

2014-06-01

Internacionalización y desarrollo local: una aproximación al caso colombiano

Mónica Eugenia Peñalosa Otero

Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia, monica.penalosa@utadeo.edu.co

José Alberto Dueñas Guarnizo

Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia, josea.duenasg@utadeo.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

Citación recomendada

Peñalosa Otero, Mónica Eugenia and Dueñas Guarnizo, José Alberto (2014) "Internacionalización y desarrollo local: una aproximación al caso colombiano," *Gestión y Sociedad*: No. 1 , Article 10.

Disponible en:

This Artículo de reflexión is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Internacionalización y desarrollo local: una aproximación al caso colombiano*

Mónica Eugenia Peñalosa Otero**

José Alberto Dueñas Guarnizo***

Recibido: 31 de octubre del 2013. **Aprobado:** 19 de febrero del 2014

Resumen

Este artículo evidencia cómo con el inicio del nuevo milenio tres entidades públicas han sido las que han liderado los procesos de internacionalización y desarrollo local en Colombia: el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport y Colciencias; por parte del sector privado, principalmente la Cámara de Comercio de Bogotá. La política de comercio exterior responde al modelo de desarrollo establecido en el Plan Nacional "Cambio para Construir la Paz", en el cual se definió una estrategia agresiva de crecimiento de las exportaciones, como motor generador de empleo y divisas. Esta estrategia se formuló en el Plan Estratégico Exportador, resultado de un trabajo de concertación y compromiso del sistema de comercio exterior y la totalidad de las entidades públicas que tienen relación con los sectores público y privado. Fue así como se construyó una política de Estado frente a la internacionalización, con compromisos de acción del Gobierno nacional y regional y del sector empresarial. El Plan Estratégico Exportador fue la carta de navegación de las entidades del sector de comercio exterior, que contenía una visión de la actividad exportadora colombiana para la década 1999-2009.

Palabras clave

Internacionalización, desarrollo local, comercio exterior, inversión extranjera, Colombia.

Cómo citar: Peñalosa Otero, M. E. y Dueñas Guarnizo, J. A. (2014). Internacionalización y desarrollo local: una aproximación al caso colombiano. *Gestión & Sociedad*, 7(1), 157-169.

* Artículo de reflexión derivado de la investigación en curso: *Etapas y determinantes culturales en el mercadeo internacional de las pymes del sector textil, confección, diseño y moda en la ciudad de Bogotá*.

** Magíster en Mercadeo Agroindustrial. Profesional en Relaciones Internacionales. Se ha desempeñado en los últimos años como docente-investigadora en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia; la Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia; y la Universidad de Pamplona, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: monica.penalosa@utadeo.edu.co

*** Máster en Mercadeo Global. Profesional en Administración Pública y Ciencia Política. Se ha desempeñado en los últimos años como docente-investigador en las Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia; y la Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia. Consultor de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo (ONUDI). Exasesor de empresas del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Correo electrónico: josea.duenasg@utadeo.edu.co

Internationalization and Local Development: An Approach to the Colombian Case

Abstract

This paper shows how, with the start the new millennium, three public entities have led the internationalization and local development processes in Colombia: the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, Proexport and Colciencias; in the private sector, mainly the Chamber of Commerce of Bogotá. The foreign trade policy answers to the development model established in the "Change to build peace" National Plan, in which an aggressive strategy of export growth was defined as a generator of employment and foreign exchange. This strategy was formulated in the Strategic Export Plan, as the result of a process of concentration and commitment of the foreign trade system and all public entities related to the public and private sectors. This is how a state policy was built in the face of internationalization, with commitments to action by the national and regional government, as well as the business sector. The Strategic Export Plan was the guide used by the entities from the trade sector, containing an overview of the Colombian export activity for the decade of 1999-2009.

Keywords

Internationalization, local development, foreign trade, foreign investment, Colombia.

Introducción

No cabe duda de que el proceso de mundialización trae grandes beneficios a las naciones y que, en el caso de Colombia, dadas sus especiales condiciones de carácter político y social, estas bondades tendrán un mayor impacto sobre la población y los indicadores sociales, como también sobre la estructura productiva y la economía del país.

