los demás países del mundo, frente a los cuales se puede decir que son, en comparación, más eficientes que los demás y, en consecuencia, se verían en la necesidad de importar aquellos bienes producidos con unos costos comparativamente más altos que los del resto del mundo, esto es, en los casos en los que se muestran más ineficaces.

Cuando se habla de comercio internacional, la ventaja comparativa debe ser analizada desde la perspectiva del modelo ricardiano (1959), la cual puede contener la respuesta a la teoría de la “ventaja absoluta” de Adam Smith (1959). Así las cosas, la ventaja comparativa, entre otros aspectos, se fundamentan en la teoría del “valor de la fuerza laboral”, la que, a su vez, fue replanteada por G. von Haberler (1936) por medio de su teoría del “costo de oportunidad”.

La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith establece que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquel bien que produce de manera eficiente, esto es, con menores costos. De acuerdo con dicha teoría, si un país tiene ventajas absolutas en todos los bienes, no habrá comercio. David Ricardo formuló su teoría de la ventaja comparativa como respuesta a la teoría de Smith, en el sentido de indicar que, así un país tenga desventajas absolutas en la producción de bienes, en algunos de ellos las mismas serán menores, es decir, existirán ventajas relativas o ventajas comparativas.

Frente a la ventaja comparativa de las empresas del departamento del Quindío, es necesario tener en cuenta que las mismas son reconocidas por ofrecer bienes y servicios con una tendencia diferenciadora, gracias a sus productos relacionados con cafés especiales, orgánicos, tostados y molidos, así como las flores frescas, materiales para la construcción, confitería, ropa interior femenina, cuero y metalmecánica, los cuales, según Proexport Colombia (2013), son los que

tienen mayor potencial exportador en el departamento. De la misma manera, la oferta turística del Quindío representa una ventaja, al permitir una experiencia única por medio de recorridos y vivencia experiencial que solo se da en él, lo que lo convierte en una excursión sin igual a través del paisaje cultural cafetero.

Dichos productos, según el informe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012) muestra que son los más exportados desde el Quindío; así:

1) el café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier presentación; 2) cueros y pieles curtidos o *t*, de bovino (incluido el búfalo) o de equino, depilados, incluso divididos pero sin otra preparación; 3) construcciones y sus partes (por ejemplo: puentes y sus partes, compuertas de esclusas, torres, castilletes, pilares, columnas, armazones para techumbre, techados, barandas; 4) asientos (excepto los de la partida 94.02), incluso los transformables en cama, y sus partes; 5) construcciones y sus partes (por ejemplo: puentes y sus partes, torres, castilletes, pilares, columnas, armazones para techumbre, techados, puertas y ventanas, etc.; 6) las demás manufacturas de cobre; 7) aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos; 8) materias vegetales de las especies utilizadas principalmente en cestería o espartería (por ejemplo: bambú, roten [ratán], caña, junco, mimbre, rafia, paja de cereales; 9) las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06.63,6; 10) triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos, muñecas o muñecos, los demás juguetes, rompecabezas; 11) máquinas y aparatos, no expresados ni comprendidos en otra parte de este capítulo para la preparación o fabricación industrial de alimentos o bebidas; 12) barras y perfiles de los demás aceros aleados; barras huecas para perforación, de aceros aleados o sin alear; 13) los demás muebles y sus partes; 14) preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras.

Así las cosas, se puede decir que el Quindío ha tenido éxito en las industrias específicas antes indicadas gracias a su ambiente local, el cual, en su mayoría, está dedicado a las labores agrícolas y pecuarias, que poco a poco se han industrializado mediante el valor agregado a sus productos, por lo cual ha logrado la producción de bienes diferenciados, en especial los relacionados con el café, las flores, los materiales de construcción, los confites, la ropa interior femenina, el cuero y la metalmecánica.

De acuerdo con Proexport (2013), el gran desarrollo de la agroindustria, además del potencial en servicios e infraestructura hotelera y turística, son los principales sectores que le permitirán al Quindío un total aprovechamiento de los TLC que Colombia tiene vigentes y en negociación. Asimismo, la oferta del departamento se centraliza en la agroindustria, además de los cultivos transitorios y permanentes; también existen bienes de la biodiversidad, como las flores tropicales, los follajes exóticos y las hierbas aromáticas y medicinales.

Los cultivos perennales más importantes del Quindío son el maíz, la soya, el frijol, la papa y el tabaco rubio; a su vez, los cultivos permanentes están representados por el plátano, la yuca, la caña panelera, la arracacha y el cacao. De igual manera, cuenta con cultivos de café, cítricos y otros frutales.

El mismo informe de Proexport revela que en los últimos años se ha visto un desarrollo de productos de madera, así como de bienes y servicios ambientales, al igual que la fabricación de artesanías, marroquinería y confecciones, con una significativa proyección en el mercado internacional. El sector de software es otro con gran fuerza, el cual se entrelaza con los demás sectores productivos del departamento.

Otras de las fortalezas del Quindío, según Proexport, son los centros de investigación y desarrollo como soporte a la producción de cosméticos y productos de aseo, como, por ejemplo, el Centro de Bioinformática de Colciencias y el Centro de Investigación y Estudios en Biodiversidad y Recursos Genéticos.

En ese sentido, Proexport establece que la estrategia productiva de Quindío está a tono con las preferencias mundiales, que estiman y salvaguardan la biodiversidad, el medio ambiente y el

desarrollo sostenible; por consiguiente, de conformidad con la agenda interna del departamento, la plataforma del sector agroindustrial será la implementación de sistemas de producción limpia, a través de la incorporación de buenas prácticas agrícolas y de manufactura, así como de mecanismos para lograr la trazabilidad de los productos que proporcionen su acceso a los mercados internacionales.

Otro sector al que se le augura buen futuro es el de confecciones, marroquinería y artesanías, el cual pretende distinguir su producción a través del diseño, enfocándose a la articulación con empresas de Pereira y Medellín, ciudades en las que el sector ya tiene un camino afianzado.

A continuación, en la tabla 1 se presenta el consolidado de exportaciones no mineras del Quindío y los principales destinos durante el año 2012, las cuales ascendieron a US\$4.123.642, según fuentes del Dane (2013) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), cifras que pueden servir de base para pronosticar cuáles bienes y servicios pueden ser objeto de exportaciones venideras:

Tabla 2. Exportaciones no mineras del Quindío

EXPORTACIONES NO MINERAS* DEL QUINDÍO EN 2012 US\$4.123.642	
Principales sectores exportados*	Valor FOB US\$
Textiles y confecciones	1.545.309
Agroindustrial	869.366
Vehículos y otros medios de transporte	508.616
Instrumentos y aparatos	308.726
Muebles y maderas	278.001
Cuero y manufacturas de cuero	270.497
Agrícola	170.021
Químico	54.434
Farmacéutico	29.431
Otros	89.241
Total	4.123.642

Nota: el segmento no minero excluye carbón, petróleo, ferroníquel, minerales, metales y piedras preciosas y café verde.

Fuentes: Dane (2013) y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), con clasificación de Proexport (2014).

Tabla 3. Principales destinos de exportaciones no mineras del Quindío

Principales destinos de las exportaciones no mineras del Quindío en 2012	
DESTINOS	Valor FOB US\$
Estados Unidos	1.268.362
Ecuador	511.815
Perú	385.782
México	331.125
Rusia	329.576
Panamá	242.223
Suiza	233.202
Venezuela	182.936
Canadá	135.164
Otros	503.457
Total	4.123.642

Nota: el segmento no minero excluye carbón, petróleo, ferroníquel, minerales, metales y piedras preciosas y café verde.

Fuentes: Dane (2013) y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), con clasificación de Proexport (2014).

De acuerdo con el Plan Regional de Competitividad (Gobernación del Departamento del Quindío y Comisión Regional de Competitividad, 2011), según el número de empresas por sector, los resultados de la encuesta anual manufacturera, los niveles de exportaciones del Quindío, el peso en la generación de empleo y una mapificación de la cadena de agroindustria, los siguientes son los sectores o eslabones promisorios para el departamento del Quindío:

- Agroindustria alimentaria:
 - Procesamiento de plátano y yuca (*snacks*, parafinada, etc.).
 - Producción de alimentos a base de café (galletas, bebidas, vinos, etc.).
 - Producción de cafés especiales y de origen.
 - Procesamiento de cítricos.

- Agroindustria no alimentaria:
 - Fabricación de muebles.
 - Transformación de la guadua.
 - Transformación de cuero y productos de marroquinería.
- Manufactura:
 - Producción de medias y tejidos similares.
 - Producción de artesanías.

