



Dinámica de productos cosméticos y aseo de Colombia en la Alianza del Pacífico

Dynamics of Colombian cosmetic and toilet products in the Pacific Alliance

DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.Econ.5>

Artículo de Investigación científica y tecnológica.

Fecha de recepción: 21/08/2022

Fecha de devolución: 21/04/2023

Fecha de aceptación: 07/06/2023

Fecha de publicación: 21/06/2023

Edgar Javier Gómez Parada 

Universidad Santo Tomas
Bucaramanga, Santander (Colombia)
edgar.gomez01@ustabuca.edu.co

Julio César Ramírez Montañez 

Universidad Pontificia Bolivariana
Bucaramanga, Santander (Colombia)
julio.ramirez@upb.edu.co 

Paula Ximena Romero Vargas 

Universidad Pontificia Bolivariana
Bucaramanga, Santander (Colombia)
paula.romero.2021@upb.edu.co

Para citar este artículo:

Gómez Parada, E. J., Ramírez Montañez, J. C. & Romero Vargas, P. X. (2023). Dinámica de productos cosméticos y aseo de Colombia en la Alianza del Pacífico. *Económicas CUC*, 44(2), 33–50. DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.Econ.5>

JEL: F1; F15; F55; M2; M21

Resumen

El presente estudio aborda la dinámica de comercio de productos de cosméticos y de aseo personal de Colombia con los países de Chile, México y Perú; con quienes conforma la Alianza del Pacífico (AP); para dar una mirada a la proyección de articulación productiva intrarregional en este sector. Estos productos se ubican en las partidas arancelarias 3303, 3304, 3305, 3306 y 3307, del sistema armonizado. Se utiliza el Índice de Comercio Intrarregional de las Exportaciones (ICI-EXP), el Índice de Comercio Intrarregional de las Importaciones (ICI-IMP); y el Índice de Grubel Lloyd del Comercio Intraindustrial (IGLL), para los cinco grupos de productos, entre los años 2017-2021. Entre los principales hallazgos se evidencia que el comercio intrarregional de las exportaciones ICE-EXP de Colombia con la AP se ubica entre 0.41 y 0.65, es decir que los mercados de la AP se encuentran entre los principales destinos de las exportaciones colombianas para los cinco productos. En el caso de las importaciones el ICE-IMP oscila entre 0.10 y 0.60, estas cifras revelan que no todos los productos importados de este sector provienen principalmente de la AP. El índice IGLL refleja comercio intraindustrial de Colombia con la AP para algunos productos especialmente con México.

Palabras clave: Alianza del pacifico; industria de cosméticos y aseo personal; comercio intrarregional; comercio intraindustrial

Abstract

This study addresses the dynamics of trade in cosmetics and personal care products between Colombia and the countries of Chile, Mexico and Peru, with which it forms part of the Pacific Alliance (PA), in order to take a look at the projection of intra-regional productive articulation in this sector. These products are located in tariff headings 3303, 3304, 3305, 3306 and 3307 of the harmonized system. The Intra-Regional Trade Indexes of Exports (ICI-EXP), Intra-Regional Trade Indexes of Imports (ICI-IMP); and Grubel Lloyd index of Intra-Industry Trade (IGLL) are used, for the five product groups, between the years 2017-2021. Among the main findings, it is evident that the intra-regional trade of Colombia's ICE-EXP exports with the PA is located between 0.41 and 0.65, i.e. the PA markets are among the main destinations of Colombian exports for the five products. In the case of imports, the ICE-IMP oscillates between 0.10 and 0.60, these figures reveal that not all imported products in this sector come mainly from the PA. The IGLL index reflects Colombia's intra-industry trade with the PA for some products, especially with Mexico.

Keywords: Pacific alliance; cosmetics and personal care industry; intra-regional trade; intra-industry trade

INTRODUCCIÓN

Colombia, junto con Chile, México y Perú, forman parte de la Alianza del Pacífico-AP, considerado un acuerdo regional, donde los cuatro países latinoamericanos buscan aprovechar su ubicación sobre el Océano Pacífico para explorar oportunidades de inserción de sus ofertas exportables a países asiáticos; especialmente Asia Pacífico. Aunque los cuatro países no conforman propiamente una región geográfica delimitada, porque no todos comparten cercanías y zonas limítrofes entre sí; aprovechan múltiples similitudes socioeconómicas para constituirse como región (Ardila, 2015).

El acuerdo de la AP, es considerado un regionalismo abierto, en respuesta a la tendencia de los cuatro países de establecer múltiples acuerdos comerciales; de hecho, ya existían, previo a la firma de la AP, acuerdos entre los países que la conforman; Con el acuerdo se busca un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales que cada uno de estos países tiene, como estrategia de expansión de sus exportaciones y de actuar dentro de un mundo globalizado (Tremolada, 2014).

También se considera dentro de un marco de integración profunda porque declara, desde su creación el libre movimiento de bienes y servicios, libre movimiento de capitales, libre movimiento de personas, facilitar el comercio entre ellos, además de promover las inversiones y la cooperación conjunta (Trujillo, 2014).

Dentro de ese contexto, el presente estudio tiene como objetivo determinar la dinámica del comercio intrarregional de Colombia con los países de Chile, México y Perú, con quienes conforma la Alianza del Pacífico, específicamente en el sector de productos cosméticos y de aseo personal. Se ha seleccionado esta actividad económica por el potencial de desarrollo productivo y exportador que posee, y por los retos que debe superar en aspectos de buenas prácticas de manufactura (Rodríguez, 2018), y en innovación, por el desarrollo de productos con componentes cada vez más orgánicos y naturales para aprovechar los recursos biodiversos disponibles en Colombia (Mora y Zárate, 2017). Es un sector sobre el cual no se han realizado muchos estudios en Colombia, enfocados a las exportaciones y a las oportunidades de mercados internacionales.