Participar en el mercado ampliado es una decisión de las naciones que asumen los compromisos de integración comercial y de sus productores. En este sentido, Colombia ha definido claramente que es necesario, para contribuir al crecimiento de la economía, así como al aumento en la competitividad de las empresas

y al bienestar de la población, sumarse al proceso de globalización. Con ese propósito, el gobierno nacional adoptó una política comercial decisiva, basada en la promoción de exportaciones y en su compromiso y participación en diversas negociaciones y acuerdos comerciales. Para ello, se contó con la bandera del Plan Estratégico Exportador¹, el cual, desde sus cinco objetivos estratégicos, buscó lograr el fortalecimiento del sector productivo colombiano y su orientación hacia el mercado internacional.

¹ El Plan Estratégico Exportador 1999-2009 constituyó la carta de navegación impulsada por el Ministerio de Comercio Exterior para lograr el fortalecimiento del sector productivo colombiano y su orientación hacia el mercado internacional.

Gracias a esta visión y al programa de gobierno desarrollado para concretarla, Colombia, en su relacionamiento externo, estableció vínculos de intercambio con los más importantes socios comerciales, fortaleciendo al tiempo sus acuerdos regionales y profundizando sus relaciones de intercambio con países vecinos. Los logros obtenidos en este sentido han sido producto de amplias negociaciones entre los gobiernos, con grandes resultados para nuestra economía.

Importancia de la internacionalización

Para Hill (2001), Cateora (2005), Daniels (2004) y Narváez y Rodríguez (2005), la internacionalización de las empresas se fundamenta, desde el punto de vista teórico, en los diferentes modelos de comercio internacional que han experimentado históricamente las naciones.

Teoría del comercio internacional

La historia del comercio internacional se remonta al siglo XVI, cuando surge en Inglaterra la teoría del mercantilismo, la cual recomendaba que los países debían mantener un superávit en su comercio, alentando las exportaciones del país y simultáneamente desarrollando las importaciones. Asimismo, evalúa el comercio internacional como un “juego de suma cero”, donde los ingresos obtenidos por un país se compensan con los costos asumidos por el otro.

Posteriormente, con Smith (1776) surge la teoría de la ventaja absoluta, la cual

sostiene que un país tiene una ventaja absoluta en la fabricación de un producto si es más eficiente que cualquier otro país en su producción. En contraposición a la teoría mercantilista, la teoría de la ventaja absoluta evalúa el comercio internacional como un “juego de suma positiva”. Inglaterra tenía una ventaja absoluta en la producción de textiles, mientras que Francia tenía una ventaja absoluta en la producción de vinos; lo anterior significa que los países, al intercambiar estos bienes eficientemente producidos en cada uno de ellos, obtienen valor agregado mutuo.

El libre comercio, sin restricción alguna, es benéfico para las naciones. “El libre comercio ocurre cuando un gobierno no intenta influir, a través de cuotas o impuestos, lo que los ciudadanos puedan comprar, o lo que puedan producir y vender a otro país” (Smith, 1776, p. 124). Asimismo, este autor sostenía que era la mano invisible del mecanismo del mercado, y no la política gubernamental, la que debía determinar lo que un país importaba y exportaba. Sus argumentos implicaban que una postura tal de *laissez-faire* hacia el comercio era lo mejor para los intereses de un país.

Por otra parte, Ricardo (1817) expone la teoría de la ventaja comparativa y sostiene que tiene sentido que un país exporte los productos que produce más eficientemente e importe aquellos para los cuales es menos eficiente en su producción. Esta teoría también es un juego de suma positiva, porque con el comercio internacional las naciones pueden incrementar sus producciones combinadas y sus habitantes pueden consumir más bienes.

Los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin (1999), al evaluar el fenómeno del comercio internacional, afirman que las ventajas comparativas no se explican por la diferencia en productividad, como en las teorías de Smith y Ricardo, sino por las diferencias en la disponibilidad de los factores de producción, a saber: tierra, mano de obra y capital. Esta hipótesis es conocida como la teoría de Heckscher-Ohlin. Las naciones tienen diferencias en la disponibilidad de factores que implican diferencias en los costos de estos; sin embargo, Hill (2011) afirma que la teoría de Heckscher-Ohlin no explica el patrón observado en el comercio internacional.