En ese orden de ideas, los siguientes son los sectores de apuesta regional para el departamento del Quindío, de conformidad con la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad (junio de 2007) y Agenda Interna del Departamento, con sus Comisiones Regionales, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, según informe de Proexport (2014):

Tabla 4. Sectores apuesta regional de la agenda interna

AGROINDUSTRIA		
Productos	Apuesta regional	Programa de transformación productiva (PTP)
1 Cafés sostenibles y subproductos del café	X	
2 Flores y follajes	X	
3 Maderables, no maderables, énfasis en guadua y subproductos	X	
4 Frutas y hortalizas: cítricos, frutales de clima frío y yuca	X	Hortofrutícola
5 Plantas aromáticas y medicinales	X	
6 Bienes y servicios ambientales	X	
MANUFACTURAS		
1 Cuero y subproductos (marroquinería)	X	Sistema: moda
2 Confecciones	X	Sistema: moda
3 Marroquinería	X	Sistema: moda
4 Artesanías	X	
SERVICIOS		
1 Software	X	

Fuente: Proexport (2014)

2.6.1. Cafés especiales y derivados del café

Según el citado informe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (19 de agosto de 2013), la producción industrial en el departamento del Quindío está en mayor medida dedicada a los productos del café, con un 38,1%, y a otras manufacturas, con un 40,5%, seguidos de la producción de muebles, con un 6,5%, las confecciones, con un 5,4%, los minerales no metálicos, con un 3,3%, los curtidos de cuero, con un 3,2%, los productos metálicos para uso estructural, con un 1,8%, la panadería, con un 0,7%, y los plásticos, con un 0,5%.

En el portal web de Fincasquindioya (s.f.) se dice que el porcentaje más significativo es el de la producción de café y sus derivados, los cuales, a través de los cafés especiales, representan un producto diferenciador que les permite ser los mejor pagados del mercado por su excelente calidad, ya que son cultivados en zonas especiales por su altura y clima, con tecnologías de producción y procesamiento únicas, que permiten proteger el medio ambiente con principios solidarios y excelente calidad en taza, así como por no tener defectos.

La expresión cafés especiales se refiere, entonces, a los que están hechos de granos cultivados por excepción solo en climas ideales y procesados según las estrictas normas establecidas. Según la Asociación de Cafés Especiales de América, SCAA, por su denominación en inglés: *Specialty Coffee American Association*, ellos tienden a destacar los sabores distintivos, formados por las características únicas de los suelos en los que son producidos, las condiciones y características de cultivo, recolección, beneficio y producción que han sido adoptadas por gran cantidad de caficultores quindianos, que han querido otorgarles un sello diferenciador, situación que ha permitido la proliferación de cafés de origen y de productos derivados, como confites, dulces, arequipe y galletería, entre otros, los cuales giran alrededor de la cultura cafetera y del

paisaje cultural cafetero, elementos inmateriales que son plasmados en un sinnúmero de productos artesanales comercializados.

Según el periodista Duván Vásquez, columnista de la revista Dinero (Récord en exportación de cafés especiales, 2014), los aromas y sabores son los aspectos tenidos en cuenta en la producción de un café diferenciado de los cultivos tradicionales, lo que deja un valor agregado que se ve reflejado en un mejor pago a los caficultores; así lo indicó la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) de acuerdo a este artículo que reportó que 1.155.000 sacos (de 60 kilos cada uno) de cafés especiales fueron exportados en 2013, lo que deja un incremento del 16,2 % en relación con los 993.820 sacos vendidos en el exterior en 2012 y un 12,1 % superior con respecto a 1.030.317 sacos de 2011, año que había marcado el mejor registro previo. Esta situación está siendo tomada en cuenta por los caficultores quindianos, quienes están poniendo valor agregado en cuanto a la forma de cultivar, recolectar, beneficiar y producir el café, lo cual impacta en el sabor y el aroma de su producto y, en consecuencia, en su precio final.

La gerente comercial de la Federación Nacional de Cafeteros , Constanza Mejía, afirmó que cada vez se están recibiendo más visitas de compradores internacionales interesados en los cafés especiales del país, en nuestro modelo comercial, de denominación, de origen, de adaptación al cambio climático y de sostenibilidad, lo que se ve reflejado en mayores ventas y compromisos de largo plazo.

En ese sentido, Steven Díaz, director comercial de calidad de la Exportadora de las Cooperativas Caficultoras de Colombia (Expocafé), ha dicho que, en el caso de su gremio, “la participación de los cafés especiales dentro del total de exportación es de entre el 50 % y el 70%.”(Récord en exportación de cafés especiales, 2014); así mismo, que en el mundo cerca del

20% de lo que se produce es conocido como diferenciado. Por tal motivo, hay mercados, como el de Estados Unidos, que es uno de los más importantes, debido al auge de segmentación de café que tiene en términos de calidad.

Como se dijo con anterioridad, los cafés especiales de igual manera están siendo utilizados en sus productos derivados, como, por ejemplo en confitería, dulces, arequipe y galletería, los cuales exhiben una importante incidencia en diferenciación, con lo cual se ha logrado la consolidación de empresas quindianas como Café Quindío, Cafequipe, Coffee Shop, San Alberto, Jesús Martín, Genocafé, Café Aborigen, Café Azahar y Café La Morelia, entre otros.

El café representa, en consecuencia, el producto de mayor exportación del Quindío, tal y como lo reporta el periódico *La Crónica* (Este año se han exportado cerca de 700 mil sacos de café, 2014), que indica que entre enero y septiembre del presente año se han exportado desde el departamento del Quindío 698.138 sacos de 60 kilos de café excelso, de los cuales 101.478 (el 15%) fueron comercializados por la Federación Nacional de Cafeteros y 596.660 (el 85%) por parte de particulares.

En consecuencia, el café se consolida como el producto de exportación por excelencia del Quindío, que representa cerca del 98% de las ventas que se realizan al exterior.

3. Oportunidades de los productos del Quindío para el mundo

Proexport (2013), a través de su “Revista de las Oportunidades” (2013) ha efectuado un análisis de los productos del Quindío que tienen oportunidad de internacionalización gracias a los diferentes tratados de libre comercio suscritos por Colombia. A continuación se presenta

un consolidado en el que ofrecen el país, el sector y los productos que pueden ser objeto de exportación desde el departamento:

3.1. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con la Unión Europea y *European Free Trade Association* (EFTA)

El acuerdo comercial con la Unión Europea se suscribió en Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012, entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus estados miembros, por otra.

El 11 de diciembre de 2012, el Parlamento Europeo aprobó el acuerdo y con posterioridad, el 27 de febrero de 2013, notificó la culminación de sus trámites internos para su aplicación provisional. De manera correlativa, desde el mes de noviembre de 2012 hasta el 5 de junio de 2013, Colombia realizó el trámite interno para su aprobación en el Congreso de la República, proceso que finalizó con la sanción del presidente Juan Manuel Santos, mediante la ley 1669 del 16 de julio de 2013. Sin embargo, el acuerdo continúa su trámite ante la Corte Constitucional.

En la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2013) se menciona que, a través del decreto 1513 del 18 de julio de 2013, el presidente de Colombia dio aplicación provisional al acuerdo comercial y notificó a la Unión Europea el cumplimiento de los procedimientos internos. En forma adicional, mediante el mismo decreto se estableció dar aplicación transitoria al acuerdo a partir del 1° de agosto de 2013. Mediante el decreto 1636 del día 31 de julio de 2013 se implementan los compromisos de acceso a los mercados adquiridos por Colombia en virtud del acuerdo comercial.

En el portal web de Proexport (2013) se resalta que Colombia contaba con las preferencias del SGP (Sistema General de Preferencias) hasta el 31 de diciembre de 2013, las cuales eran unilaterales y temporales. No obstante lo anterior, gracias al Acuerdo con la Unión Europea, las condiciones negociadas se conservarán por término indeterminado, lo que ofrece a los empresarios colombianos garantía en sus negocios y la oportunidad de incluir bienes que no se encontraban enlistados en el SGP Plus.

El acuerdo presenta grandes beneficios para los bienes y servicios colombianos, los cuales tienen la posibilidad de ser comercializados sin las barreras que hace algunos años imposibilitaban mantener este tipo de relaciones con los países europeos. Como consecuencia, la importancia se ubica en tener un trato preferencial y permanente, que amplía las oportunidades de mercado, toda vez que cuenta con gran cantidad de posibles clientes y consumidores, lo que tiene como base sus 503 millones de habitantes, lo que permite entrelazar nuevas relaciones en las cadenas de producción y suministro, con la eventualidad de constituir alianzas productivas y comerciales.

A continuación se presenta una relación de productos y sectores de la economía quindiana que, según Proexport (2014), tienen grandes posibilidades de internacionalización gracias al acuerdo comercial con la Unión Europea y la EFTA.