Para el estudio se tienen en cuenta los productos de belleza, preparaciones capilares, perfumes, productos para afeitarse, y preparaciones para higiene bucal, comprendidos en las partidas arancelarias 3302 a 3307, según el sistema arancelario armonizado; las exportaciones colombianas en estos cinco grupos superaron los 431 millones de dólares en el año 2021 (International Trade Center-ITC, s.f.), cuyos principales destinos son países latinoamericanos. Específicamente en el sector de cosméticos, para el año 2017, en Colombia, se contaban con 690 empresas (Orjuela-Castro, Díaz-Ríos, González-Pérez, 2017), de las cuales 473 tenían el registro del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos-INVIMA actualizado, según la legislación sanitaria vigente (Rodríguez, 2018), y está considerado como un sector de talla mundial dentro de las estrategias de competitividad e internacionalización de la economía colombiana (Acosta, 2012).

Para el estudio, se utilizaron los Índices del Comercio Intrarregional de las Exportaciones ICI-EXP y de los Índices del Comercio Intrarregional de las Importaciones ICI-IMP, con el fin de identificar la proporción de los flujos comerciales de estos productos que se exportan de Colombia a los demás países de la AP, con respecto al total exportado. Estos indicadores se hacen de manera consolidada con el total exportado a los tres países. También se aplica el Índice de Grubel Lloyd del Comercio Intraindustrial (IGLL), que mide el comercio intraindustrial, para establecer qué nivel de comercio tiene Colombia con cada país de la AP, en los productos incluidos en la investigación.

ESTADO DEL ARTE

La economía colombiana actual tiene un gran enfoque hacia el comercio internacional, basándose en la integración económica con las naciones subyacentes para mejorar su competitividad. Dentro de las bases teóricas del comercio que sustentan este enfoque se encuentra lo establecido por **Krugman (1992)** quien analiza la localización de la producción y su relación con el comercio intrarregional y la generación de economías a escala que fortalezcan las industrias nacionales. Su exposición se basa en que la concentración geográfica de la producción dentro de una zona, país, o región permite que se tomen las ventajas de las economías de escala y que a su vez los consumidores se beneficien en un contexto global de los precios bajos y de la diversidad de productos (**Krugman, 1992**).

Estos flujos comerciales hacen parte de un proceso integrador el cual se ha venido desarrollando de forma creciente en todo el mundo, iniciando con la ola de la globalización de los años ochenta, donde a partir de su nivel de industrialización los países empezaron a exportar ciertos bienes introduciéndose en un mercado mundial, en donde cada uno pudo sacar beneficios de la especialización, como el fortalecimiento de la industria, el empleo, el aumento del comercio e incluso aumentar su riqueza, tal como lo explica **Ayala y Ramírez (2020)**.

Lo anterior plantea la importancia de la existencia de comercio intrarregional e intraindustrial en el desarrollo y el fortalecimiento del comercio de los países, siendo justamente lo que se intenta analizar en este artículo, en donde los encadenamientos productivos centrados en el aprovechamiento de los factores de cada país o región en la elaboración de un bien específico contribuyen al desarrollo de determinada industria. Para ello, las regiones articulan sus actividades empresariales configurando cadenas de valor definidas como el conjunto de todas las actividades que se requieren para producir un bien o un servicio hasta que llega a su consumidor final (**Díaz, Macías y González, 2020**).

Estos encadenamientos desagregan las actividades con el fin de consolidar ventajas competitivas, este proceso va desde el suministro de materia prima, luego la producción y ensamble de cada una de las partes hasta que se distribuye un producto terminado. Estos niveles de integración pueden darse entre múltiples países generando cadenas globales; o entre pocos países de una región específica, consideradas cadenas regionales (**Kaplinsky & Morris, 2001**).

Kaplinsky y Morris (2009) explican la importancia de los encadenamientos como una forma de especialización de las empresas y de integración entre las mismas que los lleve a la obtención de beneficios compartidos en donde cada país adquiere relevancia a nivel internacional con bienestar económico y social.

Porter (1989) señala que los encadenamientos se producen debido a que algunas actividades resultan muy costosas para ciertos países o industrias y se hace necesario desintegrarlo en acciones dependiendo las ventajas de cada país o empresa en cuanto a recursos humanos, tecnología o infraestructura y así optimizar el proceso, contribuyendo a aumentar el valor para el comprador.

En las dos últimas décadas los encadenamientos productivos, la competitividad, la productividad basada en la innovación y la internacionalización de las empresas, han venido siendo los cuatro ejes principales de la política industrial moderna de un país para que las empresas crezcan, compitan, generen empleo y conquisten nuevos mercados (**Espejel, Illescas, Hernández, Santos y Ramírez, 2018; Ramírez y González, 2016**).

Estas tendencias vienen marcando la vanguardia en la gerencia internacional donde se tiene la necesidad de insertarse en las cadenas globales de valor antes de continuar con un modelo de intercambio basado en países y bloques. Los gerentes de las empresas en el siglo XXI deben pensar en cómo lograr encadenamientos productivos que permitan que sus productos se integren en procesos internacionales sacando ventaja de los acuerdos de libre comercio (**Pérez, Hernández, Acosta y Chumaceiro, 2009**).

En el caso de América Latina, este proceso de integración económica ha venido presentándose desde los años noventa principalmente con el aumento de los acuerdos comerciales, además de un aumento de los flujos de capital por medio de la inversión intrarregional (**Herrera, 2017**). Inicialmente, estos acuerdos se centraban en las listas de productos limitados a las que se les brindaban beneficios, pero con el paso de los años estas listas se han ido ampliando y los acuerdos han llegado a incluir no solo el flujo de bienes, servicios y capital sino también la promoción del turismo y tienden a ser cada vez más centrados en las capacidades de expansión conjunta de una región (**Birle, 2018**). En cuanto a Suramérica, los Estados se han venido interrelacionando por medio de una serie de acuerdos comerciales, convirtiendo a esta parte del continente en un área económica cada vez más integrada (**Jumar y Paredes, 2008**).

De igual forma, **Lechuga-Cardozo (2021)** destaca que la AP es una propuesta comercial implementada en el año 2011 por los presidentes de Colombia, Chile, México y Perú, con el fin de establecer nuevas formas de realizar negocios e impulsar el comercio internacional y las inversiones, principalmente con el continente asiático. La AP se ha venido alimentando de diversas estrategias que han buscado construir un área de integración intensa entre los Estados miembros, tomando en cuenta su regulación legal, la arquitectura institucional y, sobre todo, el desarrollo de proyectos de cooperación entre sus asociados (**Prado y Rodríguez, 2019**).