En este punto surge la teoría del ciclo de vida del producto de Raymon Vernon a mediados de los años sesenta. En esta teoría, los productos nuevos se hacen y exportan, en un principio, desde el país que los desarrolla; sin embargo, la demanda y los costos de producción más bajos justifican producirlos en los países consumidores y, finalmente, el producto se estandariza y su producción se estandariza y se traslada a países en desarrollo, para reducir su precio. Este fenómeno no implica que el país que inicialmente desarrolla y exporta el producto, al final del ciclo, puede terminar importándolo a un costo más bajo (Hill, 2011).

Posteriormente, en 1970 surge la nueva teoría del comercio. Esta cuestiona el supuesto de los rendimientos decrecientes, puesto que la especialización utilizada en el comercio internacional lleva a mayores volúmenes de producción, a economías de escala y, finalmente, a menores costos por unidad. En adición a las economías

de escala, los efectos del aprendizaje también inciden en menores costos de producción.

Finalmente, Porter (1990) introduce la teoría de la ventaja competitiva de las naciones como resultado de la observación de cien industrias en diez naciones diferentes, lo cual se resume en el denominado *diamante competitivo de Porter*, el cual expone los cuatro atributos de las naciones que promueven o impiden la creación de la ventaja competitiva:

- *Dotación de factores.* Se refiere a la posición de una nación en cuanto a disponibilidad de factores de producción, de manera que disponga de la mano de obra y de la infraestructura necesaria para competir en una determinada industria.
- *Condiciones de demanda.* La naturaleza de la demanda local para la industria del producto o servicio.
- *Industrias relacionadas y de apoyo.* La presencia o ausencia de industrias proveedoras y relacionadas que sean internacionalmente competitivas.
- *La estrategia, estructura y rivalidad.* Las condiciones que gobiernan cómo las compañías son creadas, organizadas y manejadas, y la naturaleza de la rivalidad doméstica.

Modelos de internacionalización

Los modelos de internacionalización son un aporte valioso para entender la dinámica de este proceso, las etapas

que conlleva y el alcance que tiene para las organizaciones. Entre los modelos más sobresalientes se encuentran los siguientes:

Modelo de Jordi Canals

De acuerdo con Canals (1994), se clasifica en tres etapas:

Etapas 1. Inicio de la actividad exportadora pasiva. Usualmente, el inicio del proceso de internacionalización es lento, con exportaciones pasivas o coyunturales y puntuales y, en ciertas formas, experimentales.

Etapas 2. Desarrollo de las actividades de exportación activas y alianzas. Se acelera el proceso de internacionalización, y la empresa comienza a evaluar cómo ingresar al mercado externo, contactando y haciendo transacciones con empresas extranjeras o ya establecidas en el país destino.

Etapas 3. Consolidación de las actividades de exportación, alianzas, inversión directa y adquisiciones.

Modelo S de Jan Johanson y Finn Wiedersheim

Según Johanson y Wiedersheim (1975), el modelo estático o S, por la sigla en inglés, detalla las diferentes etapas por las que atraviesa una empresa y los cambios que sufre por medio de ellas. Entre ellas se encuentran las exportaciones ocasionales, las exportaciones por intermedio de agentes independientes, el establecimiento de subsidiarias de ventas y el establecimiento de subsidiarias de producción.

La globalización en el contexto mundial

El término *globalización* se refiere al cambio hacia una economía mundial con mayor grado de integración e interdependencia. La globalización tiene dos componentes principales: la globalización de mercados y la globalización de la producción.

La globalización de los mercados se refiere al fenómeno de fusión de mercados nacionales, históricamente distintos y separados, en un solo e inmenso mercado global. Por su parte, la globalización de la producción es un término que se refiere a la tendencia, entre empresas, de abastecerse de bienes y servicios a partir de distintas ubicaciones alrededor del mundo, para sacar provecho de las diferencias nacionales del costo y de la calidad de los factores de producción. Al hacerlo, las compañías esperan reducir la estructura general de costos y mejorar la calidad y funcionalidad de los productos, facilitando de esta manera una competencia más efectiva.