Tabla 5. Oportunidades de los productos quindianos en la Unión Europea

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDIANOS EN LA UNIÓN EUROPEA		
País	Sector de la economía	Producto
REINO UNIDO	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Hierbas aromáticas y especias
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i>

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDÍANOS EN LA UNIÓN EUROPEA		
País	Sector de la economía	Producto
		Ropa interior femenina y masculina Manufacturas de cuero Ropa de control
	Servicios	Software
BÉLGICA	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Ropa de control Cueros en bruto y preparados
PORTUGAL	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Ropa de control Cueros en bruto y preparados
ESPAÑA	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Audiovisual (cine) Software Tercerización de servicios (<i>business process outsourcing</i> o BPO)
IRLANDA	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes
PAÍSES BAJOS	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Hierbas aromáticas y especias
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Manufacturas de cuero Ropa de control
FRANCIA	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Hortalizas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Audiovisual (cine)
ALEMANIA	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Hortalizas frescas Hierbas aromáticas y especias
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Manufacturas de cuero

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDIANOS EN LA UNIÓN EUROPEA		
País	Sector de la economía	Producto
		Ropa de control
	Servicios	Software
DINAMARCA	Agroindustria	Derivados del café Frutas frescas
SUECIA	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas
FINLANDIA	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas
PAÍSES BÁLTICOS	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes
POLONIA	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes
REPÚBLICA CHECA	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Ropa de control
ESLOVAQUIA	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas
AUSTRIA	Agroindustria	Flores, follajes, frutas frescas Derivados del café
RUMANIA	Agroindustria	Flores y follajes
	Prendas de vestir	Cueros en bruto y preparados
HUNGRÍA	Agroindustria	Flores y follajes
GRECIA	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina, Ropa de control
ESLOVENIA	Agroindustria	Flores, follajes, frutas frescas
FRANCIA	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Hortalizas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Audiovisual (cine)
ITALIA	Agroindustria	Frutas, hortalizas Frutas frescas y procesadas Derivados del café
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior femenina y masculina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
European Free Trade Association (EFTA)	Manufacturas	Autopartes
	Agroindustria	Flores, follajes, frutas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados

Fuente: Proexport (2014)

3.2. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con Canadá

Este acuerdo fue suscrito en Lima, Perú, el 21 de noviembre de 2008, y “el canje de notas que corrige el acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá” ocurrió el 18 y 20 de febrero de 2010. Un poco más tarde, el Congreso de Colombia le otorgó aprobación, a través de la ley 1363 del 9 de diciembre de 2009, y su incorporación a nuestra legislación se dio gracias a la sentencia C-608 de 2010, proferida por la Corte Constitucional. Después, el acuerdo obtuvo aprobación por el parlamento canadiense el 21 de junio de 2010, y con posterioridad firmado por la gobernadora general de este país, con lo que se estableció su entrada en vigencia a partir del 15 de agosto de 2011.

El tratado tiene como objetivo crear un espacio libre de restricciones en busca del crecimiento y el desarrollo económico continuo de los países signatarios.

Es importante tener presente que el TLC con Canadá abarca tres acuerdos independientes, que están ligados entre sí. El primero contiene el grueso de las disciplinas comerciales que gobiernan la relación entre los dos países; el segundo es un acuerdo de cooperación laboral, que establece obligaciones en materia de protección de los derechos laborales y cumplimiento de las normas internas, y el tercero es el acuerdo sobre medio ambiente, que determina obligaciones en materia de estándares de protección ambiental.

Este TLC está circunscrito sobre la base de los principios de trato nacional, trato de nación más favorecida y transparencia; el mismo beneficia a diferentes grupos de exportadores, que están en la posibilidad de enajenar en el mercado canadiense sus bienes y servicios en condiciones favorables, para fomentar con ello la inversión. De igual manera, el acuerdo favorece a los productores colombianos, que poseen la capacidad de conseguir bienes y servicios a precios más competitivos para los que prevalecen la eficiencia y competitividad.

A continuación se presenta una relación de productos y sectores de la economía quindiana que, según Proexport (2014), tienen grandes posibilidades de internacionalización gracias al acuerdo comercial suscrito con Canadá:

Tabla 6. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC de Canadá

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDÍANOS CON EL TLC DE CANADÁ		
País	Sector de la economía	Producto
CANADÁ	Agroindustria	Derivados del café Flores, follajes, frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Hierbas aromáticas y especias Hortalizas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control Manufacturas de cuero
	Servicios	Software
	Manufactura	Autopartes

Fuente: Proexport (2014)

3.3. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con Estados Unidos

Este acuerdo de promoción comercial, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron firmados el 22 de noviembre de 2006 en Washington. Asimismo, la incorporación a la legislación de Colombia se efectuó a través de la ley 1143 2007 y se complementó a través de la sentencia C-750 de 2008 de la Corte Constitucional. De la misma manera, el protocolo modificatorio del acuerdo, firmado en Washington el 28 de junio de 2007, obtuvo aprobación a través de la ley 1166 de 2007, cuya exequibilidad fue declarada en Sentencia C-751/08 de la Corte Constitucional.

Según el portal web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2014), el Congreso de los Estados Unidos aprobó el acuerdo el 12 de octubre de 2011 y fue sancionado por

el presidente Barack Obama el 21 de octubre de 2011. Así se dio inicio a la etapa de implementación normativa del acuerdo en Colombia, el cual tuvo por objeto verificar que se llevaran a cabo los ajustes tendientes a garantizar que el acuerdo es compatible en el ordenamiento jurídico colombiano. Este trámite culminó en la VI Cumbre de las Américas, en Cartagena de Indias, en el que se estableció la fecha de entrada en vigencia del TLC, con la expedición del decreto 993 del 15 de mayo de 2012, mediante el cual se promulgan el acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos.

A continuación se presenta una relación de productos y sectores de la economía quindiana que, según Proexport (2014), tienen grandes posibilidades de internacionalización gracias al acuerdo comercial suscrito con Estados Unidos:

Tabla 7. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC de Estados Unidos

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDIANOS CON EL TLC DE Estados Unidos		
País	Sector de la economía	Producto
Estados Unidos	Agroindustria	Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Derivados del café Hortalizas frescas Hierbas aromáticas y especias
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Audiovisual (cine) Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
	Manufactura	Autopartes

Fuente: Proexport (2014)

3.4. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con

México

El tratado del Grupo de los Tres (TLC-G3), integrado por México, Colombia y Venezuela, se suscribió el 13 de junio de 1994 y entró en vigor el 1° de enero de 1995, mediante la ley 172 de 1994. El acuerdo fue registrado ante la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) como Acuerdo de Complementación Económica (ACE) No. 33.

Los instrumentos mediante los cuales entró en vigor el acuerdo en cada país se detallan a continuación:

Colombia: ley 172 del 20 de diciembre de 1994 y decretos 2900 y 2901 del 31 de diciembre de 1994.

México: decreto de la Secretaría de Relaciones Exteriores del 31 de diciembre de 1994.

Venezuela: ley aprobatoria del 29 de diciembre de 1994. Es importante tener en cuenta que Venezuela de manera formal presentó la denuncia al acuerdo en mayo de 2006, la cual surtiría efecto a los 180 días de la notificación a las partes y a la Secretaría General.

Es de resaltar que el tratado de libre comercio del G3 (TLC-G3) permitió la apertura significativa de los mercados para los bienes y servicios y estableció reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, mediante un programa de desmonte de gravámenes arancelarios en un período de diez años, que permitió la exclusión de la mayor parte del sector agropecuario. En la actualidad, el 97% del universo arancelario se encuentra con 0% de arancel.

Según el portal web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), Colombia y México culminaron las labores de adecuación del TLC y firmaron en 2009 cinco decisiones,

contenidas en un protocolo modificatorio y referidas al acceso de mercados; los temas de dichas adecuaciones fueron: las reglas de origen, el Comité Regional de Insumos, las facultades adicionales a la Comisión Administradora y el cambio de nombre del tratado. Esta profundización del acuerdo está vigente desde el 2 de agosto de 2011.

A continuación se presenta una relación de productos y sectores de la economía quindiana que, según Proexport (2014), tienen grandes posibilidades de internacionalización, gracias al acuerdo comercial suscrito con México:

Tabla 8. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC de México

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDIANOS CON EL TLC DE MÉXICO		
País	Sector de la economía	Producto
MÉXICO	Agroindustria	Derivados del café Frutas y hortalizas procesadas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
	Manufactura	Autopartes

Fuente: Proexport (2014)

3.5. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con El Salvador, Guatemala y Honduras (Triángulo Norte de Centroamérica)

Gracias a los acuerdos de alcance parcial suscritos en 1984 en el marco de la ALADI, los cuales abarcan un grupo pequeño de productos con preferencias arancelarias fijas, Colombia ha desarrollado relaciones comerciales con Guatemala, El Salvador y Honduras.

En ese sentido, entre mayo de 2006 y marzo de 2007, Colombia, Guatemala, El Salvador y Honduras sostuvieron negociaciones para un tratado de libre comercio, con el objetivo de

robustecer la integración económica regional como instrumento fundamental para el progreso del desarrollo socioeconómico de los países latinoamericanos. Dichas negociaciones concluyeron con la firma del acuerdo el 9 de agosto de 2007 en Medellín, Colombia, radicado en el Congreso colombiano en febrero 20 de 2008, que lo ratificó el 3 de junio de ese mismo año mediante la ley 1241, que tuvo la sanción presidencial el 30 de julio de 2008 y fue declarado exequible por la Corte Constitucional el 8 de julio, con Sentencia C-446 de 2009.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014) los temas más relevantes del acuerdo son: trato nacional y acceso de mercancías al mercado, inversión, servicios, comercio transfronterizo de servicios, comercio electrónico, cooperación, solución de diferencias, contratación pública, facilitación del comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, normas técnicas, normas de origen y medidas de defensa comercial.