En ese sentido, la AP es uno de los acuerdos comerciales más prometedores para la consecución de encadenamientos productivos que generen beneficios mutuos y

obtener una integración regional, que haga más competitiva esta zona (Marchini, 2019a). Esta es una iniciativa de Chile, Colombia, México y Perú, firmada en el año 2011 a partir de la cual se espera incentivar la integración comercial, que incluye también, un eje de cooperación que además no hace contrapeso a lo demás tratados que cada país tiene por separado, sino que busca incluirlos por medio de actividades conjuntas

Asimismo, Tremolada (2019) destaca tres aspectos que hacen importante a la AP: primero, los cuatro miembros se caracterizan por tener economías con fácil movilidad de bienes, personas y capitales; en segundo lugar, este acuerdo reconoce la importancia de Asia-Pacífico y el uso de la Alianza como un puente para ingresar en esos mercados; y, por último, que estas cuatro economías cuentan con indicadores de crecimiento positivos por encima del promedio de la región.

En cuanto a la posición regional del acuerdo se puede destacar, siguiendo a Prieto (2018), que cuenta con cuatro economías que juntas podrían contrarrestar el poderío que tiene actualmente países como Brasil, además, de empezar a generar ganancias como región, más que como países separados, más allá de lo que hace Mercosur (Mercado Común del Sur), debido a sus metas bastante claras con miras al mercado asiático, en donde Colombia puede sacar mucho provecho pero con la implementación de la políticas necesarias y aportes a industria, infraestructura, tecnología y relaciones internacionales (Marchini, 2019b).

Sumado a esto, existen múltiples estudios los cuales intentan analizar la existencia de encadenamientos dentro de la AP que promuevan el desarrollo de industrias específicas en estos países, identificando las cadenas de valor en las cuales pueda intervenir la AP enfocándose específicamente en la zona de Asia Pacífico. Estas investigaciones lo consiguen por medio de una revisión bibliográfica sobre el comercio exterior dentro de la AP y la economía de la región, además de realizar una clasificación de los países según el nivel de contenido tecnológico de sus productos y la sofisticación de estos usando la recolección de información de distintas fuentes de literatura relacionada con el tema; evidenciando así la existencia de una amplia gama de textos científicos enfocados en el potencial de este acuerdo en cuanto a encadenamientos productivos.

En ese mismo orden de ideas y con el objetivo de destacar la importancia geoestratégica de la AP en el desarrollo de la competitividad internacional, Ramírez y González (2016) analizan los aspectos más relevantes del acuerdo, y por medio del uso de indicadores como el de comercio intrarregional, extrarregional y de intensidad comercial, exploran oportunidades para cada uno de los países que serán dadas por este comercio intrarregional.

En el caso de Colombia, los mayores beneficios vendrían de los productos de la agroindustria, el sector automotor, textiles y confecciones, y los cosméticos principalmente por las mejoras en las reglas de origen y los aranceles (Ramírez y González, 2016). Perú se favorecía en su sector agropecuario y en el textil, mientras que Chile vería una ventaja para la exportación de bases para la elaboración de bebidas, y cobre, por su parte México planea el mejoramiento de la eficiencia energética y el envío de manufacturas a la región.

Para **Ramírez y González (2016)**, este acuerdo resulta ser uno de los procesos de integración más eficientes que se ha planteado en América Latina, y con mayores perspectivas de logro mutuo debido a la visión de generar encadenamientos productivos enviando bienes de valor agregado a menores costos a países de Asia-Pacífico, con miras además, de ampliar su llegada a países de América del Norte o Europa por medio del aprovechamiento de los acuerdos o tratados que tienen los países miembros con esta regiones. De esta manera, con ayuda de revisión bibliográfica de los programas de las Secretarías de Economía de México, Pro Chile, Pro Perú, y ProColombia, los autores logran identificar algunos de estos posibles encadenamientos dentro de la AP.

Según dicha revisión para Colombia se identificaron 24 encadenamientos productivos con los países de la AP en donde se destacan sectores como: agroindustria, cosméticos, envases y empaques, con Chile; colorantes y confecciones, con Perú; autopartes, auto mecánica, y teléfonos móviles, con México (**Ramírez y González, 2016**). Lo anterior teniendo en cuenta que la alianza puede servir también como plataforma o receptor para trabajar con bienes de otros mercados que permitan el envío de contenido de mayor valor, por medio de la importación de insumos intermedios y la transformación de estos.

Por otra parte, **Gilles y Carvajal (2015)** también buscan observar el papel de las cadenas globales de valor en la AP, pero con énfasis específico en Colombia, cuyo objetivo se enfocó en verificar el nivel de internacionalización de los sectores colombianos y su complementariedad productiva con los países de la AP, mediante una caracterización de la importación de bienes intermedios en Colombia usando estadísticas de comercio con herramientas para el análisis de insumo producto provistas por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) para los años 2005 y 2011.

También enfocado a Colombia, **Rojas-García, Franco-Gómez y Suam-Quintero (2019)** analizan las oportunidades de inserción que tienen las pymes colombianas en cadenas globales de valor dentro de la AP, por medio del análisis de una matriz insumo-producto, encuentra que los encadenamientos juegan un papel muy importante en el momento de aumentar el regionalismo abierto dentro de los países miembros de la Alianza donde se destacan los productos como las partes y autopartes de vehículos, máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, refrigeradores, congeladores, motores entre otros. Además, se destaca la posibilidad de usar los tratos comerciales de países como México con los países asiáticos para traer insumos a Colombia que son usados en la fabricación de bienes terminados.

Adicionalmente, **Benítez y Ciro (2019)** estudian la relación comercial entre México y Colombia para potenciar la participación del clúster bogotano de cosméticos en el mercado mexicano y los beneficios sobre las pymes que participarían del mismo; muestran el avance de la relación comercial entre ambos países a lo largo de los últimos años, así como su participación dentro de acuerdos comerciales como la AP. La cercanía comercial entre ambos países se ha afianzado de tal forma que se ha generado incluso la Cámara de Comercio e Integración Colombo Mexicana que brinda asesorías en términos comerciales y colaboración para tramites a las empresas.