El contacto entre culturas se está generalizando más que nunca. Esto debería conducir a la nivelación de las culturas, lo cual está ocurriendo, por lo menos superficialmente. La gente de todo el mundo usa ropa similar y escucha las mismas estrellas musicales. Los competidores de todo el mundo compran a menudo el mismo equipo de producción, cuyo uso impone métodos operativos más uniformes a los trabajadores. Sin embargo, por debajo de la superficie, la gente sigue apegada fuertemente a sus diferencias nacionales.

En otras palabras, aunque algunas cosas se han vuelto más universales, tiende a permanecer sin cambios la manera en que la gente coopera, intenta resolver sus problemas y es motivada. Las diferencias religiosas están más marcadas que nunca; las del idioma siguen reforzando las identidades étnicas independientes.

Políticas de internacionalización en Colombia

El Ministerio de Comercio Exterior, durante los últimos años, se ha preocupado por adelantar acciones para el cumplimiento del fortalecimiento del sector productivo colombiano y su orientación hacia el mercado internacional. Dentro de los logros más importantes se encuentra el fomento a la inversión extranjera, que conllevó el intercambio de instrumentos de negociación con 28 países y por medio del cual se han desarrollado negociaciones para la suscripción de acuerdos bilaterales de inversión con Alemania, Francia, Holanda, Canadá y China. Siguiendo los lineamientos expuestos por la Corte Constitucional, se iniciaron procesos de renegociación de los Acuerdos de Promoción y Protección de la Inversión (APPI), firmados con Gran Bretaña, España, Cuba y Perú. Con Perú, en desarrollo de esta renegociación, se firmó recientemente el protocolo modificatorio. Se finalizó la modernización del APPI modelo Colombia, quedando de conformidad a los estándares internacionales.

La nación adoptó un nuevo Estatuto de Inversiones Internacionales (D.2080/00) que unificó, simplificó y consolidó el marco legal para la inversión extranjera en el país.

De igual forma se aprobó la ley que reglamentaba las zonas económicas especiales de exportación. Finalmente, se realizaron estudios sobre 17 países, buscando optimizar las ventajas de acceso a mercados de Colombia para atraer inversión y tecnología.

Los instrumentos de promoción de exportaciones se implementaron para los grandes importadores; la radicación de solicitudes de importación en medio magnético, disminuyendo el trámite de veinticuatro a dos horas. Por otra parte, se redujeron a dos horas los trámites de Registro Nacional de Exportadores y expedición de Certificados de Origen.

El Plan Vallejo² condujo a la participación de las exportaciones no tradicionales, que utilizaron los sistemas de Plan Vallejo. Las exportaciones totales del país para el último periodo del 2000 fueron del 64%. Dentro del total de los cupos autorizados al amparo del Plan Vallejo, se destaca el sector minero seguido del agrícola y en el interior del manufacturero; la producción de plaguicidas, aceites y grasas vegetales y confecciones. En cuanto a los programas aprobados, contribuyen con mayor número de programas el sector de confecciones, seguido de producción agropecuaria, con una marcada utilización de las operaciones de materias primas e insumos (70,6%).

Para el 2000 se autorizó, mediante la Ley 547 de 1999, un presupuesto inicial

² El Plan Vallejo es la formulación de la política económica colombiana que permite el ingreso de materias primas, insumos y bienes de capital, libres de derechos aduaneros, a cambio de exportaciones equivalentes.

para Certificados de Reembolso Tributario (CERT) por valor de \$80.897 millones, que se ejecutó en su totalidad durante igual vigencia. El Gobierno nacional autorizó una adición presupuestal, para la vigencia del 2000, por 170.000 millones, de los cuales reconoció durante el primer trimestre del 2001 más de \$94.000 millones, destacándose como unos de los sectores más beneficiados con este incentivo el agropecuario.

En el 2000, las comercializadoras internacionales inscritas eran 880, con exportaciones de aproximadamente US\$1900 millones, equivalentes al 14% del total de las exportaciones nacionales. Posteriormente, 80 nuevas empresas se acogieron a este régimen.

Se aprobó el documento de *Política de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios* por el Consejo Superior de Comercio Exterior, y el Decreto 918 de mayo del 2001, por medio del cual se hicieron los ajustes respectivos a la normatividad. Este instrumento tuvo por objeto fomentar una serie de servicios a la actividad exportadora y fortalecer la logística internacional.