A continuación se presenta una relación de productos y sectores de la economía quindiana que, según Proexport (2014), a través de la Revista de las Oportunidades , tienen grandes posibilidades de internacionalización gracias al acuerdo comercial suscrito con el triángulo norte de Centroamérica:

Tabla 9. Oportunidades de los productos quindianos con el TLC del Triángulo del Norte

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDÍANOS CON EL TLC DEL TRIÁNGULO del NORTE	
Agroindustria	Derivados del café
Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control Cueros en bruto y preparados
Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
Manufactura	Muebles para el hogar Autopartes

Fuente: Proexport (2014)

3.6. Oportunidades para los productos quindianos gracias al acuerdo comercial suscrito con Chile

Colombia y Chile tienen suscritos los siguientes acuerdos comerciales: el de complementación económica No. 24, el de libre comercio suscrito el 27 de noviembre de 2006 y entró en vigor el 8 de mayo de 2009, y el acuerdo para la promoción y protección recíproca de las inversiones.

A continuación se presenta una relación de productos y sectores de la economía quindiana que, según Proexport (2014), tienen grandes posibilidades de internacionalización gracias a los acuerdos comerciales suscritos con Chile:

Tabla 10. Oportunidades de los productos quindianos con los TLC suscritos con Chile

OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS QUINDIANOS CON LOS TLC SUSCRITOS CON CHILE		
CHILE	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
	Manufactura	Autopartes

Fuente: Proexport (2014)

3.7. Otros mercados para los productos quindianos según Proexport

Tabla 11. Otros mercados para los productos del Quindío

OTROS MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS DEL QUINDÍO		
PANAMÁ	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas y hortalizas frescas y procesadas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control
	Servicios	Tercerización de servicios (BPO) Software Industria gráfica y editorial

	Manufactura	Muebles para el hogar Autopartes
COSTA RICA	Agroindustria	Frutas frescas Derivados del café
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control Textiles
	Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
	Manufactura	Autopartes
BAHAMAS	Agroindustria	Flores y follajes
REPÚBLICA DOMINICANA	Agroindustria	Hortalizas frescas
	Manufactura	Muebles para el hogar
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
ECUADOR	Agroindustria	Derivados del café
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control
	Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
	Manufactura	Autopartes Muebles para el hogar
PERÚ	Agroindustria	Derivados del café
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control
	Servicios	Software Tercerización de servicios (BPO) Industria gráfica y editorial
	Manufactura	Autopartes Muebles para el hogar
BOLIVIA	Agroindustria	Derivados del café
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control
	Manufactura	Muebles para el hogar
BRASIL	Agroindustria	Flores y follajes Frutas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control
	Servicios	Tercerización de servicios (BPO) Software Industria gráfica y editorial
URUGUAY	Agroindustria	Derivados del café Frutas y hortalizas procesadas Frutas frescas Hortalizas frescas
	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control

LÍBANO	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control
TURQUÍA	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control
	Agroindustria	Frutas frescas Derivados del café Flores y follajes Frutas y hortalizas procesadas
TURQUÍA	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control
	Agroindustria	Frutas frescas Derivados del café Flores y follajes Frutas y hortalizas procesadas
UCRANIA	Agroindustria	Flores y follajes
EMIRATOS ÁRABES	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control
	Agroindustria	Flores y follajes Derivados del café Frutas frescas
RUSIA	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control Cueros en bruto y preparados
	Agroindustria	Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Derivados del café
CHINA	Prendas de vestir	Cueros en bruto y preparados
	Agroindustria	Derivados del café Frutas y hortalizas procesadas
COREA DEL SUR	Prendas de vestir	Cueros en bruto y preparados
	Agroindustria	Flores y follajes Frutas y hortalizas frescas y procesadas
JAPÓN	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Manufacturas de cuero Ropa de control
	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas y hortalizas procesadas
AUSTRALIA	Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Vestidos de baño Ropa de control
	Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas y hortalizas procesadas
HONG KONG	Agroindustria	Frutas frescas Derivados del café
TAIWÁN	Prendas de vestir	Cueros en bruto y preparados
SINGAPUR	Agroindustria	Hierbas aromáticas y especias Flores y follajes Frutas frescas Frutas y hortalizas procesadas Derivados del café

Fuente: Proexport (2014)

3.8. Oportunidades de internacionalización gracias a la Alianza del Pacífico

El acuerdo de integración económica denominado Alianza del Pacífico puede convertirse en una oportunidad para los microempresarios del Quindío, debido a su ubicación estratégica y a los diversos sectores que se beneficiarán de dicho tratado.

De acuerdo con el MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2013), la Alianza del Pacífico generará mayores oportunidades de cadenas productivas y permitirá la consolidación de lazos globales de producción entre Colombia, Perú, Chile y México, con lo cual se busca ofrecer productos competitivos y aprovechar las oportunidades que se abren con el mercado asiático.

“La población de los países de la Alianza del Pacífico asciende a 210 millones, cerca del 35% de la población de América Latina y el Caribe (603 millones de habitantes). Esto ubica a la Alianza como la quinta subregión más poblada del mundo por encima de Brasil (194 millones)” (ANALDEX, 2013).

De acuerdo con misma fuente, el PIB de los países de la alianza representa el 35% del total de América Latina y el Caribe, lo que la ubica como la octava economía del mundo. El PIB por habitante en la alianza es cercano a los 13 mil dólares estadounidenses.

La tasa de crecimiento del PIB de los países de la alianza fue de 5% en 2012, lo cual es superior en 1,9 puntos con respecto al crecimiento promedio de América Latina y el Caribe, y superior en 2,8 puntos en relación con el crecimiento promedio mundial (2,2%).

Mientras Brasil invierte cerca del 21% del PIB, en la alianza la inversión significa cerca del 25%.

La tasa de desempleo en los países de la alianza es de 7,6%; asimismo, la inflación promedio en ella fue de 3,2%, es decir, inferior al promedio regional de 6%, todavía de acuerdo con la misma fuente.

Las proyecciones de la CEPAL para 2013 estiman que “los países miembros de la Alianza del Pacífico presentarán un crecimiento económico sostenido del 4,7% promedio, mientras la Región tendrá un crecimiento promedio del 3,8%” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2013).

El turismo será uno de los principales beneficiados con este acuerdo comercial, ya que uno de los principales ejes de esta estrategia de integración es la libre movilidad de personas.

En una publicación digital del Diario El País (2013) llamada Veintitrés preguntas clave para entender para qué sirve la Alianza del Pacífico se afirma lo siguiente:

A finales de agosto de 2012, se firmó un Acuerdo de Cooperación en materia de Turismo, cuyo objetivo es fortalecer y desarrollar las relaciones de cooperación con base en el diseño de iniciativas que busquen incrementar los flujos de turistas entre los países miembros, con énfasis en turismo de aventura y naturaleza; turismo deportivo, turismo de sol y playa, turismo de cultura y turismo organizado para grupos; turismo de eventos y convenciones. (Veintitrés preguntas clave para entender para qué sirve la Alianza del Pacífico, 2013).

Figura 10. Logo de la Alianza del Pacífico



Fuente: Hablemos de minería (s.f.)

La Alianza del Pacífico tiene como propósito la integración de las naciones que hacen parte de ella (Chile, Perú, México y Colombia), y sus objetivos son construir, de manera participativa y

consensuada, un área de integración profunda para así avanzar en forma progresiva hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas; impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de las partes, con miras a lograr un mayor bienestar; la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes, y, por último, convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial y de proyección al mundo, con especial énfasis a la región del Asia Pacífico. Así está estipulado en el acuerdo marco de la Alianza del Pacífico (2012).

De esta manera, la Alianza del Pacífico se convierte en un escenario propicio para fomentar las exportaciones de los microempresarios del Quindío. Hace poco tiempo se realizó un encuentro en el que se trató en particular el tema de las pymes.

Acerca de la alianza se afirma lo siguiente en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2014):

Durante la jornada desarrollada este jueves por el XII Consejo de Ministros, en la que participaron el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Santiago Rojas Arroyo, y la Canciller, María Ángela Holguín, se llevó a cabo una reunión con el Secretario General de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), José Ángel Gurría, en la que se analizaron las oportunidades, potencialidades y logros de la Alianza del Pacífico. El Ministro Rojas explicó que durante la jornada se hizo énfasis sobre las áreas de cooperación de dicha organización hacia la Alianza, especialmente en lo relacionado con las cadenas globales de valor, compras públicas, reforma regulatoria y pymes.