En esta misma línea, se encuentran algunos estudios realizados sobre el sector de cosméticos colombiano como una industria prometedora para incursionar en mercados por medio del acuerdo de la AP. [Rojas-García et al. \(2019\)](#) se proponen identificar el tipo de comercio que tuvo la industria cosmética colombiana frente a los países miembros de la AP en ese periodo de tiempo con el fin de exponer las oportunidades, y caracterizar el comercio de cosméticos del país frente a sus aliados. Para esto se llevó a cabo el análisis de los principales indicadores de exportación en el sector, además de la aplicación del indicador IGLL sobre los países miembros de la AP y la identificación de las principales empresas involucradas en estos flujos.

Bajo esta misma premisa, [Ayala y Ramírez \(2020\)](#) encontraron que, existen oportunidades para la industria de los cosméticos colombiana y en específico la vallecaucana basado en los patrones de consumo y en los beneficios arancelarios que se tienen con dichos países. Aunque se debe superar una de las principales problemáticas que podría frenar la generación de encadenamientos que es la dinámica de transformación, debido a que, si bien la industria colombiana es fuerte, necesita actualizarse y capacitarse en tecnología y capital humano, así como mejorar sus patrones logísticos, pero en términos generales este estudio concluye la gran expectativa que la AP representa sobre este y muchos otros sectores.

METODOLOGÍA

Es un estudio de corte cuantitativo y de alcance descriptivo, a partir de la aplicación de indicadores de exportaciones ICI-EXP, de importaciones ICI-IMP y de comercio intraindustrial IGGL, aplicados para las relaciones comerciales de Colombia con los países de Chile, México y Perú. El estudio aborda productos del sector de cosméticos y aseo personal, para lo cual tiene en cuenta las partidas arancelarias 3303, 3304, 3305, 3306 y 3307, del sistema armonizado, descritas en la [Tabla 1](#).

TABLA 1.
Productos cosméticos y aseo personal, por partida arancelaria.

Partida arancelaria	Descripción del producto
3303	Perfumes y aguas de tocador
3304	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones anti solares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros.
3305	Preparaciones capilares.
3306	Preparaciones para higiene bucal o dental.
3307	Preparaciones de afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios.

Fuente: Elaboración propia.

Se toma un rango de tiempo de cinco años, comprendido entre 2017 y 2021, permitiendo evidenciar la dinámica de cada índice, calculando los índices para cada año y sacando el promedio de los cinco años. Los índices se calculan con el valor de las exportaciones e importaciones, con datos obtenidos de [ITC \(s.f.\)](#).

Índice de comercio intrarregional de las exportaciones ICI-EXP

Muestra la porción de exportaciones que se dirigen a una región específica, con relación a las exportaciones totales y se calcula mediante la ecuación 1.

$$\mathbf{ICI - EXP} = \frac{X_{RJ}}{X_{WJ}} \quad (1)$$

X_{RJ} = Exportaciones a la región (R) en el producto J ; por parte de país de referencia.

X_{WJ} = Exportaciones al mundo (W) en el producto J ; por parte del país de referencia.

La región R la conforman Chile, México y Perú. Los productos J son las partidas arancelarias incluidas en el estudio. Se calcula el índice para cada uno de los años entre 2017 a 2021 y se obtiene el promedio de los cinco años. Para el cálculo del índice se hace la suma de las exportaciones de Colombia a cada uno de los países.

Índice de comercio intrarregional de las exportaciones ICI-IMP

Muestra la porción de importaciones provenientes de una región específica, con relación a las importaciones totales y se calcula mediante la ecuación 2.

$$\mathbf{ICI - IMP} = \frac{M_{RJ}}{M_{WJ}} \quad (2)$$

M_{RJ} = Importaciones de la región (R) en el producto J ; por parte de país de referencia.

M_{WJ} = Importaciones del mundo (W) en el producto J ; por parte del país de referencia.

La región R la conforman Chile, México y Perú. Los productos J son las partidas arancelarias incluidas en el estudio. Se calcula el índice para cada uno de los años entre 2017 a 2021 y se obtiene el promedio de los cinco años. Para el cálculo del índice se hace la suma de las importaciones de Colombia a cada uno de los países.

Índice de Grubel-Lloyd - IGLL

Mide el grado de intensidad de comercio intraindustrial entre dos regiones en la misma industria. En este caso se aplica a nivel de producto. Se establece una relación entre la diferencia de las exportaciones con las importaciones del producto con un mercado específico sobre la diferencia del comercio total bilateral del mismo producto, mediante la aplicación de la siguiente fórmula 3 (Durán y Álvarez, 2011):

$$IGLL_{it}^k = 1 - \frac{ABS(X_{ijt}^k - M_{ijt}^k)}{X_{ijt}^k + M_{ijt}^k} \quad (3)$$

X_{ijt}^k = Exportaciones del producto k realizadas por la región i al mercado j en el año t .

M_{ijt}^k = Importaciones del producto k realizadas por la región i del mercado j en el año t

Los productos k corresponden a las partidas arancelarias incluidas en el estudio, la región i es Colombia, y el mercado j es Chile, México y Perú.

Se hace el cálculo del índice para cada año entre 2017 y 2021, para cada país por separado, luego se calcula el promedio de los cinco años, para evitar sesgos en los datos por las fluctuaciones en las exportaciones o importaciones.

El índice puede tomar valores entre 0 y 1. Cuando el valor tiende a 1 indica que se presenta comercio intraindustrial entre ambos países y cuando tiende a 0 no refleja comercio intraindustrial. Se establece la siguiente escala de valoración:

- *Nivel 1*: $IGLL > 0.33$; Comercio intraindustrial.
- *Nivel 2*: $IGLL > 0.10$ y < 0.33 ; Potencial comercio intraindustrial.
- *Nivel 3*: $IGLL < 0.10$; Ausencia de comercio interindustrial.

RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados de la aplicación de los índices propuestos, a las partidas arancelarias 3303, 3304, 3305, 3306 y 3307 que abarcan productos de cosméticos y de aseo personal.

Comercio Intrarregional de las exportaciones

Las exportaciones colombianas en productos de cosméticos y aseo personal representadas en las cinco partidas arancelarias incluidas en el estudio, alcanzaron exportaciones por valor aproximado de 431 millones de dólares en el año 2021, distribuidas en 38.3% en productos de maquillaje (partida 3304); 25.1% en preparaciones capilares (partida 3305); 20% en perfumes; 10.3% en productos de higiene bucal (partidas 3306) y 6.5% en preparaciones de afeitado y desodorantes (partidas 3307). Del valor total exportado, el 51.4% se destinó a la AP en el mismo año, lo que indica que los países de Chile, México y Perú se destacan entre los principales destinos de las exportaciones colombianas de estos productos.

Entre los años 2017 y 2021, el comportamiento de las exportaciones colombianas a todo destino de cada agrupación presentó comportamientos variados: las partidas arancelarias 3305, 3306 y 3306 presentaron incrementos de dos dígitos en el valor exportado; el crecimiento de la partida 3304 fue muy leve; contrario a la partida 3303 que disminuyó levemente. Se aprecian fluctuaciones, en casi todos los casos decrecientes, entre los años 2019 y 2020, supuestamente a causa de la pandemia COVID 19; y recuperación en todos los renglones entre el 2020 y 2021 (Tabla 2).

TABLA 2.

Exportaciones colombianas de productos cosméticos y aseo personal de Colombia, al mundo y a los demás países de la Alianza del Pacífico. Valor en miles de dólares.

Código Producto		2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2017 - 2021
3303	Exp al mundo	86 846	80 841	84 423	76 996	85 977	-1.0%
	Exp a la AP	54 820	51 782	54 659	53 394	56 246	2.6%
3304	Exp al mundo	159 249	174 843	188 067	143 282	165 175	3.7%
	Exp a la AP	80 080	92 717	102 431	76 631	88 949	11.1%
3305	Exp al mundo	83 830	96 353	98 944	91 941	108 274	29.2%
	Exp a la AP	37 221	41 224	39 342	35 347	42 463	14.1%
3306	Exp al mundo	38 115	38 392	39 295	44 106	44 252	16.1%
	Exp a la AP	13 660	15 300	15 383	21 410	23 973	75.5%
3307	Exp al mundo	24 741	26 988	25 368	21 880	28 042	13.3%
	Exp a la AP	12 432	11 437	10 661	9 340	10 106	-18.7%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de **ITC (s.f.)**.

Respecto a las exportaciones colombianas, específicamente a los demás países de la AP, se presenta crecimiento en todas las partidas, excepto en la 3307; se destaca el crecimiento más o menos elevado de la partida 3306. El comportamiento entre el 2019 y 2020, fue de decrecimiento en todos los renglones, con recuperación en el 2020 y 2021, similar al comportamiento a todo destino.

TABLA 3.

Índice de comercio intrarregional de las exportaciones ICE EXP de Colombia con los demás países de la AP, de productos cosméticos y aseo personal.

Código Producto	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio ICI-EXP 2017 - 2021
3303	0.63	0.64	0.65	0.69	0.65	0.65
3304	0.50	0.53	0.54	0.53	0.54	0.53
3305	0.44	0.43	0.40	0.38	0.39	0.41
3306	0.36	0.40	0.39	0.49	0.54	0.44
3307	0.50	0.42	0.42	0.43	0.36	0.43

Fuente: Elaboración propia.

El comercio intrarregional de los productos de cosméticos y aseo personal de Colombia con los países de la AP entre los años 2017 y 2021, mediante la aplicación del ICI-EXP, oscila entre 0.36 y 0.65, indicando la participación de los tres mercados

son importantes destinos para las exportaciones colombianas en los cinco grupos de productos. Tomando como base de análisis el promedio del ICI-EXP en los cinco años, se aprecia la alta participación de los países de la AP en las exportaciones colombianas para estos renglones económicos. El mayor valor del índice es para perfumes (partida 3303) y preparaciones de belleza (partida 3304). En los otros productos el índice está entre 0.41 y 0.44 (**Tabla 3**).

Comercio Intrarregional de las importaciones

Las importaciones de Colombia en productos de cosméticos y de aseo personal provenientes de todo destino, alcanzaron en el año 2021 valor por 447 millones de dólares, y un crecimiento global del 28% entre los años 2017 y 2021. Todos los productos incluidos en el estudio presentaron crecimiento en el mismo periodo a excepción de preparaciones capilares con tendencia a permanecer constante en los cinco años. Comparando las exportaciones de estos productos de Colombia al mundo, frente a las importaciones, se obtiene, para el año 2021 un saldo comercial negativo de 16 millones de dólares.

Las importaciones consolidadas de Colombia desde los demás países de la AP, en productos de cosméticos y aseo personal alcanzaron en el 2021, un valor de 150 millones de dólares, representado el 33.6% de participación como mercado de origen. Comparando la participación de estos tres países, en estos productos, es mayor como destino de las exportaciones colombianas, que como origen de las importaciones (**Tabla 4**).

TABLA 4.
Importaciones colombianas de productos cosméticos y aseo personal de Colombia, provenientes del mundo y de los demás países de la Alianza del Pacífico.
Valor en miles de dólares.

Código Producto		2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2017-2021
3303	Imp del mundo	25 652	26 102	28 464	20 434	30 785	20.0%
	Imp de la AP	2 124	1 523	2 330	3 411	3 079	45.0%
3304	Imp del mundo	108 484	121 490	139 914	123 991	156 756	44.5%
	Imp de la AP	17 011	16 292	17 735	15 621	17 679	3.9%
3305	Imp del mundo	106 179	105 770	104 474	95 028	105 274	-0.9%
	Imp de la AP	65 471	57 696	52 831	47 374	56 609	-13.5%
3306	Imp del mundo	44 206	43 285	48 913	64 346	78 454	77.5%
	Imp de la AP	23 755	26 213	28 142	41 891	50 851	114.1%
3307	Imp del mundo	65 252	80 599	73 013	69 998	76 397	17.1%
	Imp de la AP	17 866	16 797	15 217	16 077	22 266	24.6%

Fuente: Elaboración propia.

El comercio intrarregional de las importaciones de Colombia en productos de cosméticos y aseo con los países de la AP, medido a través del índice de comercio intrarregional de las importaciones ICI-IMP, presentó amplias fluctuaciones entre los años 2017 y 2021; entre 0.06 y 0.65; estos valores provienen de las diferencias entre los productos (**Tabla 5**).

Tomando como base el promedio del ICI-IMP, se aprecia que dos productos tienen a países de la AP con alta participación en el origen de las importaciones colombianas; preparaciones para higiene bucal (partida 3306), y productos de afeitarse y desodorantes (partida 3305), con índice superior a 0.5; es decir que más de la mitad del valor importado proviene de estos mercados. Menores proporciones de comercio intrarregional de las importaciones se aprecian en los renglones perfumes (partida 3303) y preparaciones de belleza (partida 3304).

TABLA 5.
Índice de comercio intrarregional de las importaciones ICE IMP de Colombia con los demás países de la AP, de productos cosméticos y aseo personal.

Código Producto	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio ICE IMP 2017-2021
3303	0.08	0.06	0.08	0.17	0.10	0.10
3304	0.16	0.13	0.13	0.13	0.11	0.13
3305	0.62	0.55	0.51	0.50	0.54	0.54
3306	0.54	0.61	0.58	0.65	0.65	0.60
3307	0.27	0.21	0.21	0.23	0.29	0.24

Fuente: Elaboración propia.

Comercio intraindustrial

Se hace la aplicación del índice de Glubel Lloyd - IGLL (ecuación 3), para reflejar el nivel de comercio intraindustrial de Colombia con demás países de la AP, por cada agrupación de productos incluidos en el estudio. Se hace el cálculo del IGLL para cada uno de los años entre 2017-2021 y luego se obtiene el promedio del IGLL en dicho periodo. De acuerdo a la escala propuesta, cuando el IGLL es mayor a 0.33, se presenta Comercio Intraindustrial.

En el flujo comercial entre Colombia y Chile, se presenta comercio intraindustrial en preparaciones de afeitarse y desodorantes agrupados en la partida 3307. En las demás agrupaciones no se presenta comercio intraindustrial (**Tabla 6**).

En las relaciones comerciales entre Colombia y México (**Tabla 6**), se presenta comercio intraindustrial en preparaciones de belleza (partida 3304) y preparaciones de afeitarse y desodorantes (partida 3307). Se encuentra potencial hacia el comercio intraindustrial en preparaciones capilares (partida 3305) y productos de higiene bucal (partida 3306).

En el comercio bilateral entre Colombia y Perú en productos de cosméticos y de aseo personal, no se presentó comercio intraindustrial (**Tabla 6**). Se aprecia potencial hacia el comercio intraindustrial en preparaciones de belleza (partida 3304) y productos de perfumería (partida 3303).

TABLA 6.
Índice del comercio intraindustrial - IGLL entre Colombia y los demás países de la AP, entre los años 2017 - 2021.

	Partida 3303	Partida 3304	Partida 3305	Partida 3306	Partida 3307
Chile	0.00	0.22	0.04	0.01	0.71
México	0.05	0.41	0.27	0.29	0.36
Perú	0.18	0.24	0.12	0.00	0.08

Nota: Los valores del IGLL corresponden al promedio aritmético entre los años 2017-2021.
Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El sector de cosméticos y aseo de Colombia tiene buen posicionamiento en los países de Chile, México y Perú; ya que estos productos tienen un ICI-EXP mayor de 0.41 en todos los casos, lo que indica que más del 40% de las exportaciones colombianas tienen como destino estos mercados. Además, la tendencia en casi todos los productos es al incremento de las exportaciones colombianas a estos países. Esto puede interpretarse como un aprovechamiento de las múltiples similitudes que existen entre los países de la AP, y de las ventajas que el acuerdo ofrece para el comercio intrarregional. Esta industria supera ampliamente el nivel de participación de los países de la AP como destino de exportaciones colombianas en todos los productos, que para el 2018, estuvo en 9.6% (Gómez-Parada, Peña-Hernández, Caraballo, 2020).

Este buen posicionamiento de la industria de cosméticos y aseo de Colombia, en Chile; México y Perú, puede ser aprovechado como plataforma para la búsqueda de nuevos mercados a partir del establecimiento de alianzas productivas y comerciales que conduzcan a la estructuración de cadenas de valor regionales y aprovechen ventajas de localización, que puede ofrecer cada país.

Es de anotar, además, que esta industria cada vez requiere de mayores insumos naturales, y orientación productiva orgánica; Colombia, como los demás países de la AP, presentan grandes ventajas a partir de la biodiversidad de la flora que puede ser incorporada a estos productos.

En ese sentido, se aprecian mayores oportunidades en aquellos productos con los que se tiene mayor dinámica de comercio intraindustrial, como es el caso de preparaciones de preparaciones de afeitar y desodorantes (partida 3307), tanto con México como con Chile, así como en productos de belleza y maquillaje con Chile. Hay que tener en cuenta que México es un gran aliado comercial de Estados Unidos y Chile con países asiáticos.

Al relacionar los índices ICI-EXP con ICI-IMP, se observan valores cercanos en las partidas 3305 de preparaciones capilares y 3306 de preparaciones de higiene bucal, que indica que se presenta buena dinámica de importaciones y exportaciones en estos productos de Colombia con los países de la AP. Con base en este

hecho se puede inferir cierto nivel de competencia en estos productos entre los países de la AP. Para el caso de los demás productos, los dos índices no tienen valores cercanos.

En los productos donde se presentan valores altos y cercanos de los índices de comercio intrarregional, tanto de exportaciones, como de importaciones, 3305 y 3306; no se presenta comercio intraindustrial con ninguno de los países. Esto indica, que en dichos productos no existe alta concentración en algún mercado de estos países; sino que se presenta distribución de las exportaciones e importaciones entre los países de la AP, en las operaciones de internacionalización que realiza el sector de cosméticos y aseo de Colombia.

CONCLUSIONES

A través del uso de los índices de comercio intrarregional tanto de las exportaciones como de las importaciones, combinado con el índice de comercio intraindustrial; se puede tener un panorama del flujo de intercambio comercial y del posicionamiento de una industria con sus productos de un país en un mercado o región específica. La mirada combinada de los ICE EXP e ICE IMP para Colombia en los mercados de Chile, México y Perú para la industria de cosméticos refleja buena dinámica de comercio bilateral de la región; buen posicionamiento en los mercados y un ambiente favorable para articulaciones productivas industriales hacia cadenas regionales de valor.

Con la aplicación del ICE EXP se determinó que los mercados de la AP tienen alta importancia para Colombia como destino de los productos de la industria de cosméticos y aseo personal ya que en promedio aproximadamente el 50% de las exportaciones colombianas van a estos mercados. Esto sumado a la dinámica de crecimiento de las exportaciones colombianas a esos países evidencia un buen posicionamiento de los productos de dicha industria.

En ese sentido las mayores fortalezas se aprecian para productos de belleza, maquillaje y perfumería, ya que tienen alto índice de comercio intrarregional de las exportaciones, bajo índice de comercio intrarregional de las importaciones y relativamente bajo nivel de comercio intraindustrial. En función de construcción de cadenas regionales de valor, las mayores opciones se reflejan en productos de maquillaje (3304) para Colombia con México, donde Colombia puede desarrollar un buen liderazgo.

Esa alta participación de los mercados de la AP en las exportaciones colombianas de esta industria puede ser aprovechada por las empresas colombianas para ejercer liderazgo en la consolidación de cadenas regionales de valor en cada uno de los productos y proyectarse a otros mercados.

Respecto a la proyección de encadenamientos productivos regionales de esta industria, donde participe Colombia, con los demás países de la AP, hay mayores probabilidades con Chile y México en la línea de productos de afeitado y desodorantes, así como en preparaciones de belleza también con México.

Esto implica un mayor alineamiento en los eslabones productivos de la industria de cada país, incrementando el valor agregado de la misma, a partir de la suma de ventajas de cada una de los eslabones que participan en la cadena; como reducción de costos; disponibilidad de insumos y aprovechamiento de tecnología y conocimiento. Para ello se propone avanzar en nuevas investigaciones que tengan en cuenta un mayor nivel de desagregación para analizar las características verticales del comercio intraindustrial.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Gómez Parada: Metodología, supervisión.

Ramírez Montañez: Validación, escritura-revisión y edición.

Romero Vargas: Escritura-borrador original.

FINANCIACIÓN

El artículo es resultado del proyecto de investigación denominado “Perspectivas para Colombia de Cadenas de Valor Regionales en la Alianza del Pacífico”.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Para los autores este trabajo no representa ningún conflicto de interés. No requirió del aval de un Comité de Ética o Bioética dado que no utilizó ningún recurso vivo, agente, muestra biológica o datos personales que representen algún riesgo sobre la vida, el ambiente o los derechos humanos.

RECONOCIMIENTOS Y AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan su agradecimiento a la Universidad Santo Tomas (Bucaramanga) y a la Universidad Pontificia Bolivariana (Bucaramanga).

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2012).** ¿Es la política de competitividad y de innovación la nueva política industrial de Colombia? *Proyecto Colombia Internacional Fescol Colombia*, Polcy Paper 39, 1–25. Disponible en <http://hdl.handle.net/11146/244>
- Ardila, M. (2015).** La Alianza del Pacífico y su importancia geoestratégica. *Pensamiento propio*, 42, 243–262. Recuperado de <https://www.cries.org/wp-content/uploads/2015/12/016-ardila.pdf>
- Ayala, G. y Ramírez, A. (2020).** *Oportunidades de exportación del Valle del Cauca en el sector de cosméticos con los países miembros de la alianza del pacífico*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Benítez, N. y Ciro, S. (2019).** Análisis del mercado Colombi-mexicano del clúster de cosméticos de Bogotá. *Contexto*, 8, 4–17. <https://doi.org/10.18634/ctxj.8v.0i.979>

- Birle, P. (2018). Cooperación e integración regional en América Latina: entre la globalización y la regionalización. En, A. Serbin (Ed.), *América Latina y el Caribe frente a un Nuevo Orden Mundial: Poder, globalización y respuestas regionales* (pp. 247–268). Barcelona: Icaria Editorial y CRIES.
- Díaz, M., Macías, R y González, R. (2020). Estrategias y retos en la incorporación de la pequeña y mediana empresa el comercio internacional: Un enfoque conceptual. *Revista Academia & Negocios*, 6(1), 31–39. Disponible en <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2616>
- Durán, J. y M. Álvarez (2011). Manual de comercio exterior y política comercial: nociones básicas, clasificaciones e indicadores de posición y dinamismo [Documentos de Proyecto LC/W.430]. Santiago de Chile: CEPAL. Disponible en <https://hdl.handle.net/11362/3914>
- Espejel, A., Illescas, C., Hernández, A., Santos, A. y Ramírez, A. (2018). Innovación y competitividad en la agroindustria artesanal del queso crema de Chiapas. *Económicas CUC*, 39(2), 25–38. <https://doi.org/10.17981/econcuc.39.2.2018.02>
- Gilles, E. y Carvajal, A. (2015). Colombia en las Cadenas Globales de Valor : Utilización de insumos importados con énfasis en la Alianza del Pacífico. *Revista de Economía y Administración*, 13(1), 112–129. Disponible en <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/12>
- Gómez-Parada, E., Peña-Hernández, L. y Caraballo, L. (2020). Dinámica del flujo comercial intrarregional en la Alianza del Pacífico. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 8(S1), 99-113. <https://doi.org/10.15649/2346030X.2391>
- Herrera, L. (2017). Proceso de integración de América Latina y El Caribe. *Revista de Ciencias Sociales*, (158), 167–183. <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i158.32785>
- ITC. (s.f). Trade Map. [Base de datos]. Disponible en <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Jumar, F. y Paredes, I. (2008). El comercio intrarregional en el complejo portuario rioplatense: el contrabando visto a través de los comisos, 1693-1777. *América Latina en la historia económica*, 15(1), 33–99. Disponible en <https://alhe.mora.edu.mx/index.php/ALHE/announcement>
- Kaplinsky, R. & Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Ottawa: International Development Research Center-IDRC. Available: <https://hdl.handle.net/10568/24923>
- Krugman, P. (1992). *Geografía y Comercio*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Lechuga-Cardozo, J. (2021). Influencia comercial de China en países de la Alianza del Pacífico. En, D. Rozo y J. Escobar (Eds.), *De Asia a Occidente: ¿Hacia una nueva geopolítica mundial?* (pp. 43–53). Bogotá, D.C.: Editorial PIPEC. Disponible en <http://hdl.handle.net/1992/49721>
- Marchini, G. (2019a). La Alianza del Pacífico y Asia del Este: relaciones económicas, alcances del comercio intraindustrial y perspectivas de mayores encadenamientos productivos. En, C. Ortiz y E. Vieira (Eds.), *Nuevas propuestas de integración regional: tendencias y retos de transformación* (pp. 45–93). Bogotá, D.C: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://dx.doi.org/10.16925/9789587602036>

- Marchini, G. (2019b). La Alianza del Pacífico a ocho años de su creación. Balance crítico y perspectivas. *Anuario Latinoamericano Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales*, 7, 75–109. <https://dx.doi.org/10.17951/al.2019.7.75-109>
- Mora, H. y Zárate, S. (2017). El sector cosmético en Colombia: Perspectivas y necesidades metroológicas. En, C. Pardo, Y. Briceño y S. Fletscher (Eds), *Elementos claves de metrología en tres sectores café, autopartes y cosmético* (pp. 71–104). Bogotá, D.C.: Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología, OCyT, Instituto Nacional de Metrología de Colombia. Recuperado de <https://inm.gov.co/web/wp-content/uploads/2021/09/elementos-de-metrologia-web.pdf>
- Orjuela-Castro, J., Díaz-Ríos, O. y González-Pérez, Á. (2017). Caracterización de la logística en la cadena de suministro de cosméticos y productos de aseo. *Revista Científica*, 28(1), 81–98. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.RC.2017.28.a7>
- Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México D.F.: Continental.
- Pérez, M., Hernández, J., Acosta, I. y Chumaceiro, A. (2009). Consideraciones teóricas para el análisis de las Pequeñas y Medianas Empresas como fuente de generación de empleo y su correspondencia ética con la Sociedad. *Revista Arbitrada Formación Gerencial*, 8(2), 272–297. Disponible en <https://produccioncientificailuz.org/index.php/rafg/article/view/623>
- Prado, J. y Rodríguez, Y. (2019). La Alianza del Pacífico: proceso de integración latinoamericana en construcción. En, T. Ojeda y E. Echart (Comps.), *La cooperación Sur-Sur en América Latina y el Caribe: Balance de una década (2008-2018)* (pp. 189–204). Buenos Aires: CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rmgq.1>
- Prieto, G. (2018). Cadenas de valor en la Alianza del Pacífico: posibilidades de inserción internacional para el desarrollo productivo. En, E. Pastrana y H. Blomeier (Eds.). *La Alianza del Pacífico: ¿atrapada en el péndulo del regionalismo y del interregionalismo* (pp. 247–278). México, D.F.: Konrad Adenauer Stiftung.
- Ramírez, J. y González, G. (2016). El regionalismo abierto de la Alianza del Pacífico: relaciones estratégicas entre Latinoamérica y el mercado asiático. *In Vestigium Ire*, 10(2), 12–31. Disponible en <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1273>
- Rodríguez, S. (2018). Propuesta integral del sistema de gestión para las buenas prácticas de manufactura del sector cosmético colombiano. *Signos*, 10(1), 57–75. <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2018.0001.03>
- Rojas-García, K., Franco-Gómez, C. y Suam-Quintero, S. (2019). Análisis de la tipología comercial entre Colombia y los países de la Alianza del Pacífico referente a los productos cosméticos, subsector maquillaje (preparaciones para el maquillaje de ojos) año 2010-2017 [*Trabajo de grado*]. Universidad Agustiniana, Bogotá, D.C., Colombia. Disponible en <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1089>
- Tremolada, E. (2019). La Alianza de Pacífico: ¿marketing sin contenido? En, C. Ortiz y E. Vieira (Eds.), *Nuevas propuestas de integración regional: tendencias y retos de transformación* (pp. 267–305). Bogotá, D.C.: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://dx.doi.org/10.16925/9789587602036>

- Tremolada, E.** (2014). ¿La Alianza del Pacífico facilita la inserción de Colombia en la región Asia-Pacífico? *Papel Político*, 19(2), 721–752. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.PAPO19-2.apfi>
- Trujillo, I.** (2014). Sobre las ventajas de la Alianza del Pacífico para Colombia. *Prolegómenos*, 17(33), 159–172. <https://doi.org/10.18359/dere.789>

BIODATA

Edgar Javier Gómez Parada es Ingeniero Químico por la UIS (Colombia). Maestría en evaluación en educación por la Universidad Santo Tomás (Colombia). Actualmente investigador asociado ante Minciencias. Dedicado a la docencia en áreas de las ciencias básicas y las ciencias sociales. Experiencia en investigación, mediante la participación en grupos de investigación, desarrollo de proyectos y publicación de trabajos y artículos de investigación. Experiencia en edición de revistas científicas, en procesos de formación en investigación y en colaboración en evaluación de trabajos de grado, de maestría y de publicaciones científicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0864-3740>

Julio César Ramírez Montañez es profesional en Relaciones Internacionales por la Universidad Jorge Tadeo Lozano (Colombia). Magister en Relaciones Internacionales por la Flinders University (South Australia). Investigador asociado de Minciencias. Director Grupo de Investigación GRICANI en la Facultad de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Pontificia Bolivariana (Seccional Bucaramanga, Colombia). Con experiencia como Coordinador de la Especialización en Mercadeo Internacional. Coordinador de Investigación de Escuela. Docente investigador y líder del grupo investigación de la Facultad de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Pontificia Bolivariana. Coordinador del Semillero de Investigación SIGI, Faculty Advisor del Modelo de las Naciones Unidas. Autor de artículos científicos publicados en revistas de Colombia, España, Venezuela, Chile, Perú, Argentina y Corea del Sur. Experiencia como docente universitario en las asignaturas de Geopolítica y Relaciones Internacionales, Negociación Intercultural, Research Methodology y Seminario de Investigación. Amplios conocimientos sobre Geopolítica, Asuntos Internacionales, Política Internacional Asiática e Investigación aplicada a los Negocios Internacionales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0116-3330>

Paula Ximena Romero Vargas es Economista por la UIS (Colombia). Analista Comercial en GSS Covisian Group. Estudiante de Maestría en Gerencia del Comercio Internacional en la Universidad Pontificia Bolivariana (Seccional Bucaramanga, Colombia). ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-1380-0354>