Asimismo, el Ejecutivo radicó en el Congreso un proyecto de ley de Registro y Abanderamiento de Naves y Artefactos Navales, que facilitó el abanderamiento de naves en Colombia en condiciones competitivas y permitió contar con productos pesqueros originarios que se beneficiaron de los acuerdos internacionales. En el caso de los barcos mercantes, se lograron beneficios económicos en los fletes.

Defensa de la producción nacional

Se impuso derecho *antidumping* para productos planos laminados de hierro o acero, procedentes de Rusia y Ucrania, y se creó una salvaguardia sobre las importaciones de alcohol extraneutro procedentes de la Comunidad Andina. Se estudió la solicitud para una salvaguardia sobre los filamentos de poliéster lisos, texturizados y fibras de poliéster.

Se hicieron diferimientos arancelarios por emergencia nacional (arroz) y por no producción (sector agrícola y de electrodomésticos). Se adoptaron medidas para frenar el contrabando técnico. Se implementó el Convenio de Complementación Automotor Andino y se hizo extensivo al sector de autopartes.

Regionalización de la oferta exportable

Se crearon los Comités Asesores Regionales de Comercio Exterior (CARCE) de Amazonas, Caldas, Huila, Quindío, Risaralda, Boyacá, La Guajira, Caquetá, Meta y Arauca, completando así 27 en todo el país. Se firmó un convenio marco de cooperación entre el sector comercio exterior y Confecámaras para apoyar la consolidación de los CARCE. Se trabajó conjuntamente con diecisiete CARCE para elaborar los planes estratégicos en las respectivas regiones.

Se constituyeron Consultorios de Negocios Internacionales en Medellín, Valledupar, Montería, Bucaramanga e Ibagué. Se aplicó la metodología para identificación de clústeres con vocación exportadora

en diez CARCE del país, identificando en promedio cinco clústeres por CARCE.

Jóvenes emprendedores exportadores

Se consolidó este programa iniciando con un total de 175 anteproyectos de jóvenes de 20 ciudades del país: 33 han sido aprobados y 7 de ellos exportaron. La difusión del programa se realizó en 28 ciudades, a un total de 26.500 jóvenes. El programa vinculó instituciones como el Fondo Nacional de Garantías, la Cooperativa de Profesionales del Valle Coomeva y el concurso de Planes de Negocios Ventures 2001, para así fortalecer la consecución de recursos y el reconocimiento de las nuevas empresas.

Cátedra exportadora

En enero del 2001 se realizó la primera capacitación a docentes de la Cátedra de Negocios Internacionales, a la que asistieron 35 docentes de 25 instituciones de educación superior del país. En junio se realizó el segundo seminario de capacitación a docentes, con una asistencia de más de 100 docentes del país.

Semanas del Exportador

Se han realizado Semanas del Exportador en 16 ciudades, con una asistencia total de 6514 personas.

Expopyme

El Gobierno Nacional, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Exportador, en el 2000 puso a disposición del pequeño y mediano

empresario colombiano un innovador programa de desarrollo denominado Expopyme³, hoy llamado Expopyme Innova, el cual otorga a las pymes un apoyo integral y está dirigido para posicionar exitosamente sus productos en los mercados extranjeros.

Asimismo, el programa permitió a las empresas promover sus productos, bienes y servicios en eventos internacionales, tales como macrorruedas de negocios, ferias internacionales y misiones exploratorias. Para garantizar una cobertura nacional y el desarrollo efectivo de las diferentes etapas del programa, Expopyme trabajó de la mano de diferentes universidades, las cuales se encargaron de brindar a las empresas un acompañamiento continuo para el diseño exitoso del Plan Exportador.

Según cifras proporcionadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), a junio de 2010 el 81 % del empleo generado en Bogotá fue producido por 4 actividades económicas, a saber: comercio, hoteles y restaurantes (27,7 %), servicios comunales, sociales y personales (24,3 %), industria manufacturera (16 %) y actividades inmobiliarias (13 %). El programa Expopyme fue promotor para la activación de estas actividades económicas.