4. Método de solución

Este trabajo se efectuó con un enfoque cualitativo evaluativo, teniendo como base que el objeto de del mismo fue la realización de un documento informativo y descriptivo que presente las oportunidades de internacionalización de los productos y servicios de los microempresarios

quindianos, derivadas de las *ventajas comparativas* relacionadas con: a) la ubicación geográfica privilegiada del departamento denominada triángulo de oro, y b) la declaratoria por parte de la UNESCO como paisaje cultural cafetero y patrimonio de la humanidad, en el que fueron incluidos 11 de los municipios del Quindío; asimismo, las oportunidades de internacionalización de los productos y servicios de los microempresarios quindianos, derivadas de las *ventajas competitivas* relacionadas con: a) la propuesta del Quindío para contribuir a la competitividad nacional, b) el aeropuerto internacional El Edén, c) la Zona Franca del Eje Cafetero, d) el Corredor vial (Bogotá-Armenia-Buenaventura), e) el proyecto UPME-02-2009 (inclusión del Departamento del Quindío en el sistema de transmisión nacional eléctrico), y f) el *Doing Business* 2013, como una oportunidad para generar inversión en el Quindío.

Para la recolección de la información se llevó a cabo una selección de documentos, estudios focales y estadísticas realizadas por entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), la Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX), la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío; el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el Departamento Nacional de Planeación (DNP); Proexport (entidad estatal colombiana de promoción de las exportaciones, el turismo y la inversión extranjera, cuyo nombre desde hace pocos días es ProColombia), el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Transporte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), entre otras, con el fin de recopilar, analizar y describir las oportunidades de internacionalización de los productos y servicios de los microempresarios del departamento del Quindío.

Asimismo, se efectuó una entrevista semiestructurada, la cual se realizó a algunos representantes de entes gubernamentales y microempresarios con el fin de indagar su percepción

sobre las ventajas comparativas y competitivas del Quindío que les puedan servir de soporte para el impulso de la internacionalización de los productos del departamento.

En ese sentido, se entrevistaron algunos microempresarios, representantes de los entes gubernamentales que forman parte de las juntas directivas relevantes para la competitividad del departamento y de la academia, con el fin de conocer su impresión sobre los proyectos que pueden convertir al departamento del Quindío en una oportunidad de internacionalización para los microempresarios. En las referidas entrevistas, de tipo semiestructurado, las personas consultadas, exteriorizan sus percepciones sobre las proyecciones y oportunidades que tiene el departamento para acceder a los mercados internacionales.

4.1 Actores entrevistados

4.1.2 Actores de entes gubernamentales, organizaciones y academias

Alcaldesa de Armenia, Quindío, Luz Piedad Valencia Franco; director de Planeación de Armenia, Quindío, Camilo Casadiego; directora de la Corporación de Cultura y Turismo de Armenia, Corpocultura, Luisa León Betancourth; secretario de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) de la Alcaldía de Armenia, Quindío, Carlos Fernando Benítez Zapata; director ejecutivo de la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, Rodrigo Estrada Reveiz; coordinador de la regional Quindío de Proexport, William Saavedra; concejal de Armenia Augusto González Peralta; rector de la seccional de la Fundación Universitaria San Martín, Henry Gómez Tabares; gerente de la Zona Franca del Eje Cafetero, Harold Clavijo; gerente del aeropuerto El Edén, Henry Barco López, y exgerente de Induguadua y Coomeva, Raunir Gómez Mancilla.

4.1.3 Microempresarios

Se entrevistaron personas con responsabilidades altas en las siguientes microempresas: Estiloguadua S. A. S., Vivefruta 100 S. A. S., Fiorentina Diseños, Sohome Muebles, AraltheL, Agriquin, Asemcafe, Fritos Yolis, Lifehealt Universal, La casa del café, Soluciones & Servicios 8A S. A. S, entre otras.

4.2 Presentación y análisis de resultados de las entrevistas

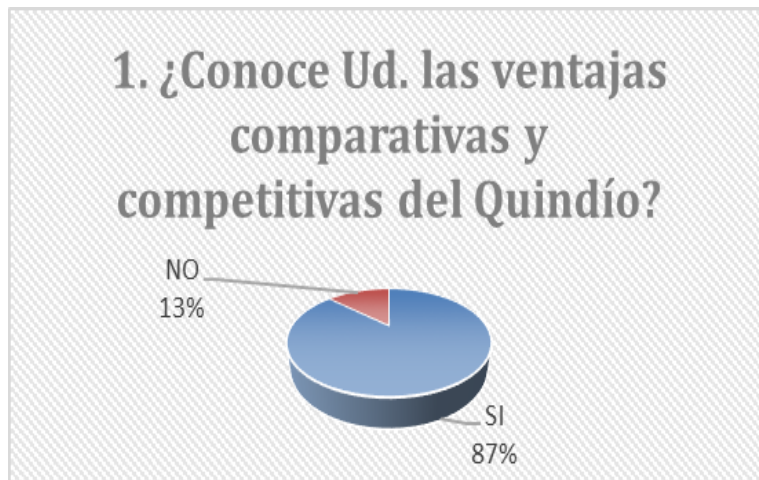
En el desarrollo del método de análisis se encontró que las entidades y empresas del departamento tienen claridad sobre las potencialidades con que cuenta el Quindío; sin embargo, a pesar de su conocimiento, no están explotándolas en debida forma, situación que ha generado no solo los bajos índices de exportaciones y los altos índices de desempleo, sino que la Zona Franca del Eje Cafetero no haya despegado a la fecha, a pesar de la gran cantidad de oportunidades de negocios y beneficios tributarios que se pueden obtener a través de ella.

A continuación se presenta el análisis de las respuestas a cada pregunta de la entrevista.

4.2.2 Datos generales

4.2.2.1 Conocimiento de las ventajas comparativas y competitivas del Quindío

1. ¿Conoce usted las ventajas comparativas y competitivas del Quindío?		
SI	26	87%
NO	4	13%



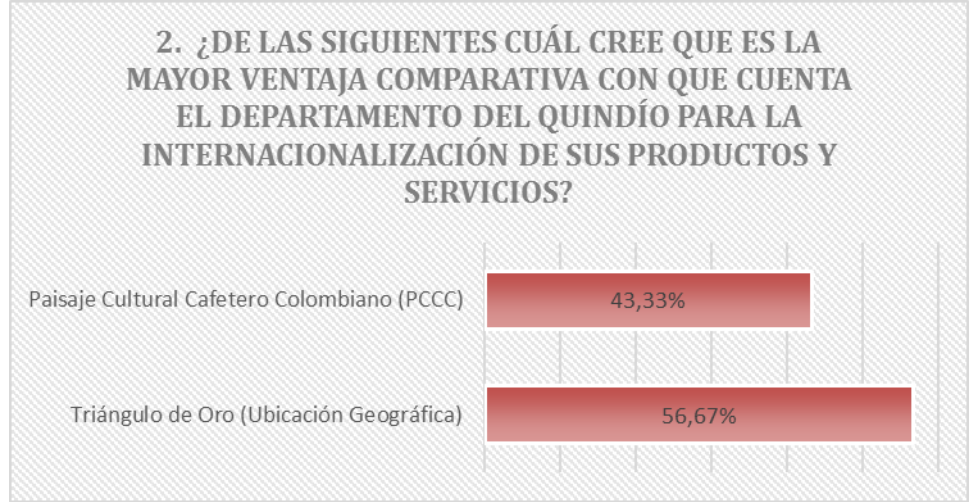
Fuente: elaboración propia

De la anterior pregunta, un 86,67% de los entrevistados afirman que conocen las ventajas competitivas y competitivas del departamento del Quindío; sin embargo, al analizar las siguientes preguntas se ve que, a pesar de dicho conocimiento, los microempresarios al parecer no están dando un uso adecuado a las mencionadas ventajas, las cuales les permitirían ser más competitivos en los mercados nacional e internacional.

En ese sentido, se hace necesario redoblar esfuerzos encaminados a la explotación de esas ventajas para la correcta internacionalización de los bienes y servicios del departamento del Quindío, aprovechando en primera instancia los diferentes tratados internacionales suscritos por Colombia.

4.2.2.2 Percepción sobre las mayores ventajas comparativas con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios

2. ¿De las siguientes, cuál cree que es la mayor ventaja comparativa con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios?		
Triángulo de oro (ubicación geográfica)	17	56,67%
Paisaje cultural cafetero Colombiano (PCCC)	13	43,33%



Fuente: elaboración propia

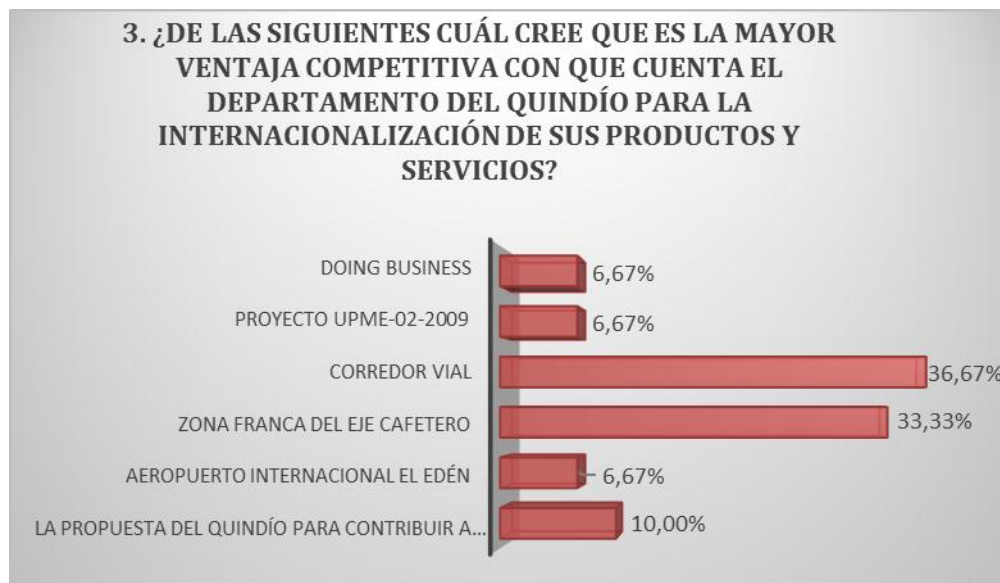
El 56,67% de los entrevistados sugiere que la mayor ventaja comparativa del departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos o servicios se refiere a estar ubicados en el triángulo de oro, mientras que el 43,33% restante sostiene que la mayor ventaja es la declaratoria que hizo la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) del paisaje cultural cafetero como patrimonio de la humanidad.

Se puede decir, entonces, que es una percepción importante la que tienen los encuestados respecto a que la ubicación geográfica del departamento del Quindío, denominada triángulo de oro, es uno de los factores primordiales que le permite al departamento ser un dinamizador de la economía para los microempresarios; en consecuencia, dicha ubicación debe ser optimizada, no solo por ser un paso obligado para el transporte de carga terrestre hacia el puerto de Buenaventura, Valle del Cauca, sino por contar con infraestructura vial y la Zona Franca del Eje Cafetero, que tiene con la posibilidad de facilitar la logística y la disminución de tributos.

En cuanto al paisaje cultural cafetero como patrimonio de la humanidad, es claro que el departamento del Quindío, junto con Risaralda, Caldas y norte del Valle del Cauca, conforman una región que ha obtenido significativo reconocimiento nacional y mundial; en consecuencia, en sus habitantes se presenta un elemento subjetivo, que les otorga mayor apropiación y valoración de la riqueza cultural, arquitectónica, natural y productiva de su entorno, todo lo cual les permitirá vigorizar el esfuerzo institucional y de la comunidad, con la defensa del medio ambiente y el apoyo o la cooperación internacional para fortificar aspectos socioeconómicos y ambientales, tal como lo ha manifestado el mandatario de Colombia, Juan Manuel Santos Calderón, en la página web oficial de la Presidencia (2011).

4.2.2.3 Percepción sobre las mayores ventajas competitivas con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios

3. ¿De las siguientes, cuál cree que es la mayor ventaja competitiva con que cuenta el departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos y servicios?		
La propuesta del Quindío para contribuir a la competitividad nacional	3	10,00%
Aeropuerto internacional El Edén	2	6,67%
Zona Franca del Eje Cafetero	10	33,33%
Corredor vial	11	36,67%
Proyecto UPME-02-2009	2	6,67%
<i>Doing Business</i>	2	6,67%



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la ventaja competitiva del departamento del Quindío que ha sido resaltada por la mayoría de los entrevistados, consiste en el corredor vial que atraviesa el departamento y que permite su tránsito desde y hacia Bogotá, Medellín, Cali y Buenaventura, el cual tiene un impacto del 36,67%. Este corredor se verá beneficiado con una serie de megaproyectos, como el túnel de La Línea y la doble calzada Calarcá-La Paila.

La Zona Franca del Eje Cafetero se encuentra en segunda ubicación, con un 33,33%, situación que llama la atención por cuanto dicha entidad atraviesa serias dificultades económicas, ya que no ha logrado ponerse en puto de equilibrio desde el año 2001. Dicha zona franca cuenta, entre otros, con atractivos significativos, como lo son: a) tener con una línea férrea que la comunica con el puerto de Buenaventura, la cual se encuentra subutilizada; b) la disminución del impuesto a la renta; c) la exoneración en el pago de tributos aduaneros (IVA y arancel) para los bienes de

capital, equipos y repuestos provenientes del exterior; d) el almacenamiento indefinido de mercancías; e) la nacionalización parcial, que permite que los productos transformados se pueden nacionalizar por producto terminado o materia prima, y f) los usuarios industriales pueden transformar bienes y exportarlos sin realizar ningún tipo de nacionalización; en consecuencia, se pueden realizar operaciones entre usuarios de la misma o diferente zona franca sin pago de tributos aduaneros ni IVA, entre otros beneficios.

El 10% de los entrevistados consideran que una de las mayores ventajas competitivas está relacionada con la propuesta del Quindío para contribuir a la competitividad nacional, trabajo que se ha venido desarrollando, sin mayores resultados, por parte de las administraciones municipal y departamental.

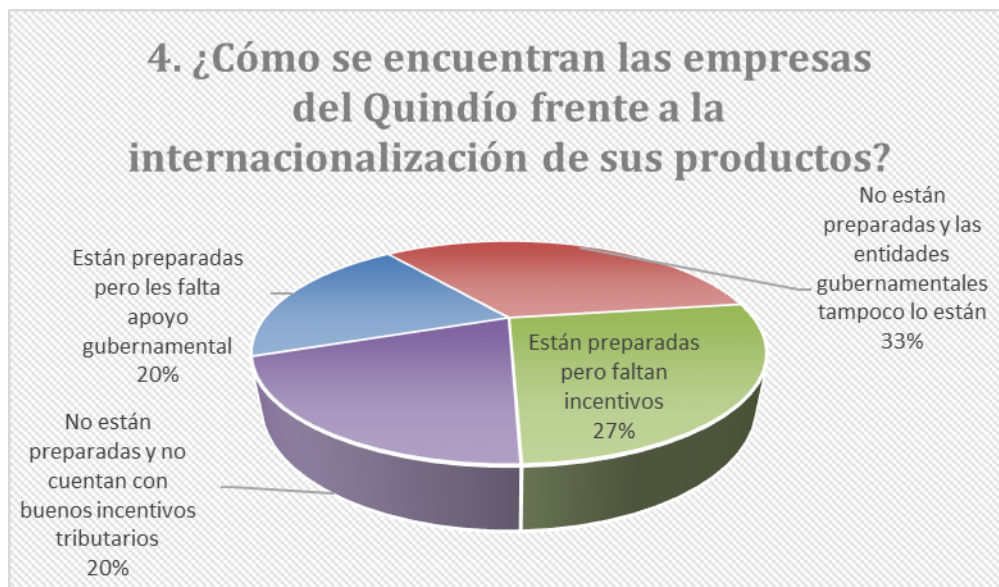
Se presenta un empate técnico de tres respuestas, que arroja cada una un porcentaje del 6,67%; en se sentido, los entrevistados consideran que las primordiales ventajas competitivas son: a) el aeropuerto internacional El Edén, el proyecto UPME-02-2009 y el *Doing Business*.

Se puede decir, entonces, que para los encuestados existe claridad sobre las ventajas competitivas que puede otorgar el departamento, por lo cual se hace indispensable la generación de políticas públicas que permitan, de manare efectiva, que las mismas se conviertan en una posibilidad cierta para los microempresarios quindianos.

4.2.2.4 Estado de las empresas del Quindío frente a la internacionalización de sus productos

4. ¿Cómo se encuentran las empresas del Quindío frente a la internacionalización de sus productos?		
Están preparadas pero les falta apoyo gubernamental	6	20,00%
No están preparadas y las entidades gubernamentales tampoco lo están	10	33,33%

Están preparadas pero faltan incentivos	8	26,67%
No están preparadas y no cuentan con buenos incentivos tributarios	6	20,00%



Fuente: elaboración propia

Para la mayoría de los entrevistados, las empresas y los entes gubernamentales no están preparados para afrontar la internacionalización de sus bienes y servicios. En consecuencia, se observa que tan solo el 26,67% manifiesta que las empresas están preparadas pero carecen de incentivos y el 20% expresa que les falta apoyo gubernamental.

El resultado de las respuestas a esta pregunta de igual manera muestra con preocupación que la percepción del 33,33% de los entrevistados es que las empresas quindianas no están preparadas para afrontar la internacionalización de sus productos; así mismo, señalan que las entidades gubernamentales tampoco lo están.

Para el 20% de los entrevistados, las empresas no están preparadas para afrontar la internacionalización de sus bienes y servicios; además, no cuentan con buenos incentivos

tributarios que les permita ser más competitivos, por ejemplo, con aquellas empresas que se ubican en Dosquebradas, Risaralda, las cuales, gracias a la exoneración de impuestos, han visto a dicho municipio como uno de los más atractivos para la generación de empresas.