³ Expopyme es un programa fruto del acuerdo de todas las instituciones nacionales que se mueven en el ámbito de la promoción del comercio exterior: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport Colombia, Acopi, Bancóldex, diferentes gremios y universidades y Confecámaras. Expopyme buscó promover el desarrollo de nuevos productos, procesos productivos y métodos de gestión destinados a la exportación, a través de metodologías e instrumentos de apoyo diseñados por el programa.

A pesar de que el mercado con Venezuela se ha reducido en un 55% (exportaciones para el periodo enero-mayo de 2010 con respecto al mismo periodo de 2009), el sector empresarial de la región capital optó por diversificar sus mercados, con resultados altamente positivos.

La industria gráfica y editorial, de muebles y madera, envases y empaques, metalme-cánica, plástica y caucho, agroindustrial y los artículos de hogar han desempeñado un papel importante en dicho propósito, al inyectarle un especial dinamismo a las exportaciones colombianas. Por tal razón, la entidad continuará apoyando decididamente este tipo de proyectos que, sumados a la Red de Empresarios Exportadores, permiten articular y consolidar una gran red de empresarios, buscando siempre el crecimiento económico, social y cultural de los habitantes del Distrito Capital.

Colciencias

A partir del 2000, el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias) ha trabajado aspectos tales como el documento Conpes 3080 sobre la Política de Ciencia y Tecnología 2000-2002, la creación del Programa de Prospectiva Tecnológica (2001), la expedición de la Ley 643 del Fondo de Investigación en Salud (2001), la conformación de Agendas Regionales de Ciencia y Tecnología, el lanzamiento de Plataforma ScienTI (2002), el apoyo a programas de doctorado nacionales, el Crédito BIRF (2002-2003), la incorporación de recursos a la CyT mediante la Ley 344 de 1996 en la Ley del Plan Nacional de Desarrollo de 2003, la convocatoria y apoyo

a Centros de Investigación de Excelencia (2004), la participación de Colciencias como invitado permanente en el Conpes (2004), la presencia del programa infantil Ondas en todos los departamentos del país (2005), la reforma de los Programas Nacionales de Ciencia, Tecnología e Innovación, hacia Áreas de Conocimiento (2005), la revaluación de la estrategia CNCyT (2008), la promulgación del documento *Colombia construye y siembra futuro. Política nacional de fomento a la investigación y la innovación* (2008), la sanción de la Ley 1286 de 2009 que transforma a Colciencias en Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, crea el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI) y dictó otras disposiciones sobre estas materias.

En el marco de la política estatal de crear las condiciones para que el conocimiento sea un motor de desarrollo que cumpla con los desafíos de acelerar el crecimiento económico, disminuir la inequidad y cerrar brechas, la descentralización territorial e institucional es un instrumento para procurar el desarrollo armónico de la potencialidad científica y tecnológica del país, consolidando las comunidades y capacidades académicas y científicas en los entes territoriales. Lo anterior se convierte en una estrategia prioritaria para la dirección de Colciencias.

El Fondo Nacional de Financiamiento para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación Francisco José de Caldas, a través de Colciencias, opera como mecanismo financiero para integrar los recursos públicos, privados, internacionales y de donación para financiar el desarrollo de

programas, proyectos, actividades y entidades de ciencia, tecnología e innovación (Colciencias, 2013).

Los recursos del Fondo son administrados a través de un patrimonio autónomo constituido mediante un contrato de fiducia mercantil con una sociedad fiduciaria seleccionada por medio de un proceso de licitación pública. Los actos y contratos que realice se sujetan a las normas de derecho privado subsidiariamente a las de ciencia y tecnología.

En lo referente a la regionalización, Colciencias impulsó las iniciativas departamentales o supradepartamentales para el avance de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico acordes con los programas nacionales, entre los que se encuentran: Ciencia, Tecnología e Innovación Agropecuarias; Ciencia, Tecnología e Innovación del Mar y de los Recursos Hidrobiológicos; Ciencia, Tecnología e Innovación en Ambiente, Biodiversidad y Hábitat, y Ciencia, Tecnología e Innovación en Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación en Seguridad y Defensa, Ciencias Básicas, Ciencias en Tecnologías e Innovación de las Áreas Sociales y Humanas. Además se encuentran acciones de desarrollo tecnológico e innovación industrial, electrónica, telecomunicaciones e informática, formación de investigadores, investigaciones en energía y minería, tecnología e innovación en salud y biotecnología. Estos, atendiendo a las potencialidades y vocaciones territoriales, se conectan nacionalmente por nodos en red, lo que coloca en el punto focal del accionar del sistema la transformación productiva con base en el conocimiento.

El objetivo es aplicar los conocimientos existentes o los nuevos al desarrollo territorial según sus fortalezas y a través de la ciencia, la tecnología y la innovación; construir nuevas capacidades que apunten a la competitividad regional, con autosuficiencia y sostenibilidad económica, mayor empleo, producto de empresas nuevas de base tecnológica que aseguren valor a nuestros recursos como camino seguro para alcanzar los niveles de crecimiento y desarrollo que mejoren las condiciones de vida de las comunidades colombianas.

El principio de descentralización de la Ley 1286 de 2009, artículo 4, numeral 3, establece:

Los instrumentos de apoyo a la CTI deben ser promotores de la descentralización territorial e institucional, procurando el desarrollo armónico de la potencialidad científica y tecnológica del país, buscando asimismo, el crecimiento y la consolidación de las comunidades científicas en los departamentos y municipios.

Con base en lo anterior, y para dar cumplimiento a la Ley, la estrategia de regionalización lidera los siguientes programas:

- *Programa de Planificación Estratégica del Conocimiento (PPEC) en las Regiones.* Está orientado al diseño e implementación de estrategias para que el conocimiento científico y tecnológico contribuya al logro de las visiones y escenarios de futuro que las regiones se proponen. Esto, con el propósito de que las instituciones a cargo de la gestión pública o de la toma de decisiones en ciencia y tecnología

(CTI) articulen a la investigación e innovación como variable clave del desarrollo regional. PPEC incluye tres líneas de acción, a escala departamental: apoyo a la elaboración de visiones de futuro regionales para el fomento de investigación e innovación, apoyo a la elaboración de planes estratégicos de CTI y apoyo a la elaboración de mapas y balances tecnológicos de los sectores apuesta.

- *Programa de Fortalecimiento de la Institucionalidad para la Gestión de Conocimiento.* Está orientado al fortalecimiento de las competencias y capacidades político-administrativas de gobernaciones, alcaldías, concejos y asambleas departamentales para la gestión y fomento de la ciencia, la tecnología y la innovación en las regiones. Para cumplir con el propósito del programa, se propuso el trabajo en tres líneas de acción: construcción y posicionamiento político de la arquitectura organizacional para la gestión del conocimiento; diseño y gestión de instrumentos políticos, legales y administrativos para el fomento de la investigación y la innovación en los departamentos; e implementación y apropiación en lo regional de los instrumentos de la política nacional de CTI.
- *Programa de Gestión de Conocimiento y Tecnológica para la Competitividad Regional.* Busca contribuir con el fortalecimiento de aquellas iniciativas y proyectos de inversión en CTI para el desarrollo regional. Para este propósito, la Ley 1286 de 2009 dispuso

de los recursos del Fondo Nacional de Regalías (FNR) como instrumento específico para la presentación de los proyectos de inversión en CTI regionales. Entre las líneas de acción que se financian por el FNR se encuentran: proyectos de investigación, proyectos de innovación, unidades regionales de investigación y formación de recurso humano.

Cámara de Comercio de Bogotá

Esta cámara redefinió su foco institucional y propósito superior con el fin de construir una Bogotá-región sostenible a largo plazo, promoviendo el aumento de la prosperidad de sus habitantes, desde los siguientes frentes: registros públicos, solución de controversias, servicios empresariales, competitividad y valor compartido, y gobernanza y conocimiento empresarial.

Por otro lado, y con el fin de visibilizar su nueva filosofía y hacer referencia a la fuerza empresarial que construye la ciudad-región sostenible, la marca de la entidad también se transformó para transmitir valores como solidez, modernidad, cercanía, integración y confianza. Para tal fin, desarrolló Bogotá Exporta, que es el modelo de prestación de servicios establecidos como apoyo al empresario en su proceso de internacionalización, a través de programas especializados a los que ingresan a través del Diagnóstico Empresarial (herramienta que permite conocer el estado de la empresa en términos de internacionalización), a partir del cual, dependiendo del resultado, es remitido a una ruta especializada.