4.2.2.5 Necesidades de las empresas del Quindío, por parte de los entes gubernamentales, para la explotación de las ventajas del departamento

5. ¿Qué necesitarían las empresas de los entes gubernamentales para mejorar la explotación de las ventajas del departamento del Quindío?			
Mayores incentivos tributarios	9	30,00%	
Mejores vías de comunicación	3	10,00%	
Promover cadenas asociativas para la producción, la comercialización, la distribución y la exportación	13	43,33%	
Fomentar el uso de las marcas de paisaje cultural cafetero (PCC)	2	6,67%	
Mejoramiento de unidades productivas, servicios que atiendan corredores de paso obligado por el departamento	1	3,33%	
Innovación en las empresas	1	3,33%	
Formación de profesionales	1	3,33%	



Fuente: elaboración propia

El 43,33% de los entrevistados afirma que lo que necesitan las empresas del Quindío para la explotación de las ventajas del departamento es promover cadenas asociativas para la producción, comercialización, distribución y exportación, lo cual permite inferir que uno de los clamores de los comerciantes es que se realicen esfuerzos ingentes por parte de los entes gubernamentales y de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, con el fin de unir las fuerzas de sus microempresarios con el propósito de percibir los beneficios de las economías de escala en la producción, la comercialización, la distribución y la exportación de sus productos. Para nadie es un secreto que un microempresario solitario con gran dificultad puede enfrenar la aventura de la exportación, por cuanto los contactos, los costos, los trámites y la incertidumbre en los pagos, entre otras circunstancias, dificulta en gran medida que se arriesguen a exportar. Es indispensable, entonces, que en los entes gubernamentales se empiece a pensar en la conformación de *clusters* o conglomerados empresariales como concentraciones de empresas e instituciones quindianas interconectadas en áreas determinadas para afrontar los retos impuestos por el mercado y por la competencia.

Para el 30% de los entrevistados es necesaria la iniciativa gubernamental para promover la producción, la comercialización, la distribución y la exportación, a través de la creación de incentivos tributarios al interior del departamento del Quindío, por cuanto observan con preocupación que varias empresas importantes, como La Rosa, Leonisa, Trianon, etc., con el paso de la historia han emigrado hacia Risaralda y Antioquia, al ser atraídas por importantes privilegios impositivos.

Para el 10% de los entrevistados se hace necesario mejorar las vías de transporte terrestre, pues, como se ha dicho, el Quindío ostenta una excelente ubicación geográfica; sin embargo, existen serias restricciones para el transporte de carga, por cuanto sus carreteras, en especial las que lo unen con Antioquia y Bogotá, presentan serios problemas técnicos, que generan hundimientos, derrumbes y trancones que dificultan la logística, lo que genera sobrecostos, pérdida de tiempo e incumplimientos. Ahora, en cuanto al transporte de carga desde el Quindío hacia la Sociedad Portuaria de Buenaventura, Valle del Cauca, se constata que en las últimas décadas se ha desperdiciado la infraestructura del Ferrocarril del Pacífico (FDP), que opera entre La Tebaida, Quindío, y Buenaventura, Valle del Cauca; sin embargo, según *Portafolio.co* (Ferrocarril del Pacífico aumentará su carga, 2014), dicho ferrocarril se prepara para recibir una importante inversión de la empresa Impala, operador global de terminales portuarios, que le permitirá aumentar la carga actual de 10.000 toneladas mensuales a una estimación aproximada en el futuro de 80.000; además, se ampliará el portafolio de carga para incluir derivados del petróleo, carbón, azúcar, cereales, café y fertilizantes.

El 6,67% de los entrevistados considera que se hace necesario el fomento de la marca “Paisaje cultural cafetero” para promocionar los bienes y servicios de origen quindiano, por cuanto tal distinción les permitiría obtener diferenciación frente a sus competidores; así mismo, les otorga reconocimiento, en especial frente a sus clientes extranjeros.

Por último, se presenta un empate técnico del 3,33% en cuanto a mejoramiento de unidades productivas, servicios que atiendan corredores de paso obligado por el departamento, innovación en las empresas y formación de profesionales, como necesidades de las empresas para mejorar la

explotación de las ventajas del departamento del Quindío y que deben ser apoyadas por los entes gubernamentales.

4.2.2.6 Necesidades de las empresas del Quindío en su interior para optimizar la internacionalización

6. ¿Qué necesitarían las empresas del Quindío en su interior para optimizar la internacionalización?		
Mayor conocimiento de posibles mercados	10	33,33%
Trabajar cadenas productivas y de exportación	11	36,67%
Tecnología para generar valor agregado	6	20,00%
Mejorar cadena logística y asociatividad entre los microempresarios	3	10,00%



Fuente: elaboración propia

El 36,67% de los entrevistados afirma que lo que necesitan las empresas del Quindío en su interior para optimizar la internacionalización de sus bienes y servicios es trabajar cadenas productivas y de exportación; asimismo, el 10% manifiesta que requieren mejorar cadena

logística y asociatividad entre los microempresarios, lo cual concuerda con la necesidad que tienen los mismos frente a los entes gubernamentales respecto a la necesidad imperiosa de promover cadenas asociativas para la producción, la comercialización, la distribución y la exportación. Se insiste, por parte de los entrevistados, en su súplica para que se realicen esfuerzos de los entes gubernamentales y de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, con el fin de engranar y poner a trabajar en forma coordinada a los microempresarios, con el propósito de percibir los beneficios de las economías de escala en la producción, la comercialización, la distribución y la exportación de sus bienes y servicios.

El 33,33% de los entrevistados manifiesta que requieren mayor conocimiento de los mercados internacionales, con el fin de optimizar la internacionalización de sus bienes o servicios; dicho conocimiento implica, en consecuencia, no solo conocer cuáles bienes o servicios pueden ser exportados, sino quiénes los pueden comprar, quiénes los pueden apoyar en el proceso logístico de exportación, cuáles son los pormenores frente a requerimientos e incentivos contenidos en los diferentes acuerdos comerciales, etc.

El 20% argumenta la necesidad, al interior de las empresas, de contar con tecnología que les permita generar valor agregado a los bienes y servicios por internacionalizar, lo que implica, entonces, contar no solo equipos tecnológicos de avanzada, sino con el talento humano capacitado en debida forma para el manejo de los mismos y para la optimización de los procesos.

5. Conclusiones

1. La mayor cantidad de empresas formales en el Quindío son las microempresas, las cuales alcanzan un porcentaje del 96%, situación que amerita efectuar esfuerzos por parte de las

agremiaciones, entidades públicas y educativas con el objetivo de ayudar a implementar políticas públicas eficientes y efectivas para la internacionalización de sus productos.

2. El departamento del Quindío cuenta con ventajas comparativas que deben ser explotadas con el objeto de impactar en forma positiva a los empresarios del mismo. Las principales ventajas que podrían ser explotadas para mejorar la internacionalización de los productos y servicios de los microempresarios quindianos son:

- Triángulo de Oro (ubicación geográfica).
- El paisaje cultural cafetero, declarado por la UNESCO patrimonio de la humanidad.

3. Las ventajas competitivas de mayor relevancia para el Quindío son las que se enuncian a continuación y, al igual que las ventajas comparativas, deben ser potenciadas, con el fin de impactar en forma a los empresarios del departamento:

- La propuesta del Quindío para contribuir a la competitividad nacional.
- El aeropuerto El Edén.
- La Zona Franca del Eje Cafetero.
- El corredor vial.
- El proyecto UPME-02-2009 (inclusión del Departamento del Quindío en el sistema de transmisión nacional eléctrico).
- El *Doing Business* 2013, como una oportunidad para generar inversión en el Quindío.

4. Los productos con mayor posibilidad de internacionalización desde el Quindío son los siguientes:

Tabla 12. Productos con mayor posibilidad de internacionalización desde el Quindío

PRODUCTOS CON MAYOR POSIBILIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN DESDE EL QUINDÍO	
Agroindustria	Derivados del café Flores y follajes Frutas y hortalizas frescas y procesadas Frutas frescas Hierbas aromáticas y especias
Prendas de vestir	<i>Jeans</i> Ropa interior masculina y femenina Ropa de control Textiles Manufacturas de cuero Cueros en bruto y preparados Vestidos de baño
Servicios	Tercerización de servicios (BPO) Software Industria gráfica y editorial
Manufactura	Muebles para el hogar Autopartes

Fuente: elaboración propia

5. La mayoría de las personas que fueron entrevistadas manifestaron ser conocedores de las ventajas competitivas y comparativas del departamento del Quindío; no obstante lo anterior, se puede observar que, a pesar de dicho conocimiento, las empresas y entidades públicas y educativas en cuestión al parecer no les están dando un uso adecuado a dichas ventajas, que les permitirían ser más competitivos en el país e, incluso, en el campo internacional.

6. Según las entrevistas, la mayor ventaja competitiva del departamento del Quindío para la internacionalización de sus productos o servicios es estar ubicado en el "triángulo de oro", la cual está unida a las restantes ventajas competitivas significativas identificadas, como lo son contar con la Zona Franca del Eje Cafetero y con el corredor vial que une al departamento con Bogotá, Medellín, Cali y Buenaventura.

7. Se puede concluir que la Zona Franca del Eje Cafetero, ubicada en las inmediaciones de La Tebaida, Quindío, puede ofrecer a los empresarios de la región un completo despliegue logístico que cuenta, además, con excelentes beneficios tributarios; sin embargo, se requiere un mayor esfuerzo institucional para ponerla a marchar hasta alcanzar su punto de equilibrio; en

consecuencia, es fundamental venderla o promocionarla como un foco generador de oportunidades de internacionalización.

8. Para la mayoría de los entrevistados, las empresas y los entes gubernamentales no están preparados para afrontar la internacionalización de sus bienes y servicios.

Pocas empresas manifiestan que están preparadas para afrontar la internacionalización; sin embargo, reclaman apoyo a través de incentivos y apoyo gubernamental.

9. La mayoría de los entrevistados manifiestan que las empresas del Quindío necesitan, de parte de los entes gubernamentales, que se promuevan cadenas asociativas para la producción, comercialización, distribución y exportación, con el objetivo de unir las fuerzas de sus microempresarios, de tal forma que lo anterior les permita percibir los beneficios de las economías de escala.

6. Referencias

Academia Uniquindío (2006). *Quindío, Colombia, corazón del paisaje cultural cafetero*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: http://academia.uniquindio.edu.co/academia/eventos/cienciasbiologicas/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=37

Aeropuerto El Edén (s.f.). *Aeropuerto internacional El Edén, Armenia, Quindío*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://aerpuertoeleden.com/>

Asociación Nacional de Comercio Exterior, Analdex (2013). *Alianza del Pacífico*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://www.analdex.org/index.php/negociaciones-comerciales/alipacifico/550-pacificoalianza>

Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío (2014). *Informe empresarial del Quindío, semestre I/2014*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://camaraarmenia.org.co/files/INFORME%20EMPRESARIAL%20PRIMER%20SEMESTRE%20DEL%20A%C3%91O%202014%20FINAL.pdf>

Ciudad territorio paisaje (s.f.). *Paisaje cultural cafetero: conceptos de base para la determinación de objetivos e indicadores estratégicos (parte I)*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://imapa.net/blog/paisaje-cultural-cafetero-conceptos-de-base-para-la-determinacion-de-objetivos-e-indicadores-estrategicos-parte-i/>

Ciudades donde es más fácil hacer negocios (2013). *Vanguardia*. Consultado el 14 de octubre de 2014, de <http://www.vanguardia.com/economia/nacional/222743-ciudades-donde-es-mas-facil-hacer-negocios>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2013). *Tasa de desempleo nacional*. Consultado el 14 de junio de 2014, de <http://www.dane.gov.co/>

Departamento Nacional de Planeación, DNP (2013). *Mercado laboral*. Consultado el 24 de enero de 2014, de: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16724>

Empresa de Energía del Quindío, EDEQ (2013). *Informe de sostenibilidad 2013*. Consultado el 18 de marzo de 2014, de: http://www.edeq.com.co/documentos/Informes%20de%20Gestion/2013/Informe_de_sostenibilidad_EDEQ_2013.pdf

Está lista repotencialización energética del Quindío (2012). *Crónica del Quindío*. Consultado el 14 de octubre de 2014, de <http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-esta-lista-repotencializacion-energetica-del-quindio-seccion-armenia-nota-55346.htm>

Este año se han exportado cerca de 700 mil sacos de café (2014). *Crónica del Quindío*. Consultado el 14 de octubre de 2014, de <http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-este-ao-se-han-exportado-cerca-de-700-mil-sacos-de-caf-seccion-la-economia-nota-79608.htm>

Ferrocarril del Pacífico aumentará su carga (2014, 21 de marzo). *Portafolio*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://www.portafolio.co/economia/ferrocarril-del-pacifico-aumentara-su-carga>

Fincasquindioya (s.f.). *Los 15 mejores cafés especiales del Quindío*. Consultado el 18 de marzo de 2014, de: <http://fincasquindioya.com/15-mejores-cafes-especiales-quindio/>

Friedman, T. (2005). *La tierra es plana. Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Madrid: Martínez Roca.

Gobernación del Departamento del Quindío y Comisión Regional de Competitividad (2011). *Plan regional de competitividad del Quindío*. Consultado el 18 de abril de 2014, de: <http://www.almamater.edu.co/sitio/Archivos/Documentos/Documentos/00000074.pdf>

Hablemos de minería (s.f.). *Canadá quiere participar en la Alianza del Pacífico*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://hablemosdemineria.com/2014/10/17/canada-quiere-participar-en-la-alianza-del-pacifico/>

Merchán, L. (2013). Descripción y ubicación del proyecto. Empresa de Energía de Bogotá. *Seminario Regional Impactos Ambientales de las Redes Eléctricas de Alta Potencia*. Armenia: Universidad del Quindío.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012). *Perfil económico del Departamento del Quindío*. Consultado el 9 de febrero de 2014, de: <http://www.eam.edu.co/centrodeinvestigaciones/documentos/politicapublica/PERFILECONOMI CODELQUINDIO.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014). *Ministros de la Alianza del Pacífico prepararon hoy IX cumbre presidencial*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=30652>

Ministerio de Cultura (2013). *Paisaje cultural cafetero: un paisaje cultural productivo en permanente desarrollo*. Bogotá: Federación Nacional de Cafeteros / Ministerio de Cultura.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2014). *MinTIC emite estampilla conmemorativa para el paisaje cultural cafetero*. Consultado el 18 de abril de 2014, de: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-5565.html>

Ministerio de Transporte (2014). *Plan nacional de desarrollo 2010-2014. Prosperidad para todos. Sector transporte*. Consultado el 24 de enero de 2014, de: <https://www.mintransporte.gov.co/descargar.php?id=1388>

Por donde se haga, habrá peaje en la doble calzada (2014). *Crónica del Quindío*. Consultado el 18 de abril de 2014, de: <http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-nota-71131.htm>

Porter, M. E. (2007) *La ventaja competitiva de las naciones*. México: CECSA.

Presidencia de la República (2011). *Unesco le dio estatus de patrimonio cultural de la humanidad al panorama cafetero colombiano*. Consultado el 29 de julio de 2014, de: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Junio/Paginas/20110625_05.aspx

Proexport (2013). *Exportaciones. Quindío*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/quindio_exportaciones_0.pdf

Proexport (2014). *Revista de las oportunidades, Quindío*. Consultado el 29 de julio de 2014, de: <http://www.proexport.com.co/publicaciones/revista-de-oportunidades-quindio-2014>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (2013). *Cepal presentó el escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia 2012-2013*. Consultado el 24 de enero de 2014, de: <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?x=73999>

Récord en exportación de cafés especiales (2014). *Dinero*. Consultado el 14 de octubre de 2014, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/fedecafe-reporta-exportaciones-2013/192726>

República de Colombia, República de Chile, Estados Unidos Mexicanos y República del Perú (2012). *Acuerdo marco de la Alianza del Pacífico*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: http://alianzapacifico.net/documents/2014/Acuerdo_Comercial.pdf

Ricardo, D. (1959). *Principios de economía política y tributación*. México: Fondo de Cultura Económica.

Sepúlveda, L. (2012). *Santos da el sí a trazado original de doble calzada Calarcá-La Paila*. Consultado el 24 de enero de 2014, de: http://www.eltiempo.com/colombia/eje-cafetero/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12187146.html

Skyscrapercity (2014). *Guía General de Proyectos*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=433880&page=918>

Smith, A. (1794). *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Valladolid: En la Oficina de la Viuda e Hijos de Santander. Consultado el 24 de enero de 2014, de: https://www.marxists.org/espanol/smith_adam/1776/riqueza/smith-tomo1.pdf

TransArmenia Carga Zona Franca S. A. S. (s.f.). *Dónde estamos ubicados*. Consultado el 24 de junio de 2014, de: http://www.transarmeniazonafranca.com/donde_estamos.html

Turiscolombia (2014). Consultado el 24 de junio de 2014, de: <http://www.turiscolombia.com/quindio1.html>

Unidad de Planeación Minero Energética, UPME (2010). *Plan de expansión de referencia 2010-2014*. Consultado el 19 de marzo de 2014, de: www.upme.gov.co

Unidad de Planeación Minero Energética, UPME (2012). *Boletín estadístico de minas y energía*. Consultado el 18 de marzo de 2014, de: www.upme.gov.co

Unidad de Planeación Minero Energética, UPME (2013). *Proyección de demanda de energía eléctrica en Colombia*. Consultado el 19 de marzo de 2014, de: www.upme.gov.co

Vásquez, D. (2014). *El mundo se toma los cafés especiales de Colombia*. Consultado el 18 de marzo de 2014, de: [http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/el mundo se toma los cafes especiales de colombia.php#U_pu1GB0wkI](http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/el_mundo_se_toma_los_cafes_especiales_de_colombia.php#U_pu1GB0wkI)

Veintitrés clave para entender para qué sirve la Alianza del Pacífico (2013). *El país*. Consultado el 18 de octubre de 2014, de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/23-preguntas-clave-para-entender-para-sirve-alianza-pacifico>

Von Haberler, G. (1936). *El comercio internacional*. Barcelona: Labor.

Zona Franca Internacional de Pereira (2013). *Comunicado de prensa No. 367*. Consultado el 20 de enero de 2014, de: <http://zonafrancapereira.com/content/contextoregional>