Finalmente, la Cámara de Comercio de Bogotá lidera desde hace diez años una alianza público-privada de largo plazo, denominada Comisión Regional de Competitividad, que funciona como una red conformada por 1800 organizaciones que cooperan para ofrecer un entorno favorable a la generación sostenible de riqueza y calidad de vida creciente para sus habitantes.

Conclusiones

La globalización es un proceso que avanza a grandes pasos e incluye a todos los países del planeta, en todos los campos, especialmente en el económico. Es indispensable que cada país pueda contar con las herramientas necesarias para asumir con eficiencia y eficacia su nuevo papel en el contexto internacional, participar activamente en él y no quedar rezagado ante la apertura mundial.

La integración económica trae grandes ventajas para las naciones que deciden participar en ella. De hecho, esas economías gozan de efectos de carácter dinámico que giran en torno a una mayor competencia, mayor estímulo sobre la inversión y generación de economías de escala. Todos estos aspectos son de alta conveniencia para el mejoramiento de las economías y sus estructuras productivas.

Así, por un lado, las empresas que se ven enfrentadas a una mayor cantidad de competidores que ofrecen sus productos y servicios en el interior de un bloque de naciones integradas, con reducción o eliminación de aranceles y con un mercado expandido, tienen la alternativa de volverse eficientes o desaparecer del mercado,

lo que depende de la voluntad que los productores tengan de participar en él. Igualmente, la competencia que se genera conduce al desarrollo de nuevos productos y al mejoramiento de la calidad y de las condiciones de distribución y de servicio pre-, in- y posventa. Esto genera no solo un mayor y más acelerado cambio técnico y tecnológico, y con ello una celeridad en el crecimiento económico, sino también mayores niveles de inversión y una mayor diversificación de los productos y servicios ofrecidos.

Por otro lado, la integración conduce a un grado de especialización superior que, en consecuencia, permite reducir costos y aprovechar economías de escala, a través de la mayor utilización de las capacidades de las plantas, así como un mayor aprendizaje y desarrollo de los trabajadores y los directivos de las compañías.

Es determinante que se tome conciencia, en el sentido de que el proceso de mundialización no tiene marcha atrás y que todos debemos asumirlo y enfrentarlo con la mejor preparación en los diferentes ámbitos. En los últimos años, los desarrollos en materia de CTI propician un nuevo modo de producir ciencia, en términos intra-, inter-, multi- y transdisciplinarios, lo que es convalidado por los contextos sociales, culturales y regionales de su aplicación y por los valores y decisiones de las políticas públicas.

Las ciudades y regiones en el mundo compiten por posicionarse como lugares atractivos para invertir, tener altos estándares de calidad de vida y un sólido tejido empresarial. Para ello, es fundamental

definir estrategias y políticas orientadas a promover un entorno favorable para crear empresas productivas y sostenibles en condiciones de formalidad, facilitar la transformación productiva y ampliar las oportunidades de conocimiento y emprendimiento para sus habitantes, con el fin de generar empleo e ingresos de calidad.

Por tal razón, el gobierno pone a disposición las herramientas para lograrlo, pero son los productores los que deberán recogerlas y ponerlas a su servicio, y para el crecimiento y desarrollo del país.

Referencias

Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. Madrid: McGraw-Hill.

Cateora, P. (2005). *International marketing* (12.ª ed.). Nueva York: McGraw-Hill.

Daniels, J. (2004). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones* (10.ª ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Hill, C. W. (2011). *Negocios internacionales: competencia en el mercado global* (8.ª ed.). México: McGraw-Hill.

Johanson, J. y Wledersheim, P. F. (1975). The internationalization of the firm-four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12.

Narváez, S. (2005). *Internacionalización: ¿estrategia de sostenibilidad?* Bogotá: Universidad de los Andes.

Ohlin, B. G. (1999). *The theory of interregional exchange*. Recuperado de <http://www.iies.su.se>

Porter, M. (1990). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Madrid: Grupo Editorial Patria.

Ricardo, D. (2003). *Principios de economía y tributación*. s. l.: Heliasta.

Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) (2001). *Política Nacional para la Productividad y Competitividad*. Bogotá: Autor.

Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza.