



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ COLOMBIANA FRENTE AL
TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA REPÚBLICA DE COREA**

DANIELA STEPHANIE GUEVARA AGUDELO

JUAN SEBASTIÁN MILLÁN AGUADO

ANGELY MARCELA RUBIO CASTILLO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C.

2014



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ COLOMBIANA FRENTE AL
TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA REPÚBLICA DE COREA**

**DANIELA STEPHANIE GUEVARA AGUDELO
JUAN SEBASTIÁN MILLÁN AGUADO
ANGELY MARCELA RUBIO CASTILLO**

**Trabajo de grado para optar al título de
Administrador(a) de Negocios Internacionales**

**Tutor
IVARTH PALACIO SALAZAR
Economista Agrícola (Ph.D)**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C.**

2014

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios, por ser nuestra guía, nuestra luz, por brindarnos fortaleza y aliento durante este proceso.

A nuestros padres, por apoyarnos en todo momento, por los valores que nos han inculcado y por cada sacrificio que hicieron para forjarnos como mejores personas.

A nuestros hermanos, por ser ejemplo de grandes profesionales y brindarnos su apoyo y alegrías.

Al profesor y tutor Ivarth Palacio Salazar, por aceptar ser nuestro guía, por brindarnos su apoyo, y por inculcarnos la excelencia y llevarnos por el camino del éxito.

Al señor Félix Darío Guevara, gerente de Madiautos, quien nos brindó su confianza y apoyo en la recolección de información.

A los señores Álvaro Jaramillo, Felipe Martínez, Andrés Araujo, Juan Pablo Alcázar. Directivos de Autonal, CCA, Hyundai y Nissan. Quienes con entrevistas, nos dejaron conocer a fondo sus diferentes puntos de vista.

Al Representante a la Cámara, Doctor Eduardo Castañeda, por darnos la oportunidad de asistir a un debate en el Honorable Congreso de la República, y compartir con nosotros sus puntos de vista.

A nuestros amigos, por estar siempre a nuestro lado, y colaborarnos para cumplir con las exigencias de nuestro trabajo.

A nuestra Universidad del Rosario, y Escuela de Administración, por darnos la oportunidad de recorrer sus históricos pasillos, y ser formados académica y personalmente de la mejor manera.

A todos ustedes... nuestros mayores agradecimientos.

“No puede responder otra cosa que
gracias y gracias”

William Shakespeare

“A mi familia por ayudarme en todos los momentos más difíciles
y por siempre ser un apoyo incondicional
para que pueda lograr todos mis sueños y metas
por medio de su cariño y comprensión.
Nubia Agudelo, Felix, Guevara, Alejandra Guevara.
Esto lo logré gracias a ustedes”.

Daniela Stephanie Guevara Agudelo

“A Dios, por ser mi luz y mi guía, por las alegrías que me brinda
y por dejarme vivir en el camino del bien, a mi padre,
Numar Julio Millán, por ser ese ejemplo a seguir y
luchar para sacar mis estudios adelante, a mi madre,
Olga Aguado, por inculcarme los valores Primordiales
de la vida, a mi hermano, Jorge Millán,
por ser mi apoyo y guardián.
Esto es por ustedes.”

Juan Sebastián Millán Aguado

“Gracias Dios, por ser mi guía y protector incondicional.
A mis padres Jorge y Gisela, que con su amor y ejemplo,
me han enseñado a dar siempre lo mejor de mí.
A mi nonita Iñi, por sus valiosos consejos.
A mis hermanas y sobrinito, por ser
mi apoyo y fuente de alegría.”

Angely Marcela Rubio Castillo

Contenido

Glosario.....	XIII
Resumen.....	XIV
Abstract.....	XV
Introducción	1
Justificación.....	2
1. Planteamiento del problema.....	3
1.1. Pregunta central de investigación:.....	3
1.2. Sub-preguntas de investigación:.....	3
2. Objetivos.....	5
2.1. Objetivo General	5
2.2. Objetivos Específicos.....	5
3. Marco teórico.....	6
3.1. Globalización	6
3.1.1. Globalización y competitividad.....	6
3.1.2. Competitividad nacional.....	7
3.1.3. Competitividad regional.....	9

3.1.4. Competitividad sectorial.....	10
3.1.5. Competitividad empresarial.....	10
3.2. Criterios de evaluación.....	11
3.2.1. Efectos estáticos	11
3.2.2. Efectos dinámicos.....	12
3.3. Competitividad en Colombia	13
3.4. Economía Colombiana versus Economía Surcoreana.....	14
3.5. Industria Automotriz Colombiana.....	18
3.5.1. Empresas Ensambladoras en Colombia.....	18
3.5.2. Compañía Colombiana Automotriz – CCA.	19
3.5.3. General Motors Colmotores – GM Colmotores	20
3.5.4. Renault Sofasa.....	20
3.5.5. Hino Motors Manufacturing S.A.....	21
3.6. Costos de producción	21
3.7. Función de Producción.....	21
3.8. Economías a escala.....	24
3.9. Excedente del Consumidor.....	24
3.10. Excedente del Productor.....	25
3.11. Interacción excedentes con presencia de un arancel	27

4.	Marco metodológico	28
5.	Presentación y análisis de resultados	29
5.1.	Análisis encuestas a consumidores	29
5.1.1.	Conclusiones encuestas a consumidores	43
5.2.	Análisis entrevistas a comerciantes	44
5.2.1.	Conclusiones entrevistas a comerciantes	47
5.3.	Análisis entrevista a un productor	48
5.3.1.	Conclusiones entrevista a productor	50
5.4.	Análisis información del Gobierno	52
5.4.1.	Razones del gobierno para suscribir un tratado con la República de Corea	52
5.4.2.	Efectos del TLC con la República de Corea	52
5.4.3.	Conclusiones información sobre Gobierno	53
5.5.	Matriz DOFA	55
5.5.1.	Estrategias Matriz DOFA	56
	Conclusiones	57
	Bibliografía	59
	Anexos	65

Contenido de tablas

Tabla 1. Comparativo economía colombiana-surcoreana.....	15
Tabla 2. Exportaciones de República de Corea al Mundo	16
Tabla 3. Exportaciones de Colombia al mundo.....	16
Tabla 4. Producción de Vehículos Ligeros.....	17
Tabla 5. Matriz DOFA.....	55
Tabla 6. Estrategias derivadas de la matriz DOFA	56

Contenido de figuras

Figura 1. Determinantes de Competitividad	8
Figura 2. Función de Producción.....	22
Figura 3. Cambio Tecnológico	23
Figura 4. Cambio en el excedente del consumidor	25
Figura 5. Cambio en el excedente del productor	26
Figura 6. Excedentes al imponer un arancel	27
Figura 7. Género personas encuestadas.....	29
Figura 8. Estrato socio-económico.....	30
Figura 9. Encuestados con vehículo o la intención de comprar uno a corto plazo ...	30
Figura 10. Frecuencia cambio de automóvil.....	31
Figura 11. Disposición de precios a pagar	32
Figura 12. Temas claves para comprar un vehículo	32
Figura 13. Preferencia de marcas	34
Figura 14. Razones de preferencia de marca.....	35
Figura 15. Conocimiento de procedencia - Kia	36
Figura 16. Conocimiento de procedencia - Hyundai.....	36
Figura 17. Conocimiento de procedencia - Daewoo.....	37
Figura 18. Conocimiento de procedencia - Ssang Yong	37

Figura 19. Clientes marcas surcoreanas	38
Figura 20. Grado de satisfacción con marcas surcoreanas	38
Figura 21. Precepción de calidad de marcas surcoreanas.....	39
Figura 22. Conocimiento beneficios derivados del TLC con la República de Corea	40
Figura 23. Aumento en compra de marcas surcoreanas vía reducción precios	41

Glosario

Autopartes: Pieza o conjunto de piezas que intervienen en el armado de un automóvil, y también se venden por separado.

Comerciantes: Ente encargado de comercializar los diferentes bienes o servicios.

Competitividad: Capacidad de brindar a los consumidores, los mejores precios con los mejores índices de calidad a costos bajos.

Consumidores: Población en general que consume los bienes y servicios.

Ensambladora: Empresa dedicada a la unión de autopartes y estructuras automotrices.

Estrategias: Conjunto de acciones planificadas que buscan el mejoramiento de un determinado fin.

Globalización: “Interdependencia económica creciente de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales” (FMI).

Gobierno: Ente encargado de controlar y regular los factores que toca la comercialización y producción de bienes y servicios.

Industria Automotriz: La industria automotriz es la encargada de diseñar, desarrollar, producir y comercializar automóviles en un territorio nacional.

Precio: Cantidad de dinero que permite la adquisición de bienes y servicios.

Productores: Ente encargado de fabricar o producir diferentes bienes o servicios.

Proexport: Entidad nacional que se encarga de promocionar la inversión extranjera, turismo a nivel internacional y exportaciones no tradicionales.

Tratado de libre comercio: Acuerdo comercial entre dos o más países, que permite ampliar y mejorar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes.

Resumen

Mediante este proyecto, se hace un análisis de la industria automotriz en Colombia, cómo se puede ver afectada y cuáles serán los pros y contras ante la puesta en ejecución del Tratado de Libre Comercio con la República de Corea, tomando como base diferentes agentes que incursionan directamente en la industria mencionada, como lo son sus consumidores, los comerciantes, productores (ensambladoras) y el gobierno nacional.

Igualmente, la globalización como aspecto fundamental para las economías mundiales, genera la apertura de estas y afianza a su vez la firma de diferentes tratados que permitan mejorar el comercio y bajar los precios de bienes y servicios entre países; pero en este caso dicha apertura, puede no ser beneficiosa para la industria automotriz colombiana debido a las grandes diferencias en capacidad de producción y tecnología entre ambos países.

Por lo anterior, se realizan comparaciones entre las dos economías y sus industrias (la automotriz) para encontrar los puntos en los cuales Colombia es más débil y buscar estrategias que permitan contrarrestar los efectos negativos que puede traer consigo el Tratado de Libre Comercio, así mismo, buscar oportunidades para mejorar el desarrollo tecnológico y de esta manera incentivar la inversión para consolidar dicha industria en el mercado.

Palabras clave:

Comerciantes, consumidores, globalización, gobierno, precios a los consumidores, productividad, productores, TLC¹

¹ Des abreviación: Tratado de Libre Comercio: es un tipo de acuerdo comercial en el cual se establece un conjunto de reglas que regirán el intercambio de bienes y servicios entre los países firmantes.

Abstract

The following paper shows how the automobile industry in Colombia can be affected and what would be the pros and cons of the signing of the Free Trade Agreement with the Republic of Korea. This is based on the different agents who have a direct presence in that industry, which are: the consumers, the merchants, the producers (assembly plants) and the national government.

Likewise, globalization is a fundamental aspect of world economies that generates the opening of these and strengthens the signature of different agreements, which allow to improve the trade and to decrease the prices of goods and services between countries. But in this case the above mentioned opening, it cannot be beneficial for the Colombian automobile industry due to the big differences in capacity of production and technology between both countries.

Finally, comparisons are made between both economies and their automotive industries in order to find the points in which Colombia is weaker, and to look for strategies that allow to offset the negative effects that can the Free Trade Agreement bring. Moreover, the research was focused on seeking for opportunities to improve the technological development and stimulate the investment to consolidate the Colombian industry on the market.

Key words:

Customers, customers' prices, FTA², globalization, government, merchants, producers, productivity.

² Free Trade Agreement: It is a type of commercial agreement in which there is established a set of rules that will govern the exchange of goods and services between the signatory countries.

Introducción

Un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo comercial en el cual se establece un conjunto de reglas que regirán el intercambio de bienes y servicios entre los países firmantes, en este trabajo se analizará cual será la influencia del TLC con la República de Corea sobre la industria automotriz Colombiana

El pasado 21 de febrero de 2013 se firmó el Tratado de Libre Comercio entre la República de Corea y la República de Colombia, en el cual se negoció la reducción gradual de aranceles sobre la importación de ciertos productos provenientes de ambos países, entre estos se encuentran todos los productos relacionados con la industria automotriz.

Hoy en día la República de Corea es uno de los países que ha evolucionado más rápido tecnológicamente, haciendo posible que su industria automotriz se desarrolle de manera acelerada, generando nuevos vehículos con mayor frecuencia y mejor tecnología, por tal razón es importante analizar cuáles son las amenazas que traerá consigo la entrada en vigencia de este TLC, así como las debilidades y fortalezas presentadas en la industria nacional y de esta manera poder generar oportunidades de mejora, haciendo posible que la industria nacional sea más competitiva.

Por otro lado, al analizar la industria automotriz es importante tener en cuenta todos los actores que en ella se encuentran, tales como, el gobierno, los productores, los comerciantes y los consumidores, para poder obtener una visión global de toda la situación y de esta manera poder considerar cómo estos se verán afectados positiva o negativamente, igualmente de esta manera se permite crear mejores estrategias en las cuales la mayoría de los actores se vean beneficiados.

A partir de lo anterior, se realizó una matriz DOFA (ANEXO A 1), donde se aprecia que la industria automotriz colombiana – enfocada en vehículos ligeros, no está en capacidad de competir con la industria automotriz surcoreana dentro del marco del Tratado de Libre Comercio.

Justificación

La propuesta de investigación que se va a desarrollar abarcará un análisis de los diferentes actores que se relacionan con la industria automotriz colombiana y que se verían afectados (positiva o negativamente) a raíz de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con la República de Corea. Dicho análisis será un componente del proyecto marco liderado por el Profesor Ivarth Palacio Salazar, debido a que el objetivo general del presente trabajo se tomó del segundo objetivo específico propuesto en la investigación “Análisis de los TLC’S y sus efectos sobre el Comercio Exterior colombiano, pues en este se contemplarán las implicaciones que se derivan de los TLC’S suscritos por la República de Colombia sobre sus sectores socio – económicos.

Lo anterior también permite especificar la relación del proyecto con la línea de investigación de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario, pues como se establece en el documento descriptivo de las líneas de investigación (2013), en la línea de Realidad se parte de una conceptualización que “ofrece una posibilidad para el abordaje desde una perspectiva macro-contextual del entorno en el que se circunscribe una organización y bajo el cual opera”, hecho que abarca agentes sociales, gubernamentales y comerciales, que a partir de una situación presente serán influenciados en el corto, mediano y largo plazo.

Igualmente, sobre la relación con el programa de internacionalización que conforma la línea de Realidad, cabe resaltar que la investigación incluirá el tema de competitividad y desarrollo de la industria, como consecuencia de los tratados de libre comercio y cómo afectaría esto a las decisiones empresariales y administrativas de los agentes implicados.

Finalmente, a partir del análisis de la industria y más específicamente sobre los ensambladores nacionales, se propondrán estrategias que busquen mitigar las perturbaciones negativas consecuentes del TLC en cuestión, en aras de consolidar la industria automotriz nacional como competitiva y perdurable para que contribuya con la generación de empleo y con el crecimiento del Producto Interno Bruto colombiano.

1. Planteamiento del problema

El pasado 21 de febrero de 2013 se firmó el Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea, en el cual se negoció la eliminación gradual de aranceles e impuestos sobre la importación de ciertos productos provenientes de ambos países, entre los que se encuentran los productos derivados de la industria automotriz, que para el caso surcoreano cuenta con economías de escala, experiencia y apoyo por parte del gobierno, lo que les permite ofrecer al mercado vehículos ligeros a precios competitivos internacionalmente.

En contraste, la industria automotriz colombiana aunque cuenta con más de 50 años de experiencia y se caracteriza por ser el cuarto mayor ensamblador de vehículos en Latinoamérica, contando con aproximadamente 24.783 empleos directos para el año 2011 (Proexport Colombia, 2012), es una industria que se encuentra en desarrollo y no está en capacidad tecnológica para competir con los vehículos surcoreanos, situación que se agudiza al tocar temas de precio, cantidad y calidad, por lo que a raíz del TLC se podrían generar consecuencias negativas para los ensambladores colombianos desembocando en un aumento del desempleo nacional.

Igualmente, en el marco del TLC es importante tener en cuenta no sólo los participantes de la industria en cuestión, sino también a otros actores que posiblemente se verían afectados – positiva o negativamente – en donde cabe resaltar a los consumidores, el Estado, los comerciantes y los productores de autopartes.

1.1. Pregunta central de investigación:

¿Por qué la industria automotriz colombiana no está en capacidad de competir con la industria automotriz surcoreana bajo el marco del Tratado de Libre Comercio?

1.2. Sub-preguntas de investigación:

¿Qué efectos traerá sobre los actores de la industria automotriz colombiana el TLC con la República de Corea?

¿Cómo identificar estrategias que permitan reducir las consecuencias negativas que producirá el TLC con la República de Corea?

¿Cuáles estrategias permitirían aprovechar las oportunidades planteadas en la DOFA y poder generar desarrollo en la industria automotriz colombiana?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Analizar la situación de la industria automotriz colombiana frente al Tratado de Libre Comercio con la República de Corea.

2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los efectos que se derivan del TLC con la República de Corea sobre los diferentes actores implicados con la industria automotriz.
- Construir una Matriz DOFA que permita identificar diferentes estrategias para reducir las consecuencias negativas que se podrían generar con el TLC con la República de Corea.
- Identificar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades planteadas y generar desarrollo en el sector automotriz colombiano.

3. Marco teórico

3.1. Globalización

De acuerdo al trabajo “Análisis de los TLC’S y sus efectos sobre el Comercio Exterior de Colombia”, se dice que:

La globalización por sus efectos en los diferentes aspectos de la vida de los pueblos debe analizarse desde los puntos de vista: macro-económico, micro-económico, político y social. Poca investigación se ha realizado para cuantificar los efectos y la mayoría de los análisis son de corte cualitativo (Palacio Salazar).

3.1.1. Globalización y competitividad

La competitividad de un país está estrechamente ligada con la globalización, esto se debe a que a raíz de la globalización muchos países se especializaron en la producción de ciertos bienes, y a medida que pasó el tiempo, algunos de estos países se convirtieron lo suficientemente fuertes económicamente, llegando a ser considerados hoy en día como “potencias mundiales”. Por un lado estos países desarrollados cuentan con gran tecnología, tienen un gran potencial y son altamente competitivos frente a otros países considerados como subdesarrollados o en vía de desarrollo (Rojas Libreros, 2002).

Lo anterior se puede apreciar claramente en el caso de la industria automotriz (exclusivamente en la fabricación de vehículos ligeros) de Colombia y de la República de Corea, donde esta última tiene la tecnología suficiente como para producir 59 veces más que la industria colombiana, así mismo esto se ve reflejado en el hecho de que Colombia sólo posee empresas ensambladoras de automóviles, mas no productoras.

Según el libro *Conceptualización y Métodos para la Competitividad Internacional en los Países Suramericanos*³, entre ellos Colombia, existe una brecha entre la realidad y las expectativas, lo cual se debe a que el país no se ha dedicado a procesar sus recursos naturales,

³ Los países Suramericanos son: Colombia. Ecuador. Perú. Argentina, Brasil, Paraguay, Venezuela, Bolivia, Guyana, Chile, Uruguay y Surinam.

sino que solamente se está dedicando a su extracción y no los están aprovechando a su máximo potencial, creando una debilidad estructural en la economía.

Es por lo anterior, que el país debe identificar, ejecutar y medir las ventajas comparativas correctamente, y así empezar a penetrar en mercados globalizados con el apoyo de los diferentes sectores del país, los cuales deben empezar a industrializar sus recursos naturales y así generar un país productivo, sumado a diferentes estrategias empresariales como lo son la creación de clústers como aglomeraciones productivas (Rojas Libreros, 2002).

3.1.2. Competitividad nacional

De acuerdo a lo expuesto por Rojas Libreros, con el correr de los tiempos y de la historia, han existido varios intelectuales economistas y de diferentes disciplinas que han hablado de la competitividad nacional, quienes crearon modelos teóricos para poder darle explicación a esta, entre los cuales se encuentran los modelos de los clásicos como David Ricardo al explicar la ventaja comparativa⁴, seguido por los neo-clásicos con el modelo Heckscher- Ohlin⁵, dando esta como resultado la creación de la nueva teoría del comercio internacional.

Así mismo, existen modelos tradicionales como el de Solow y Swan⁶, sin embargo, en los nuevos modelos se pueden destacar los de Romer y el Aghion - Howitt, en donde el primero dice que el ritmo de crecimiento de una nación se crea en la asignación de capital humano a la investigación y la producción, y los segundos complementaron el modelo de Romer poniendo énfasis en la importancia del capital humano a medida que los procesos dentro de la producción se van volviendo más complejos, por lo que el Know-how se convierte un elemento importante para la fluidez de los procesos (Rojas Libreros, 2002).

De otro lado también se resalta la importancia del Enfoque Sistémico o Estructural, del cual surgen varias teorías siendo las más representativas el Diamante de la Competitividad de Porter y el Índice de Competitividad del Foro Económico Mundial, por un lado Porter evalúa la

⁴ Una situación en la que un país (o compañía) puede producir un artículo (o tomar dinero a préstamo) con un coste inferior que otro país (o compañía) en el sentido especial de que debe sacrificar menos de un bien alternativo para hacer su producción

⁵ Los países son más eficaces si se concentran en la producción de aquellos bienes o servicios que utilizan intensivamente los factores disponibles más abundantes

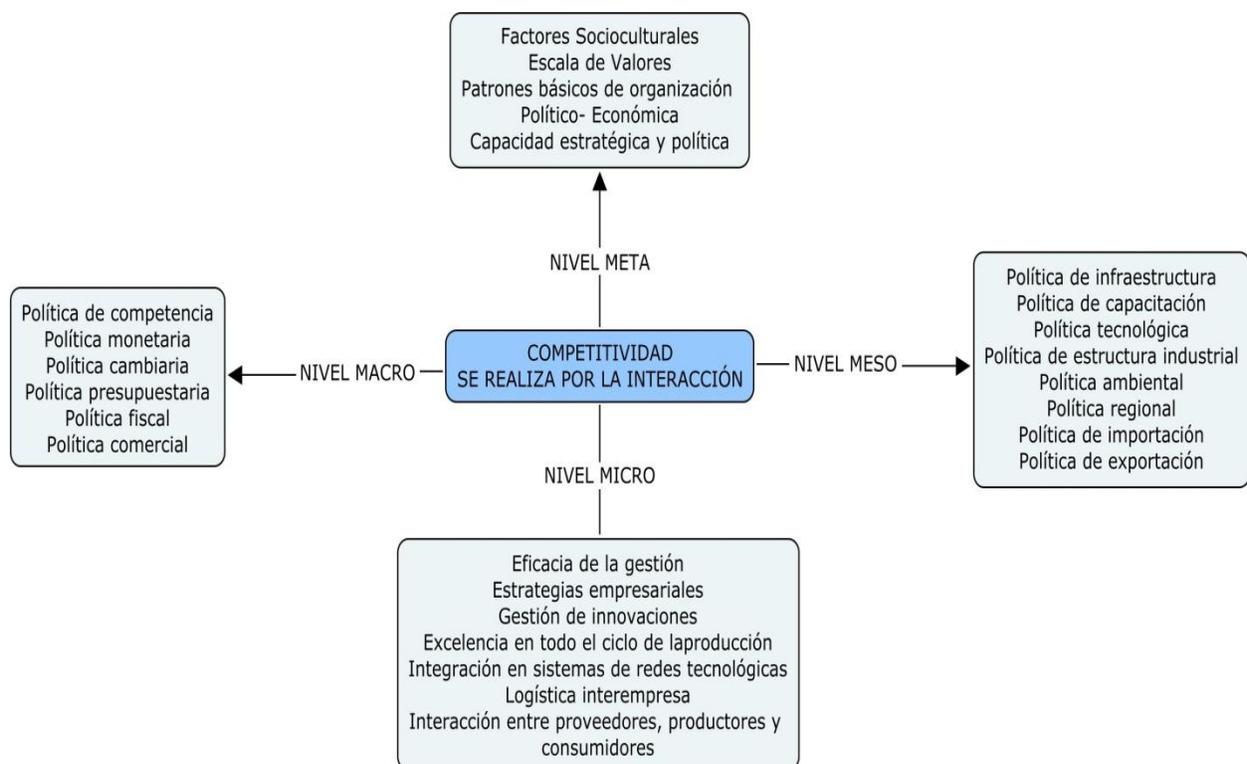
⁶ En este modelo la producción resulta de combinar la mano de obra y capital físico, con una tecnología exógena.

competitividad teniendo en cuenta elementos como la demanda, estrategia y rivalidad entre empresas e industrias que se relacionan entre sí, mientras que el Foro Económico Mundial tiene en cuenta ocho componentes para la creación de su índice, los cuales son: fortaleza de la economía interna, nivel de apertura económica, calidad del gobierno, fortaleza del sector financiero, infraestructura, capacidad gerencial, ciencias y tecnología y calidad de la gente (Rojas Libreros, 2002).

La anterior teoría e índice son grandes contribuyentes para establecer la competitividad internacional, es decir qué tan competitivo es un país frente a otro, hecho que se realiza al observar los siguientes determinantes:

Figura 1.

Determinantes de Competitividad



Fuente: Rojas Libreros, G. (2002). *Conceptualización y métodos para la competitividad internacional*.

Igualmente, es importante tener en cuenta los conceptos de cambio técnico y acumulación tecnológica (Rojas Libreros, 2002), porque estos son determinantes en el desarrollo de la

competitividad de un país, pues estos fortalecen los recursos para generar y manejar el cambio dentro de la producción y comunicación. La acumulación de capacidad tecnológica se caracteriza por:

- a. La investigación no es el componente principal, sino el desarrollo
- b. Mayor especialización y diferenciación en los recursos de conocimiento de las firmas industriales
- c. Los componentes más importantes de la acumulación tecnológica se encuentran dentro de las empresas
- d. Es incremental e irreversible
- e. La política educativa tiene una fuerte influencia sobre la efectividad con que las tecnologías son asimiladas y mejoradas.

3.1.3. Competitividad regional

Igualmente en el libro de Conceptualización y Métodos para la Competitividad Internacional de Gentil Rojas Libreros, se habla del tema de la competitividad regional de la siguiente manera:

Para la competitividad regional es importante tener en cuenta factores como el capital humano y la capacidad para innovar, igualmente diferentes personas como Porter, Krugman y Fujita se han centrado en el papel que juega la localización como dinamizador de las economías de escala, fundamentándose en la aglomeración, la especialización y las externalidades positivas como determinantes de la competitividad de una región.

Estas ventajas de localización se deben a la reducción de costos de las empresas que son pertenecientes a una misma industria y región, la reducción de costos se debe a la interacción que se da entre las empresas facilitando la especialización de la mano de obra, el transporte y otros servicios.

3.1.4. Competitividad sectorial

Krugman, Usawa, Lucas y Romer atribuyen a la creciente competencia tecnológica la aparición y consolidación de sectores que son promotores de ideas productivas, las cuales una vez son puestas en práctica no le generan ningún costo a los agentes económicos (Rojas Libreros, 2002).

Para Rojas Liberos, Rosentein- Rodan habla del "Big Push", el cual plantea que un sector debería planificarse como si todas las empresas e industrias a ser creadas fueran una inmensa industria, así de esta manera se aprovecharían mejor los recursos, dicho en los términos de los autores se aprovecharían las complementariedades existentes, como fuentes de externalidades. Posteriormente Hirschman elabora la idea de los encadenamientos hacia delante y hacia atrás.

Posteriormente, Porter habla del término "Clústers" definiéndolo como la agrupación o concentración de empresas interrelacionadas en áreas geográficas, que operan con importantes economías externas de aglomeración y especialización, buscando objetivos en común (Rojas Libreros, 2002).

De lo anterior, se dice que para lograr la competitividad sectorial es necesario que exista la cooperación entre empresas y así de esta forma lograr incentivar el crecimiento de toda una industria y posteriormente el crecimiento del sector, haciendo que no sólo gane una empresa grande, sino todas las empresas pertenecientes al sector (grandes, pequeñas, medianas y micro empresas).

3.1.5. Competitividad empresarial

Según los fundamentos microeconómicos, la competitividad empresarial se encuentra en la teoría evolutiva del cambio tecnológico y en el modelo de competencia monopolística.

Los cambios técnicos se convierten en un asunto de difusión, teniendo en cuenta la teoría de Nelson y Winter en la que plantean la difusión y la capacidad de la empresa o la industria para absorberlo, es decir, que si se toman los cambios técnicos como un asunto de difusión, se está queriendo ver qué tan fácil y rápido la empresa asimila los cambios tecnológicos que se

presentan dentro de un sector o industria; si la empresa es capaz de asimilar estos cambios, será más factible su supervivencia.

Por otro lado Krugman y Obstfeld plantean que el comercio internacional puede ser consecuencia de las economías de escala, lo que implica que no existe una competencia perfecta, por lo que estos autores concluyen que el comercio debería ser analizado con el modelo de competencia monopolística.

3.2. Criterios de evaluación

Según lo planteado en el trabajo “Análisis de los TLC’S y sus efectos sobre el Comercio Exterior de Colombia” del docente Ivarth Palacio Salazar, se tomó textualmente lo concerniente a los criterios de evaluación y los efectos estáticos y dinámicos.

Los criterios para evaluar la integración comercial, se clasifican en: estáticos y dinámicos. Los estáticos se refieren al conjunto de fenómenos atribuibles al incremento de los flujos comerciales entre países, a medida que se reducen las trabas al comercio. A su vez, los dinámicos tienen que comprender desde la perspectiva de los países en desarrollo, la incidencia sobre los niveles de pobreza, así como otros criterios convencionales desde la óptica de los países ricos tales como: el crecimiento de la innovación y el progreso tecnológico, además de los efectos sobre la energía empresarial y la cultura económica. Los efectos dinámicos tienen que reflejarse en mejoramientos del ritmo de crecimiento económico y bienestar de la sociedad.

3.2.1. Efectos estáticos

La eliminación o reducción de las trabas al comercio entre países, genera las ganancias típicas del comercio internacional postuladas por la teoría neoclásica convencional. La creación de comercio es positiva para la eficiencia y el bienestar, toda vez que, los consumidores acceden a una mayor variedad de bienes ofertados a menores precios y además, los productores compran insumos, maquinaria, equipo, bienes intermedios y tecnología de proveedores más diversificados y eficientes. No obstante, existe el peligro que la discriminación de los no-miembros conduzca a que los flujos comerciales se consigan a expensas de aquellos que son más eficientes que los socios comerciales, apareciendo así el fenómeno conocido como desviación de comercio. Esta

teoría sobre la creación, desviación y expansión de comercio, tiene como fuentes los textos de comercio de Jacob Viner (1950)⁷ y James E. Meade (1955)⁸. Forman parte de la teoría los excedentes positivos y negativos de los consumidores, productores y fiscos nacionales. Quedan implícitos los efectos sobre el empleo y los ingresos de los involucrados, en la reasignación de los recursos y las consecuencias sobre el financiamiento público.

Corden (1974)⁹ introdujo otros dos efectos estáticos. Uno positivo, la reducción de costos asociada al aprovechamiento de economías de escala resultantes de la mayor área comercial acordada y otro negativo, el efecto supresión de comercio que se presenta cuando la protección frente al resto del mundo permite sobrevivir a la nueva empresa que aprovecha las economías de escala pero que, pese a ello, no soportaría la libre competencia de otras empresas foráneas.

3.2.2. Efectos dinámicos

La mayor competencia se refiere en este contexto, a la capacidad y deseo de los productores para penetrar en sus mercados respectivos. Cuando se remueven los aranceles y se expande el mercado, el número de competidores potenciales se incrementa. Las estructuras monopolísticas y oligopolísticas se exponen a presiones externas. Las empresas ineficientes deben volverse eficientes o cerrar. La competencia se vuelve menos personal y más efectiva y conduce a la investigación y desarrollo de nuevos productos. El cambio tecnológico aparece en un clima no sólo de mayor competencia sino de ampliación del mercado, la cual también estimula la investigación y desarrollo.

El aumento de la competencia y del cambio técnico, llevan a inversiones adicionales orientadas a satisfacer las oportunidades recientemente creadas. Si bien es cierto que, también ocurre una baja en la inversión en industrias no competitivas enfrentadas a las de otros países es de esperar que empresas extranjeras se expandan o reagrupen con el fin de sacar provecho de las

⁷ Viner, J (1950): *The Customs Union Issue*, Carnegie Endowment for International Peace, New York.

⁸ Meade, J. E (1950). *The Theory of Customs Union*, North Holland Publishing Company.

⁹ Corden, M (1974). *Trade Policy and Economic Welfare*, Oxford: Clarendon Press.

oportunidades o construir plantas en los países del acuerdo. En términos netos, el efecto sobre la inversión se espera sea positivo.

3.3. Competitividad en Colombia

Colombia en los últimos años no ha mostrado cambios abruptos en materia de competitividad, pues según el Reporte Global de Competitividad para el periodo 2012 – 2013 publicado por el Foro Económico Mundial, Colombia ocupó el lugar número 69 (en una muestra de 144 países), presentando un pequeño retroceso en comparación con el periodo inmediatamente anterior (2011 – 2012), periodo en el cual se había catalogado como la economía número 68 en cuanto a competitividad.

El retroceso presentado en materia de competitividad, se explica principalmente por el deterioro asociado con el pilar de infraestructura, en donde se resalta la carente calidad de vías y puertos. Además de lo anterior, se ha visto un agravamiento relativo en cuanto al tema de seguridad, pues los costos relacionados con el crimen organizado y el terrorismo, unido con menores niveles de productividad, son aspectos que incrementan el gasto de las empresas para mitigar esta situación, y por ende ofrecer precios menos competitivos en el mercado o disminuir sus márgenes de rentabilidad.

Así mismo, para el año 2013 según en el indicador Doing Business del Banco Mundial, Colombia ocupó el lugar 42 dentro de un total de 183 países. Por su parte, en el índice de Competitividad Global del Institute of Management Development (IMD), el país se ubicó en la posición número 48 entre 60 economías estudiadas, situación que demuestra que Colombia aún debe concentrar sus esfuerzos en mejorar las diferentes industrias que conforman la economía del país.

En adición a lo anterior, es importante resaltar que el país se ubicó en una mejor posición en 2013 de acuerdo al índice publicado por el IMD, puesto que pasó de ser la economía número 52 a la número 48, esto se debe a que el país ha presentado un perfil de competitividad estable, con buenas condiciones macroeconómicas, evidenciándose en los bajos niveles de deuda pública, inflación controlada y presupuesto público balanceado, sin embargo, la competitividad se ve

fuertemente afectada por la infraestructura, en donde el país ocupó el puesto número 55 entre las 60 economías estudiadas.

En conclusión, se observa que la precaria infraestructura colombiana es un aspecto que influye directamente en la competitividad del país, en razón de los altos costos de transporte en los que incurren las empresas establecidas en el territorio nacional y que a su vez comercializan sus productos en el exterior, por consiguiente, el precio ofrecido a los consumidores finales se ubica en niveles más elevados, perdiendo así competitividad frente a los demás productos ofrecidos por otras economías.

3.4. Economía Colombiana versus Economía Surcoreana

La República de Corea es una de las naciones asiáticas que ha presentado un notable crecimiento a nivel económico en las últimas décadas, siendo calificada por el Banco Mundial en el año 2012 como la quinceava economía del mundo; así mismo, después de la crisis asiática de 1997, el gobierno surcoreano optó por una política de promoción a la inversión extranjera, lo cual facilitó el acceso a los diferentes sectores del país y así incrementar sus niveles de producción (Instituto Coreano de Desarrollo, 2012).

Igualmente, según el Reporte Mundial de Inversión publicado por la UNCTAD, en la República de Corea para el año 2012 se contó con una Inversión Extranjera Directa (IED) equivalente a \$9.904 millones de dólares, lo cual influye sobre el nivel de desarrollo e innovación en los diferentes sectores económicos del país.

La República de Corea es considerada como uno de los tigres asiáticos, su Producto Interno Bruto alcanzó para 2012 una cifra de 1.130 billones de dólares (Banco Mundial, 2014), con un índice de crecimiento equivalente al 2%, igualmente, entre otros indicadores económicos dados por The Factbook (publicado por Central Intelligence Agency) cabe resaltar que su tasa de desempleo se ubicó en 3,2% y su tasa de inflación fue de 2,2%, lo cual muestra la fortaleza y estabilidad de su economía.

De otro lado, Colombia es uno de países latinoamericanos con mayor ritmo de crecimiento, siendo superado únicamente por Chile y México; su nivel de IED alcanzó los

\$15.823 millones de dólares para el año 2012 (United Nations Conference on Trade and Development, 2013), lo que ubicó a Colombia dentro del top 20 de economías receptoras de IED, y adicional a ello se destacó en este mismo año por ofrecer altas tasas de retorno sobre las inversiones, lo cual convierte al país en una opción atractiva de inversión para economías desarrolladas y en desarrollo que buscan crear nuevos capitales.

Colombia es un país que ha reforzado su economía en los últimos años y ha empezado a desarrollar políticas expansionistas y de integración económica, lo cual ha influido para mantener su economía en el top cinco de economías latinoamericanas.

Así mismo, según cifras del Banco Mundial su Producto Interno Bruto (PIB) para 2012 fue de aproximadamente 370 billones de dólares, con una tasa de crecimiento del 4,2%, ubicándose como la treintava economía del mundo. Igualmente, cabe mencionar que la tasa de desempleo en Colombia supera el 10% (Central Intelligence Agency, 2014), sumado a una inflación de 3,2% para el año 2012.

Tabla 1.

Comparativo economía colombiana-surcoreana

	País	Población (Millones)		PIB (Billones USD)		PIB per cápita (USD)		Ranking PIB a nivel mundial	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
	Mundo	6.966,0	7.046,0	70.442	71.920	10.112,26	10.207,21		
	Colombia	46,9	47,7	337	370	7.180,91	7.756,81	31	30
	República de Corea	48,8	50,0	1.115	1.130	22.871,79	22.600,00	15	15
Proporción (%)	Colombia	0,67	0,68	0,48	0,51	0,71	0,76		
	República de Corea	0,70	0,71	1,58	1,57	2,26	2,21		

Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Banco Mundial.

Es la anterior tabla comparativa es posible apreciar que la República de Corea es más productiva que la República de Colombia, pues aún cuando los dos países cuentan con una población similar en términos cuantitativos, el país asiático genera un PIB tres veces superior al del país latinoamericano, dando así un PIB per cápita superior al promedio mundial.

Tabla 2.**Exportaciones de la República de Corea al Mundo**

REPUBLICA DE COREA EXPORTA HACIA EL MUNDO		
Descripción del producto	VALORES EN MILES DE USD	
	2.011	2.012
Todos los productos	555.208.898	547.854.448
Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes;aparatos de grabaci	118.542.862	119.084.386
Vehiculos automoviles,tractores,ciclos,demas vehic .terrestres,sus part	67.096.998	70.074.094
Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecanicos.	59.658.652	58.979.883
Combustibles minerales,aceites minerales y prod.de su destilacion	53.088.429	57.492.603
Instrumentos,aparatos de optica,fotografia,cinematografia,medida,contr	36.499.242	37.611.611
Navegacion maritima o fluvial	54.133.104	37.828.429
Materias plasticas y manufacturas de estas materias	27.719.360	28.381.150
Productos quimicos organicos	22.468.839	23.284.736
Fundicion, hierro y acero	27.581.063	25.375.017
Manufacturas de fundicion, de hierro o de acero	11.690.016	12.467.431

Fuente: Formato y datos tomados de TradeMap.

Tabla 3.**Exportaciones de Colombia al mundo**

COLOMBIA EXPORTA HACIA EL MUNDO		
Descripción del producto	VALORES EN MILES DE USD	
	2.011	2.012
Todos los productos	56.953.516	60.273.618
Combustibles minerales,aceites minerales y prod.de su destilacion	36.489.143	39.617.936
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similare	3.033.537	3.652.433
Cafe, te, yerba mate y especias	2.665.457	1.964.992
Materias plasticas y manufacturas de estas materias	1.510.205	1.541.056
Plantas vivas y productos de la floricultura	1.260.038	1.278.532
Fundicion, hierro y acero	1.034.999	1.047.294
Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	873.745	880.443
Azucares y articulos de confiteria	878.090	770.747
Vehiculos automoviles,tractores,ciclos,demas vehic .terrestres,sus part	414.045	578.768
Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumeria,de tocador	489.615	527.237

Fuente: Formato y datos tomados de TradeMap.

De otro lado, Colombia ha mantenido un desarrollo en la industria textil, el subsector agrícola y el sector minero, siendo estos principalmente productos primarios, es decir, productos sin ningún tipo de transformación o valor agregado, que son altamente dependientes de los precios internacionales de los commodities, hecho que impacta directamente en el alcance de su Producto Interno Bruto, a diferencia, la República de Corea está centrada fundamentalmente en el desarrollo de las industrias tecnológicas y de telecomunicaciones.

Igualmente, según United Nations Comodity Trade, las exportaciones e importaciones de Colombia fueron de USD 60,27 billones y USD 58,08 billones respectivamente para el año 2012, mientras en la República de Corea las exportaciones fueron de 547,85 billones USD y la importaciones de 519,57 billones USD para el año 2012 (United Nations Comodity Trade, 2014), lo cual implica que tanto las compras como ventas del país asiático equivalen a aproximadamente nueve veces las del país latinoamericano, lo que representa una gran brecha entre estas dos economías.

Tabla 4.

Producción de Vehículos Ligeros

	País	Producción de Vehículos Ligeros (unidades)				
		2008	2009	2010	2011	2012
	Mundo	53.025.081	47.772.598	58.478.810	59.897.273	63.074.662
	Colombia	34.138	24.679	37.197	28.030	70.686
	República de Corea	3.450.478	3.158.417	3.866.206	4.221.617	4.167.089
Proporción %	Colombia	0,06	0,05	0,06	0,05	0,11
	República de Corea	6,51	6,61	6,61	7,05	6,61

Fuente: Elaboración propia. Datos tomados de Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA).

Entrando en la industria automotriz de los dos países para el año 2012, de acuerdo a los datos publicados por la Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, Colombia produjo alrededor de 70.700 unidades de vehículos ligeros, mientras que la República de Corea un aproximado de 4'170.000 unidades para el mismo periodo, alcanzando así una diferencia de producción de 4'099.300 vehículos, por lo que se puede deducir que el costo unitario de producción en la República de Corea es más bajo que en Colombia debido a sus economías a escala, lo anterior bajo el supuesto de producir vehículos de igual gama en ambos países.

Además, mientras en Colombia actualmente producen vehículos cuatro ensambladoras, Corea cuenta con una cantidad de al menos 12 ensambladoras/productoras, las cuales en su mayoría tienen una capacidad mayor de producción.

3.5. Industria Automotriz Colombiana

La cadena productiva de automotores y autopartes en Colombia comprende la actividad de ensamble de vehículos automotores y la fabricación de partes y piezas de vehículos utilizadas en el ensamble así como repuestos. Además involucra artículos producidos en otras cadenas productivas como las de metalmecánica, petroquímica (plástico y caucho) y textiles lo cual vuelve la cadena más grande y no sólo ofrece alternativas económicas a este sector, sino da soluciones laborales y creación de empleo en distintas áreas de la economía nacional. (Departamento Nacional de Planeación, 2011).

La industria automotriz en Colombia es una de las que cuenta con un mayor potencial de crecimiento, su rápido desarrollo y los constantes incrementos en la demanda de vehículos, hace que su expansión sea una de las mayores a nivel regional.

En vehículos ligeros la industria colombiana tuvo un crecimiento del 30% en ventas para el año 2011 (Proexport Colombia, 2012), generando un incremento de su participación en el mercado. Las empresas que más aumentaron sus ventas fueron Chevrolet, Renault, Hyundai y Kia, dado que fueron las marcas que ofrecieron más prototipos de vehículos ligeros y elegantes a precios moderados o asequibles, lo cual muestra que las marcas surcoreanas (en especial Hyundai y Kia) son aceptadas y están posicionadas en el mercado local.

3.5.1. Empresas Ensambladoras en Colombia

El mercado automotor colombiano sufre su demanda por medio de automóviles que son ensamblados dentro del territorio nacional, así como de vehículos que son fabricados en el exterior; entre los principales proveedores de automóviles, cabe resaltar la participación de países como México, República de Corea, China y Japón.

En términos numéricos – según las cifras proporcionadas por la CCA – en el año 2013, los vehículos de origen colombiano representaron el 34,3% del mercado nacional, y el restante 65,7% eran origen extranjero, situación que mostró una pérdida de participación de mercado por parte de las ensambladoras nacionales equivalente a un punto porcentual con relación al año 2012.

Igualmente, de la industria automotriz colombiana cabe resaltar que se compone de cuatro ensambladoras de automóviles: Compañía Colombiana Automotriz, General Motors Colmotores, Renault Sofasa y Toyota Hino, las cuales se describirán de manera general a continuación.

3.5.2. Compañía Colombiana Automotriz – CCA.

Marcas fabricadas: Ford, Mazda y Mitsubishi.

La empresa inició sus labores en los años 60, con pequeñas plantas de ensamblaje de Willys. En la década de los 80's, la compañía Mazda adquiere sus acciones y empieza a ensamblar algunas de las referencias que se vendían al mercado latinoamericano; posteriormente, se especializó en el ensamblaje de automóviles de gama media resaltando los modelos Mazda 3 y Mazda 6. La CCA también ensambló la referencia Allegro, la cual fue una de las marcas más reconocidas en el mercado nacional que se basaba en la larga generación Mazda Protegé.

Para el año 2007, la compañía tuvo problemas con el gobierno venezolano, debido a las cuotas impuestas para el ingreso de vehículos fabricados en el exterior, hecho que afectó gravemente a la empresa, puesto que cerca del 50% de su producción estaba destinado para la venta en Venezuela, sin embargo, tras algunos cambios comerciales que se realizaron en Colombia, la empresa continuó con sus actividades de ensamblaje y producción.

Actualmente y por problemas del mercado nacional, debido a firmas de tratados de libre comercio y otros beneficios que brinda el gobierno a los automóviles importados, la CCA decidió cerrar sus puertas y retirarse del mercado Colombiano, hecho que provocó la salida de más de 1.000 empleos directos que ofrecía la empresa a la economía colombiana.

3.5.3. General Motors Colmotores – GM Colmotores

Marcas fabricadas: Isuzu, Suzuki, Volvo y Chevrolet.

Se fundó en el mes de julio de 1956 como una empresa ensambladora de vehículos, buses, camiones, entre otros, que desde su creación ha ostentado una importante participación en el mercado nacional de vehículos, consolidándose como la empresa líder, específicamente con la marca Chevrolet, en donde se ha resaltado el lema: Chevrolet, siempre contigo, buscando ofrecer un portafolio global de marcas similares.

Su nomina cuenta con 1.600 empleados directos, los cuales trabajan día a día para cumplir con sus valores fundamentales que se enfocan en mejorar la satisfacción del cliente, el trabajo en equipo y la innovación.

3.5.4. Renault Sofasa

Marcas fabricadas: Renault.

Es una empresa ensambladora de vehículos con plantas de producción en Colombia, fundada en 1970, desde entonces se convirtió en una de las principales plantas de producción en la región. En el último periodo de tiempo “se ha enfocado en la renovación de su gama de productos, en la expansión al mercado andino y en la realización de importantes inversiones para la modernización de la planta y de los procesos productivos” (Renault Sofasa, 2013).

Igualmente, es una de las empresas que mayor generación de trabajo otorga a la población, actualmente posee una planta que emplea cerca de 2.000. La empresa resalta que tiene como fundamento que “el crecimiento va de la mano de la gente, de los proveedores y de la innovación tecnológica”. Actualmente Renault SOFASA, para enfrentar la competencia del nuevo mercado que se está abriendo en Colombia, se centra en la producción de una sola referencia de vehículos, produciendo actualmente para la región la Renault Duster.

3.5.5. Hino Motors Manufacturing S.A.

Marcas fabricadas: Hino – Grupo Toyota.

“Toyota Motor Corporation tiene desde 1998 el 51,2% de Daihatsu y desde 2001 compró el 50,1% de las acciones de Hino. Esta valiosa relación comercial inició en 1.968 cuando Hino comenzó a producir los productos Toyota, adquiriendo así la experiencia en procesos de ensamble, métodos de fabricación y de tecnología” (Hino Colombia, 2009).

La compañía se estableció en Colombia en el año 1994, la cual se encuentra especializada en el ensamblaje de camiones bajo la marca Toyota, marca que es bien aceptada igualmente por el mercado colombiano de vehículos ligeros, puesto que se enfocan en ofrecer vehículos de alta calidad que a su vez son amigables con el medio ambiente.

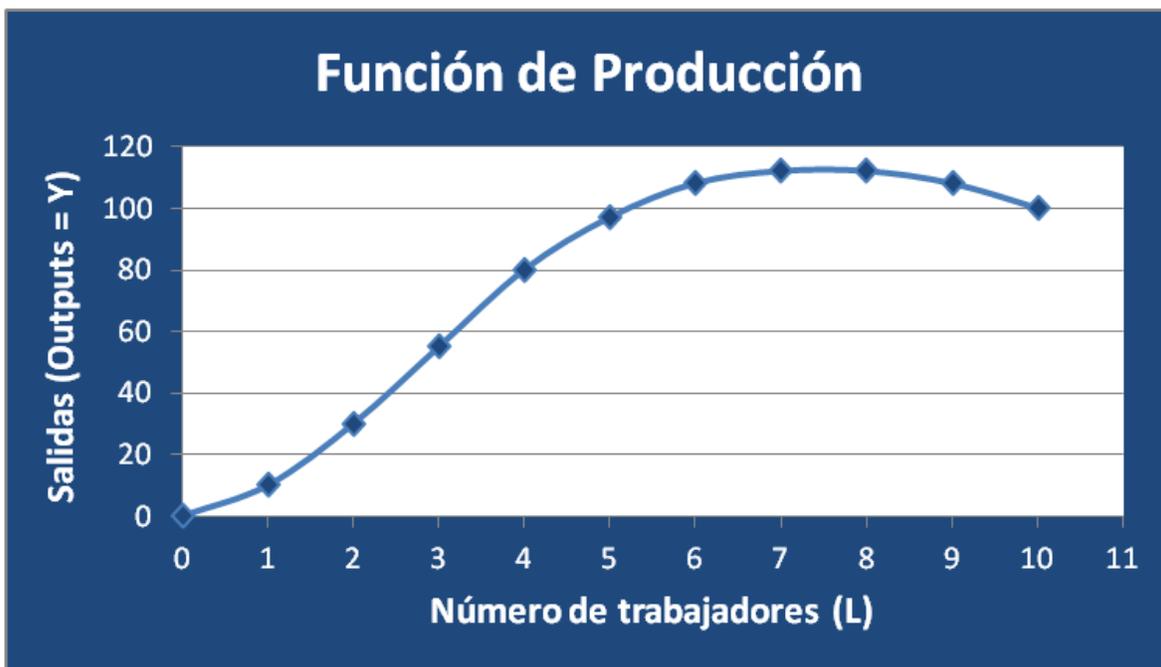
3.6. Costos de producción

Representan la cantidad monetaria en la que una empresa incurre para producir los bienes o servicios que comercializa, esto para las industrias automotrices surcoreana y colombiana son principalmente los costos de mano de obra, costos de capital (maquinaria, insumos, etc.), que en palabras de Gregory Mankiw (2012) es “el valor de todo aquello a lo que debe renunciar un productor para producir un bien”.

3.7. Función de Producción

“La función de producción se entiende como la relación entre la cantidad de factores utilizados para producir un bien y la cantidad producida de ese bien”.

(Mankiw, 2012)

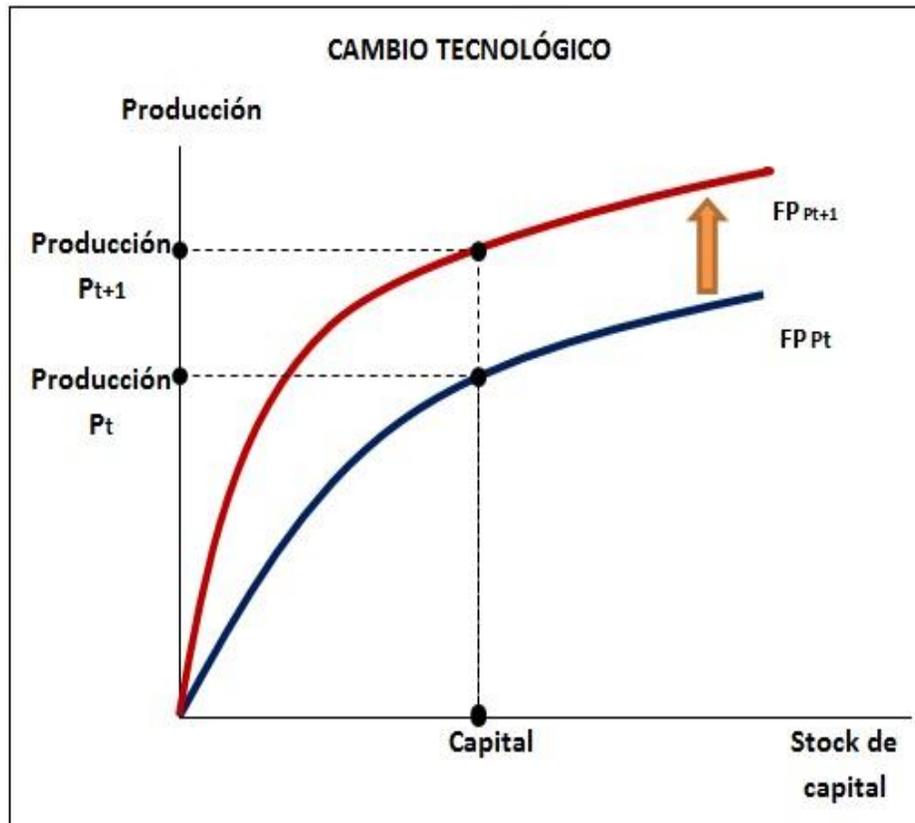
Figura 2.***Función de Producción***

Fuente: Adaptado de Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía* (p. 223), Séptima Edición. Madrid.: Pearson Prentice Hall.

De acuerdo a la anterior figura se observa que a mayor número de trabajadores, hay un mayor nivel de producción, sin embargo, el nivel de salidas o “outputs” se satura en algún punto haciendo que se llegue al nivel óptimo de trabajadores para tener la mayor cantidad de producción.

Por otro lado, esta función de producción se ve afectada cuando ocurre un cambio tecnológico, puesto que con este la empresa poseerá la capacidad de producir más unidades necesitando una menor o igual cantidad de mano de obra, dependiendo de los rendimientos a escala que presente dicha función, situación que se aprecia en la siguiente figura.

Figura 3.
Cambio Tecnológico



Fuente: Adaptado de Cooper, R., & John, A. (2013). Macroeconomics: Theory through applications. Obtenida el 15 de enero, 2014 de: http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/2498?e=coopermacro-ch16_s15

Es importante resaltar que el aspecto tecnológico es uno de los componentes que más influye en la diferencia de cantidades de automóviles producidos por la industria colombiana y la industria automotriz surcoreana, hecho que afectará a los productores colombianos, puesto que la capacidad de producción del país asiático es 59 veces mayor, haciendo que sus costos medios de producción (costo total de producción dividido entre las cantidades de automóviles fabricados) sean menores y por ende el precio de mercado de sus productos.

3.8. Economías a escala

Según la definición propuesta por Gregory Mankiw en su libro de principios de economía, las economías a escala son:

“Propiedad por la que el coste total a largo plazo disminuye conforme se incrementa la cantidad de producción”.

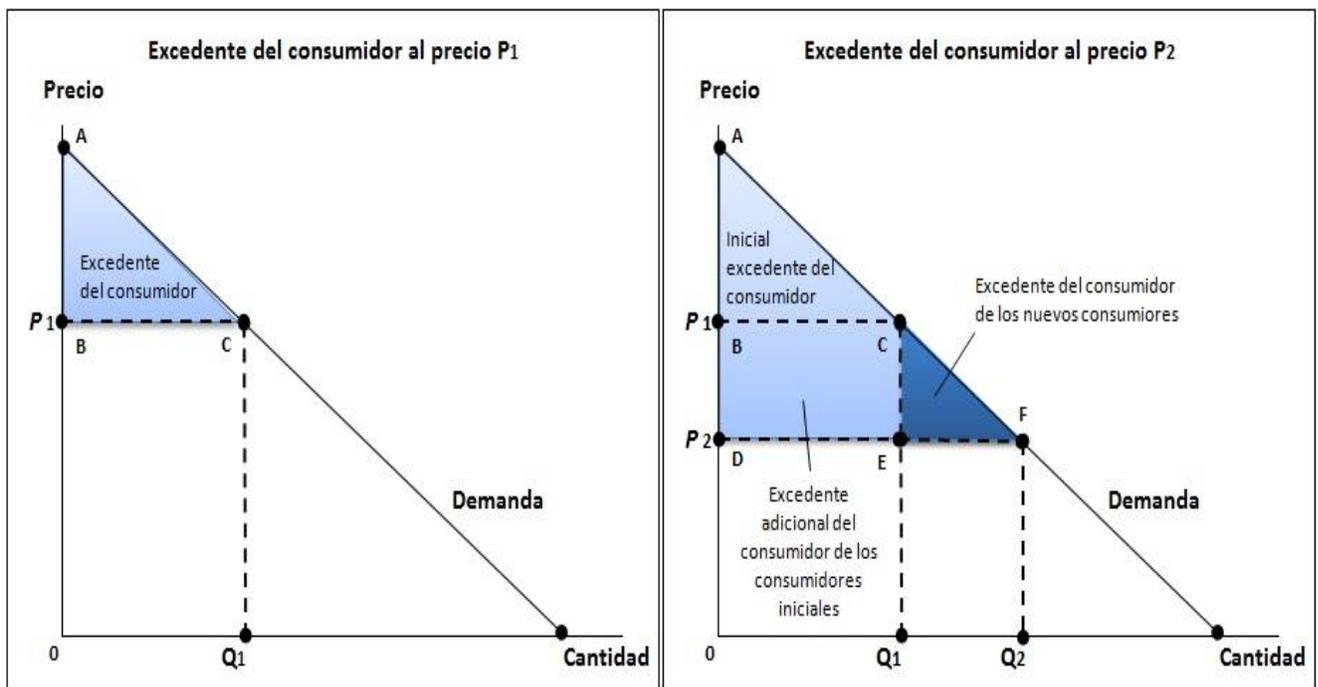
Según lo anterior, se puede entender el concepto de economías a escala como “las ventajas en términos de costes que una empresa obtiene gracias a la expansión y buenas sinergias que ésta haya aplicado a su entorno competitivo” (Andrade, 2014).

Al aplicar estos conceptos en las industrias automotrices colombiana y surcoreana, se observa que la producción de este último en automóviles es 59 veces mayor a la producción de Colombia, lo cual implica que la industria de la República de Corea incurre en menores costos unitarios de producción, por lo cual sus precios de mercado son más bajos en comparación con los colombianos.

3.9.Excedente del Consumidor.

Sobre el excedente del consumidor se dice que “mide el grado de mejora del bienestar que obtienen los individuos en su conjunto por poder comprar un bien en el mercado, mostrando la diferencia entre la cantidad máxima que está dispuesto a pagar un consumidor por un bien y lo que paga realmente.” (Pindyck & Rubinfeld, 2009).

Llevando lo anterior a la figura 4, el excedente del consumidor equivale al área comprendida entre los puntos ABC, puesto que hay compradores dispuestos a pagar precios superiores a los dados por el mercado, lo que les permite obtener un ahorro o beneficio económico de la situación actual, dado esto, cuando el nivel de precios disminuye genera que más consumidores se beneficien, puesto que se atiende a un segmento más amplio de mercado con precios más competitivos, y el bienestar total para los compradores se incrementa, como se observa en el área comprendida por los puntos ADF.

Figura 4.***Cambio en el excedente del consumidor***

Fuente: Adaptado de Mankiw, G. (2012). *Principios de economía* (p. 140), Sexta Edición. México D.C.: Cengage Learning Editores.

Según lo anterior, se esperaría que el excedente del consumidor colombiano aumentara, dado que nuevas marcas/referencias de automóviles provenientes de la República de Corea ingresarán al territorio nacional, las cuales tendrán un menor precio de venta con respecto a los precios nacionales, debido a la disminución gradual del arancel del 35% que actualmente se grava sobre los vehículos de origen surcoreano.

3.10. Excedente del Productor

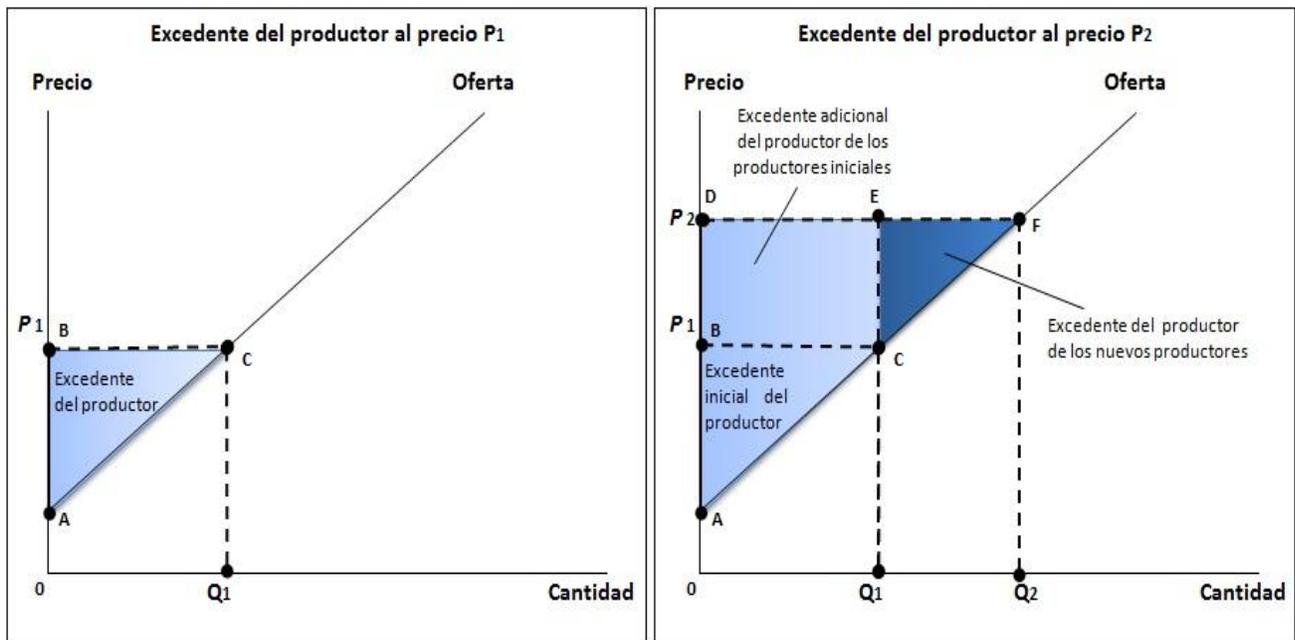
En palabras de Pindyck & Rubinfeld (2009) el excedente del productor se define como la suma de la diferencia entre el precio de mercado del bien y el costo marginal de producción en todas las unidades producidas.

Dado lo anterior, se dice que el excedente del productor equivale al beneficio contable obtenido, que en la figura 5 representa el área comprendida entre los puntos ABC. Así mismo,

cuando se genera un incremento en el nivel de precios, el excedente del productor aumenta, permitiendo que un mayor número de oferentes – con costos marginales más altos – se beneficien de los nuevos precios de mercado.

Figura 5.

Cambio en el excedente del productor



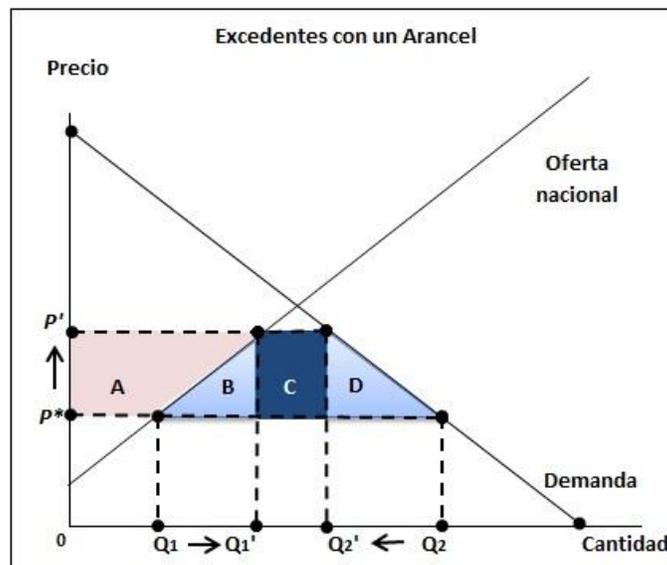
Fuente: Adaptado de Mankiw, G. (2012). *Principios de economía* (p. 144), Sexta Edición. México D.C.: Cengage Learning Editores.

En contraste con la situación ilustrada, en Colombia el excedente del productor también se verá afectado, pero de forma negativa, no sólo porque deberán asumir y competir con menores precios de los automóviles provenientes de la República de Corea, sino también porque en el mercado nacional habrá una mayor oferta de vehículos y los consumidores tendrán más opciones para elegir, obligando a los productores colombianos a disminuir su precio de venta, sin embargo, no será un proceso que se realice inmediatamente, debido a que estos cuentan con costes – unitarios – mayores de producción.

3.11. Interacción excedentes con presencia de un arancel

Figura 6.

Excedentes al imponer un arancel



Fuente: adaptado de Krugman, P. & Wells, R (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía* (p. 451). Barcelona: Reverté S.A.

La anterior figura muestra cómo los consumidores se ven perjudicados cuando se impone un arancel sobre las importaciones, puesto que afecta directamente a la subida de los precios y por consiguiente su excedente se reduce, situación que en la figura está representada por la zonas A+B+C+D. Por otro lado, el excedente del productor se incrementa en la cuantía representada por el área A, y el gobierno se convierte en receptor de los gravámenes arancelarios – zona C. En términos generales, se presenta un trade off entre los excedentes consumidor – productor y el gobierno toma una participación activa en los intercambios, que a su vez, al imponer el cobro de arancel genera una pérdida irrecuperable de la eficiencia – área B+D.

Dado lo anterior, con la entrada en vigencia del TLC con la República de Corea, mediante la reducción y eliminación de los aranceles se verían beneficiados los consumidores, debido a que estos encontrarán precios de mercado más bajos, mientras que los productores nacionales deberían enfocarse en la reducción de sus costes para poder continuar operando, sin perjudicar de forma significativa sus excedentes.

4. Marco metodológico

Se realizó un estudio exploratorio con tendencia al manejo cualitativo, es decir se buscó obtener una respuesta determinada del problema de investigación planteado en un inicio, este método también fue usado, toda vez que, por medio del uso de este se pudo obtener un grado de certeza de la información reunida, es decir que la información es confiable en un mayor grado.

Para el primer objetivo específico se realizaron encuestas a consumidores¹⁰, entrevistas a productores¹¹ y comerciantes¹² y personas pertenecientes al gobierno, con el fin de conocer las percepciones que estos actores tienen con relación al Tratado de Libre Comercio con la República de Corea. Igualmente se recopiló información secundaria por medio de fuentes como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de Colombia, para determinar el impacto que este Tratado surtirá sobre el Estado¹³ y los actores mencionados con anterioridad.

Para el segundo y tercer objetivo específico se tuvieron en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas e información secundaria, para identificar las estrategias pertinentes que hacen frente tanto a las amenazas como oportunidades derivadas del análisis previo de la matriz DOFA en donde se compararon la industria automotriz colombiana y la surcoreana.

¹⁰Personas que cuenten con el poder de compra para adquirir vehículos ligeros o de gama media.

¹¹Empresas que se encargan de ensamblar vehículos ligeros en el territorio nacional.

¹²Intermediarios entre empresas ensambladoras y productoras nacionales e internacionales de vehículos ligeros quienes venden estos productos a los consumidores finales.

¹³Encargado de poner barreras arancelarias y no arancelarias.

5. Presentación y análisis de resultados

5.1. Análisis encuestas a consumidores

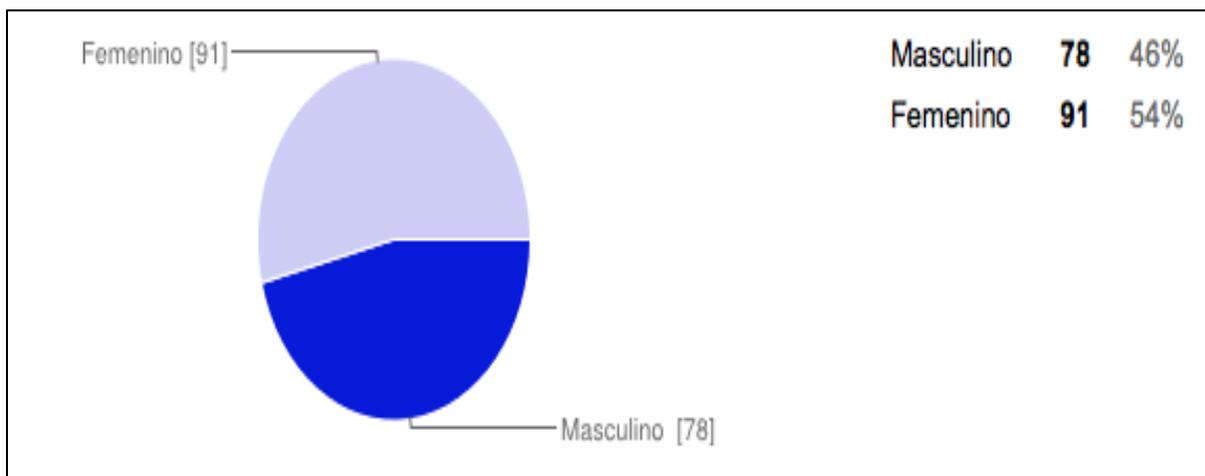
En razón de dar respuesta al objetivo número uno del proyecto de investigación, se realizó una encuesta dirigida a los compradores de vehículos a nivel nacional, destacando las ciudades de Bogotá, Cali y Cúcuta, en donde se tomó un margen de error del 5% y una muestra representativa de más de 160 personas encuestadas (ver en anexos 2 formato de encuesta).

A continuación se presentan los resultados de cada pregunta realizada en la encuesta, y con su análisis correspondiente:

- **Género**

Figura 7.

Género personas encuestadas.



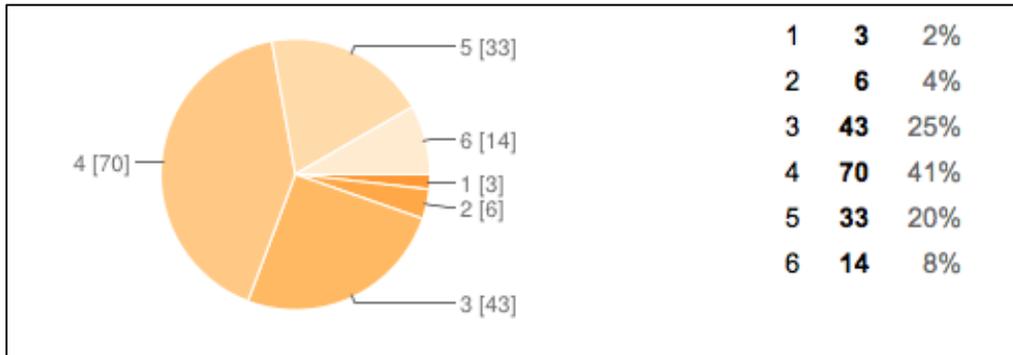
Fuente: Elaboración propia.

De las 169 encuestas realizadas, se observa que la mayoría de personas encuestadas son de género femenino, sin embargo, su participación relativa es superior en sólo cinco puntos porcentuales, por lo que se podría afirmar que hubo una muestra con tendencia simétrica en cuanto al género de los encuestados.

- **Estrato socio- económico**

Figura 8.

Estrato socio-económico



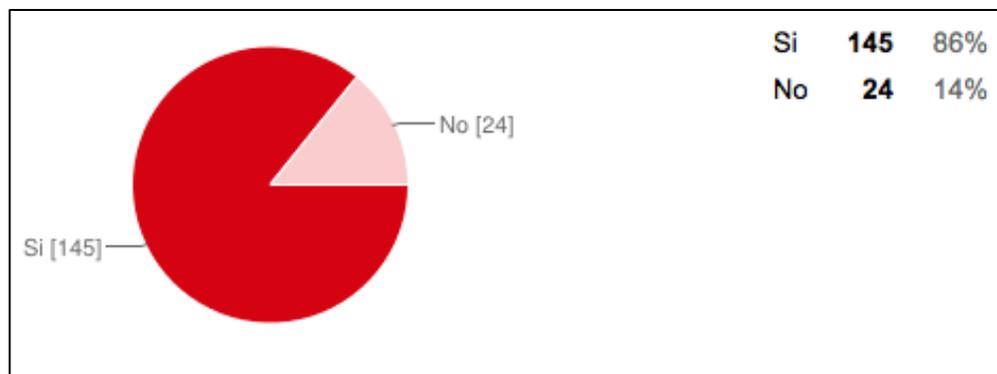
Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados arrojados por la encuesta se observa que el 86% de la muestra está compuesta por personas que pertenecen a los estratos 3, 4 y 5, por lo tanto, son personas que se encuentran en el público objetivo de estudio, debido a que se consideran personas con poder adquisitivo medio y medio – alto, con capacidad de compra suficiente para adquirir vehículos gama media.

- **¿Usted tiene carro o tiene la intención de comprar uno a corto plazo?**

Figura 9.

Encuestados con vehículo o la intención de comprar uno a corto plazo



Fuente: Elaboración propia.

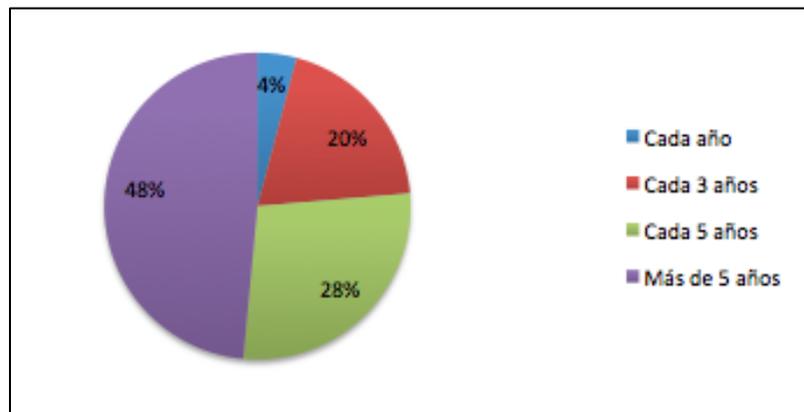
De la muestra inicial de 169 personas, 145 encuestados (cifra que equivale al 86% de la muestra) dijeron tener carro o la intención de comprar uno en el corto plazo, lo cual era importante de determinar para clasificar las encuestas totales de acuerdo a este elemento, dado que el foco de la investigación se centra en aquellas personas que se podrían ver beneficiadas a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio con la República de Corea.

Por otra parte, de acuerdo a la cantidad de personas que respondieron “Si” a esta pregunta se considera que la muestra es representativa, teniendo en cuenta que se pretendía realizar un estudio con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

- **¿Con qué frecuencia cambia usted de carro?**

Figura 10.

Frecuencia cambio de automóvil



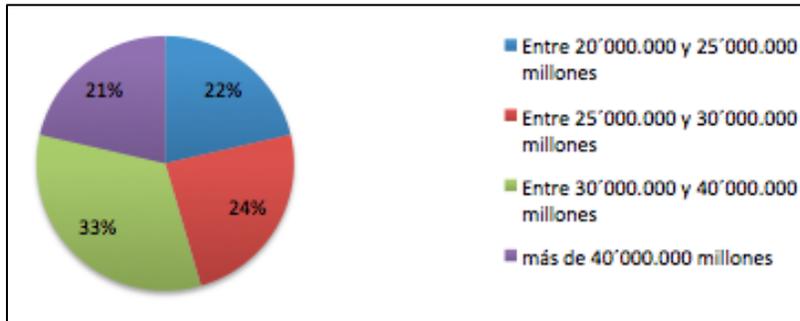
Fuente: Elaboración propia.

A partir de las 145 encuestas en las que los consumidores contestaron que si tenían carro o la intención de comprar uno, se observó que el 76% de estos encuestados cambiaba de carro cada cinco años o más, por lo que los compradores de vehículos de gama media se verían beneficiados en periodos de tiempo no tan cortos, sino en periodos más moderados, a consecuencia de los precios más competitivos que se espera habrá en el mercado nacional dada la reducción paulatina de aranceles (a consecuencia de la puesta en marcha de los Tratados de Libre Comercio en especial con la República de Corea).

- **¿Qué precio está dispuesto a pagar por un carro? (en pesos colombianos)**

Figura 11.

Disposición de precios a pagar



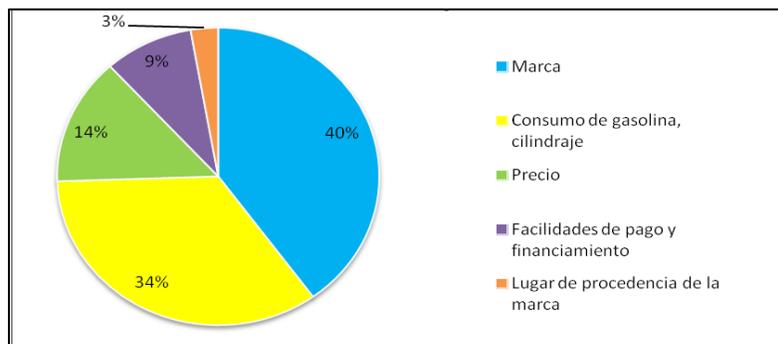
Fuente: Elaboración propia.

Para analizar la disposición del precio a pagar por un vehículo gama media se tuvo en cuenta únicamente la muestra de 145 encuestados en las que los consumidores contestaron que si tenían carro o la intención de comprar uno, en donde se obtuvo que el 53% está dispuesto a pagar entre \$30'000.000 y \$40'000.000 de pesos, lo cual implica que la mayoría de las personas está dispuesta a pagar un precio por un vehículo de gama media y media- alta. De lo anterior se deduce que para la mayoría de personas el precio no es uno de los factores más importantes en el momento de realizar la compra de un carro.

- **¿Para usted cuál es el factor clave al momento de comprar un carro?**

Figura 12.

Temas claves para comprar un vehículo



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la muestra encuestada, la marca y el consumo de gasolina son los dos elementos claves en el proceso de compra de un vehículo dado que en conjunto representan el 74% de frecuencia relativa, hecho que resta importancia a factores como precio y facilidades de financiamiento.

En cuanto a la marca del vehículo – como se verá más adelante – se observa una asociación directa con el componente de calidad del vehículo, y que a su vez está relacionado con el reconocimiento y posicionamiento que tiene la marca en la mente de los consumidores, lo cual se encuentra vinculado al grado de confianza y credibilidad atribuidas a este factor en general y no exclusivamente al producto en particular.

Por otro lado, según el Ranking realizado en 2013 por la herramienta Bloomberg, el precio por galón de gasolina comercializado en Colombia se ubicó US\$1,29 por debajo del precio promedio del estudio, el cual tomó en cuenta el valor por galón que pagan los consumidores finales en 61 economías; según este enfoque de precio, Colombia se situó en la posición número 46.

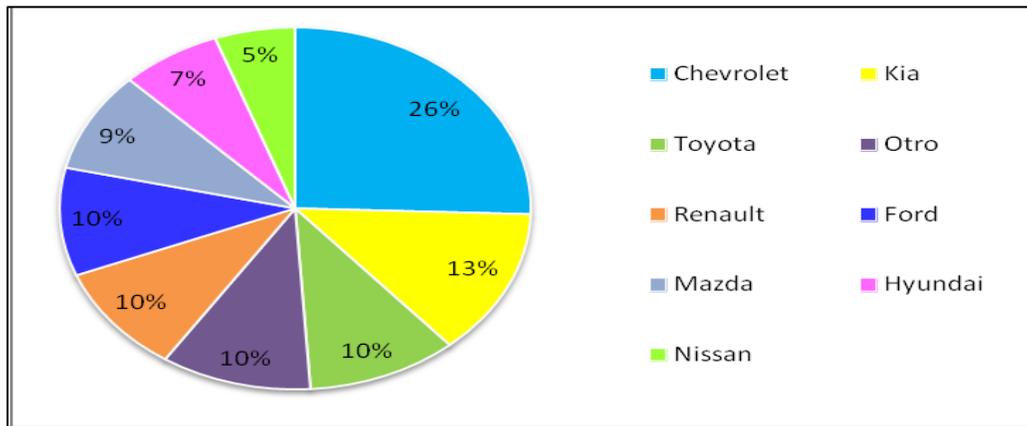
A pesar de lo anterior, el país latinoamericano ocupó el doceavo puesto en la relación “precio galón / ingreso promedio diario” (ver en *price at the pump*), por esta razón es que el gasto en un galón de gasolina representaba el 21% de los ingresos diarios de una persona en Colombia.

Dicha situación – como se ve reflejado en la encuesta a consumidores– influye en el proceso de decisión de compra de un vehículo, debido a que representa un gasto variable asociado con la adquisición del producto, hecho que es fundamental especialmente con relación a los vehículos gama media que son comprados (generalmente) por personas con poder adquisitivo moderado.

- ¿Cuál marca prefiere a la hora de comprar?

Figura 13.

Preferencia de marcas



Fuente: Elaboración propia.

Las marcas Chevrolet, Kia y Toyota representan en conjunto el 49% de las marcas preferidas por parte de los 145 encuestados que tienen carro, situación que disminuye en sólo un punto porcentual al contar con la muestra total de 169 encuestas, lo cual indica que estas tres marcas (una de ellas surcoreana: Kia) no sólo cuentan con gran participación en el mercado colombiano sino también aceptación y posicionamiento en la mente de los consumidores.

De igual forma es importante resaltar que existe una distribución relativamente equitativa de preferencias entre las diferentes marcas, a excepción de Chevrolet, que cuenta con un 26% de favoritismo, ubicándose como la marca líder en el mercado colombiano.

Lo anterior se sustenta de acuerdo a los resultados generados en el estudio que realizó la firma Babel Group, en donde la marca con mayor nivel de influencia en el mercado de automóviles a nivel nacional es Chevrolet con una participación del 26,7%, seguido por las marcas Renault y Mazda. En dicho estudio también se destacaron dos marcas surcoreanas: Hyundai y Kia, las cuales ocuparon los puestos seis y siete respectivamente.

Para reafirmar lo anterior, de acuerdo a la información publicada por la revista Motor, las marcas líderes en la venta de vehículos en Colombia para 2013 fueron: Chevrolet, Renault, Kia

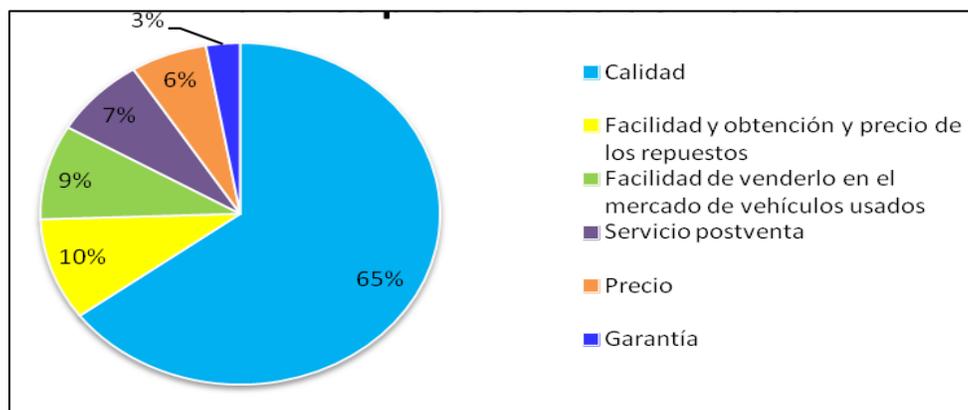
y Hyundai, en donde se aprecia una notable participación de esta primera al alcanzar los 74.072 vehículos.

Finalmente, entre otras marcas sugeridas por los encuestados se encuentran Fiat, Volkswagen y Suzuki, sin embargo su participación no tuvo representatividad a diferencia de Renault y Ford en donde cada una significó un 10% entre los encuestados.

- **¿Por qué prefiere usted una marca con respecto a otra?**

Figura 14.

Razones de preferencia de marca



Fuente: Elaboración propia.

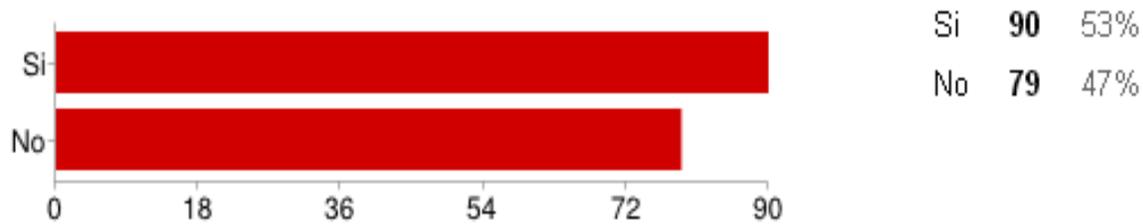
La calidad es considerada por la mayoría de los encuestados (65%) como la razón principal en la preferencia de una marca con respecto a otra, seguida de lejos por otras razones como la facilidad en la obtención y precio de los repuestos (10%). Dada la anterior situación se deduce que la percepción y características/calificaciones de calidad son determinantes en la compra de un vehículo de gama media y es el aspecto al cual deben apelar las marcas con el fin de superar a sus competidores, en contraste con el elemento precio, que según los encuestados no representa el componente diferenciador.

- **¿Sabe usted la procedencia de las siguientes marcas?**

Para esta pregunta, se hace un análisis diferenciado por marca, puesto que aunque todas son surcoreanas, tienen diferente reconocimiento en el país.

Figura 15.

Conocimiento de procedencia - Kia

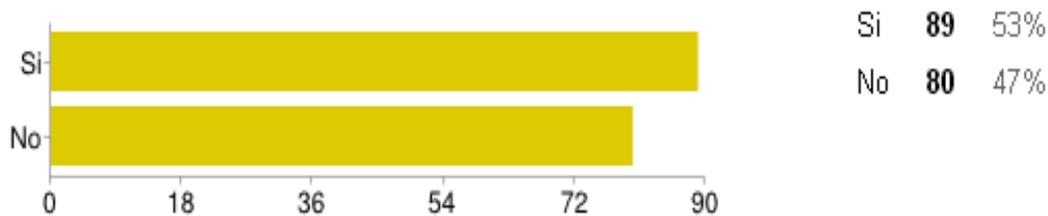


Fuente: Elaboración propia.

Para la procedencia sobre la marca de automóviles Kia, el 53% de las personas respondió que si, mientras el 47% respondió que no, indicando que aunque Kia ya tiene reconocimiento en el mercado Colombiano, para esta muestra solo la mitad de las personas conocen su procedencia y algunos no se encuentran seguros si la marca es surcoreana o japonesa.

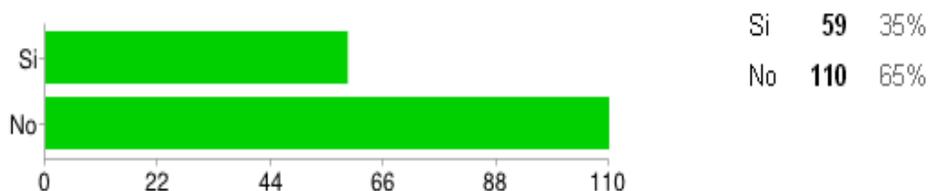
Figura 16.

Conocimiento de procedencia - Hyundai



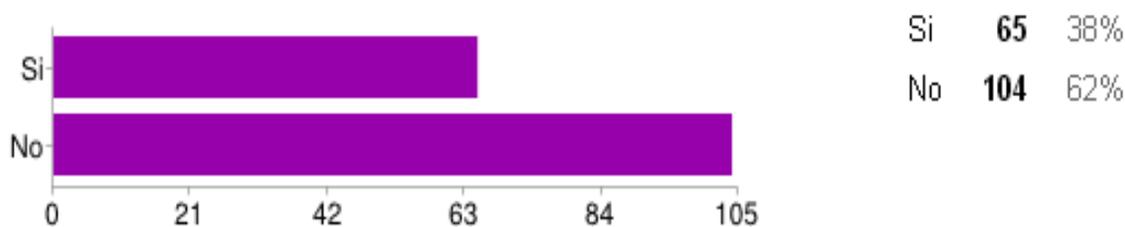
Fuente: Elaboración propia.

Para esta marca se debe aclarar que aunque se maneja como marca diferente, hace parte del conglomerado Kia-Hyundai, lo cual la convierte en una empresa con reconocimiento similar a Kia, dado que el 53% de los encuestados reconocen su procedencia y aciertan en que es surcoreana mientras el 47% no la reconocen.

Figura 17.***Conocimiento de procedencia - Daewoo***

Fuente: Elaboración propia.

Para la marca de automóviles Daewoo, tan solo el 35% de los encuestados creen conocer su procedencia la cual es la República de Corea, y se comprobó que no se encuentran seguros en razón de que se nombran otros países como EEUU y Japón, mientras el 65% afirman no conocer el lugar de origen de dicha marca, convirtiéndose en la que tiene menor reconocimiento de procedencia entre las marcas relacionadas en la encuesta.

Figura 18.***Conocimiento de procedencia - Ssang Yong***

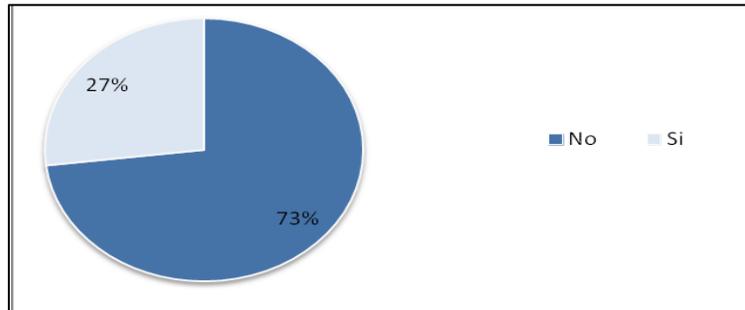
Fuente: Elaboración propia.

Para esta marca de automóviles, aunque el 38% de los encuestados dice conocer su lugar de origen el cual es la República de Corea y el 62% no lo conoce, se encontró que dicha marca está asociada a empresas Europeas y algunas de sus carrocerías son producidas por Mercedes Benz, lo cual se prevé confundió a los encuestados que en algunos casos dijeron que era de procedencia Alemana.

- **¿Tiene usted o ha tenido un carro de marca surcoreana?**

Figura 19.

Cientes marcas surcoreanas



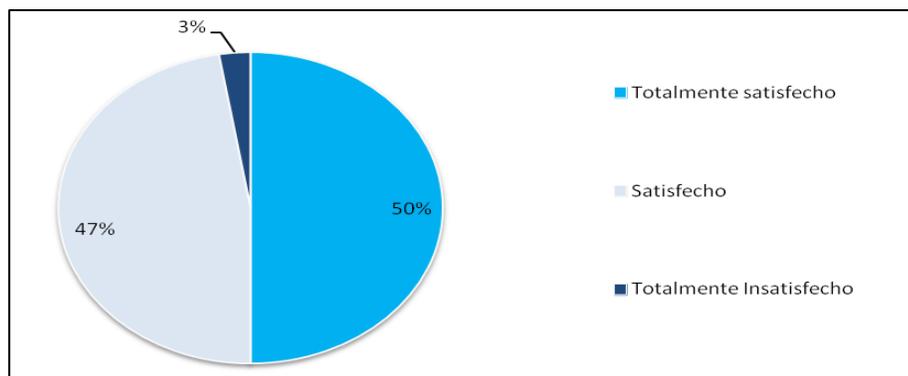
Fuente: Elaboración propia.

Como es posible observar, sólo el 27% de los encuestados respondieron tener o haber tenido un carro surcoreano, lo cual se explica por el hecho de que algunos consumidores no tienen claro el país de procedencia de ciertas marcas, como se pudo observar en el análisis de la pregunta número siete.

- **Si tiene o ha tenido carro de marca surcoreana, califique su nivel de satisfacción con relación a su desempeño:**

Figura 20.

Grado de satisfacción con marcas surcoreanas



Fuente: Elaboración propia.

Partiendo de 39 encuestados (27% de la muestra objeto de estudio) que respondieron tener o haber tenido un vehículo procedente de la República de Corea, se encontró que la mayoría (97%) está satisfecho con relación al desempeño de dichos automóviles y sólo el 3% mostró total insatisfacción, por lo que se infiere que las marcas surcoreanas son aceptadas de acuerdo al desempeño del automóvil y a la experiencia de las personas que calificaron su nivel de satisfacción.

Justifique su respuesta:

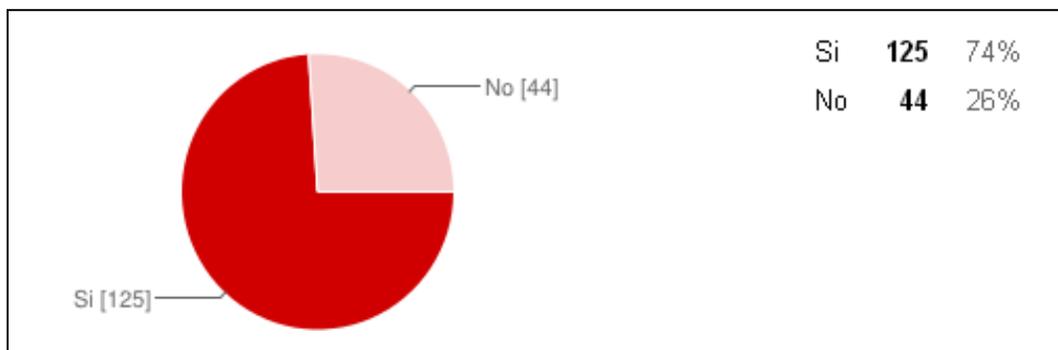
Al preguntar a los encuestados sobre la justificación de la pregunta anterior, se encontró que en su mayoría se encontraban satisfechos con estos carros denominados de gama media y se basaban en elementos tales como los precios, su tecnología, su mecánica, facilidad con los repuestos y la economía en el consumo de gasolina. Pero también se encontró que unos pocos encuestados no se encontraban satisfechos con vehículos de origen surcoreano y mostraban su disgusto respecto a estas marcas debido a que según sus argumentos, en algunos casos se presentan fallas técnicas en el motor y el servicio post venta tenía deficiencias.

Nota: Para las siguientes preguntas se tiene en cuenta la muestra total, es decir todas las personas que respondieron a la pregunta número uno tanto con un SI como con un No.

- **¿Considera usted de buena calidad las marcas surcoreanas?**

Figura 21.

Precepción de calidad de marcas surcoreanas



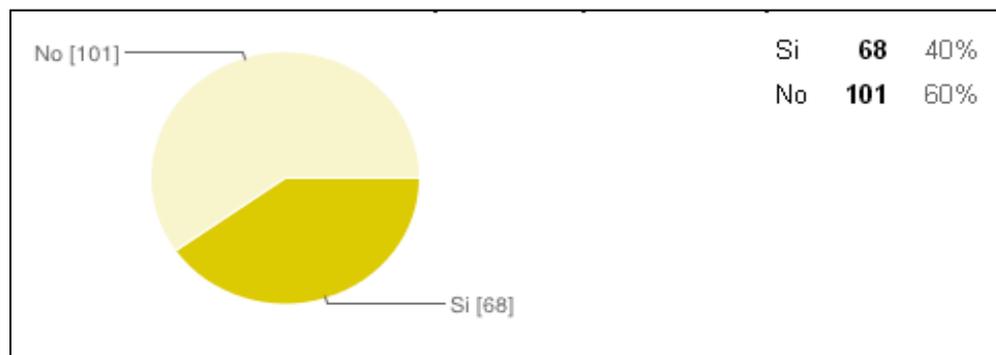
Fuente: Elaboración propia.

Para esta pregunta, se tuvo en cuenta el total de las personas encuestadas (169). Según la pregunta sobre la consideración de buena calidad de las marcas Coreanas, se encontró que el 74% de los encuestados creen que dichas marcas son de muy buena calidad y suelen ser competitivas en el mercado, mientras el 26% dijo no tener buenas referencias, de lo cual se concluye hay un alto porcentaje de credibilidad en las empresas de automóviles de la República de Corea con relación a su calidad.

- **¿Conoce usted los beneficios que traerá para los compradores de vehículos el TLC con la República de Corea?**

Figura 22.

Conocimiento beneficios derivados del TLC con la República de Corea



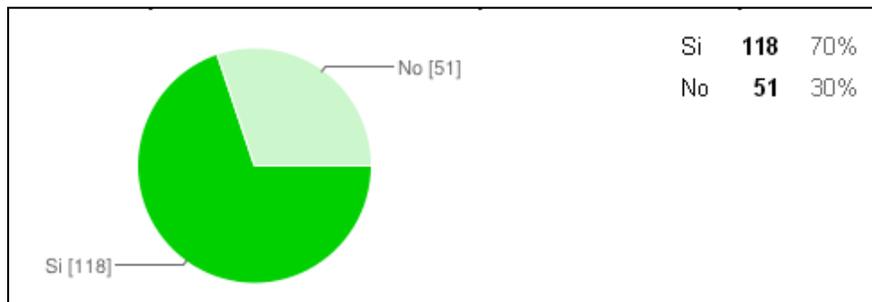
Fuente: Elaboración propia.

Al ser consultados sobre si conocían los beneficios que trae para los compradores de carros el TLC con la República de Corea, la respuesta mayoritaria fue No con un 60%, mientras las personas que dicen tener algún tipo de conocimiento sobre el tema se queda en 40%. A partir de lo anterior se concluye que se deberán hacer campañas informativas y promocionales que proporcionen un mayor conocimiento sobre dicho tratado.

- **Al reducir el precio de los vehículos dado por el TLC con la República de Corea, ¿aumentaría usted la compra de dichas marcas?**

Figura 23.

Aumento en compra de marcas surcoreanas vía reducción precios



Fuente: Elaboración propia.

Según la totalidad de los encuestados, se aumentará la compra de automóviles debido a que el 70% respondió favorablemente al aumento de compra de vehículos, mientras el 30% respondió que seguiría igual o no los compraría. De dichos datos se concluye que con una reducción en los precios de los automóviles, aparentemente se aumentaría su demanda, trayendo consigo mayor competencia entre importadoras y ensambladoras.

13- ¿Tiene alguna idea de lo que puede suceder a la industria automotriz colombiana por la firma de los diferentes tratados de libre comercio?

A continuación se muestran las diferentes opiniones de los compradores de vehículos con respecto a la pregunta anterior.

A favor: según la encuesta, se encontró que las personas consideran que la firma del TLC con la República de Corea, traerá beneficios para la industria automotriz colombiana debido a un aumento en la competencia, igualmente los precios empezarán a verse reducidos notoriamente. Por otro lado el mercado de ensambladoras nacional tendrá que desarrollar mejores productos para competir con las marcas importadas que entren al país, generando evolución en la producción de vehículos. También se prevén nuevos puestos laborales, debido a que se considera

posible el aumento en la venta de vehículos, para lo cual se expandiría el sector de concesionarios y almacenes especializados en el tema.

En contra: se encontró que la mayoría de personas considera que con la entrada del TLC con la República de Corea, las ensambladoras nacionales no tendrán oportunidad de competir en costos y se verán en la obligación de cerrar sus fábricas o emigrar a países vecinos que ofrezcan mayores garantías, lo cual sería riesgoso para la economía en general teniendo en cuenta que la pérdida de empleos sería alta y afectaría la tasa de desempleo nacional. Por otro lado, al competir en precios las ensambladoras podrían entrar en la dualidad de calidad-precio, con el fin de ser más competitivos en el mercado.

Análisis: A partir de la concepción que tienen los encuestados sobre la entrada en vigencia de los diferentes TLC's, en especial el suscrito con la República de Corea, se concluye que algunos consumidores no tienen clara la situación actual de la industria automotriz colombiana, puesto que estos dijeron que las ensambladoras desarrollarán mejores vehículos, hecho que es difícil de llevar a cabo, teniendo en cuenta que las empresas establecidas dentro de la industria en cuestión sólo se encargan de ensamblar, mas no realizan otros procesos como lo son la creación y desarrollo del diseño del vehículo. Por tal razón es arriesgado afirmar que se disminuirá la calidad de los vehículos elaborados por las ensambladoras, por el contrario, al entrar en vigencia los TLC's, las diferentes marcas podrán ofrecer una mayor variedad de productos y así evitar en el largo plazo caer en una competencia por precio.

Por otro lado, se encontró que hay encuestados que tienen una visión acertada de lo que posiblemente le sucederá a las ensambladoras colombianas con respecto a la competencia en precios, siendo causante de que muchas de estas no puedan sostener sus costos, situación que causaría probablemente que decidan emigrar a otros países de la región. Así mismo, los consumidores tienen presente que se verán beneficiados debido a la reducción en los precios de los vehículos, hecho que es claro no sólo por la reducción gradual del arancel del 35% sobre los automóviles importados, sino también debido a una mayor cantidad de alternativas en la oferta de vehículos.

5.1.1. Conclusiones encuestas a consumidores

A partir de la encuesta realizada se puede concluir sobre varios aspectos que afectarán a los consumidores tanto de manera positiva como negativa a causa de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con la República de Corea, dado esto, a continuación se expondrán diferentes argumentos sobre los resultados arrojados en la investigación.

Según el informe del BBVA sobre la situación automotriz, “Colombia aumentará a 3.5 millones de vehículos para el año 2020”, lo cual implica doblar la cifra de vehículos que actualmente transitan en el territorio nacional. Al aplicar lo anterior a la encuesta realizada, es importante resaltar que existen algunos elementos que podrían desacelerar el aumento esperado en la demanda de vehículos, tales como el continuo aumento en los precios de los combustibles y la precaria infraestructura en carreteras nacionales, lo cual puede generar un efecto negativo en la compra de nuevos vehículos, independientemente del precio que estos tengan, pues como se observó en el análisis de la pregunta “aspectos que influyen en la compra de un vehículo” el tema del consumo de gasolina ocupa el segundo lugar de importancia.

Por otro lado, la entrada en vigencia de los diferentes TLC's que se han suscrito traen consigo beneficios para los consumidores, como contar con una gama más amplia de opciones y adquirir vehículos importados a precios más competitivos, dada la reducción gradual del 35% de arancel. Así mismo, con relación al TLC con la República de Corea se apreciaría un aumento en la demanda de vehículos provenientes de dicho país, debido a que algunas de las marcas surcoreanas como Hyundai y Kia se encuentran ya posicionadas en el mercado nacional y que a su vez son reconocidas por ofrecer vehículos de buena calidad, aspectos que según los encuestados son dos puntos claves al momento de adquirir un vehículo.

Por último, es importante resaltar que aún cuando marcas como Chevrolet y Renault siguen siendo líderes en el mercado Colombiano, estas han ido perdiendo participación en el mercado, debido a la introducción de marcas surcoreanas, tales como Kia y Hyundai, las cuales crecen en ventas a un ritmo acelerado en el territorio nacional; dado que ellos han procurado mantener a sus clientes por medio de la calidad de sus productos y servicio postventa.

5.2. Análisis entrevistas a comerciantes

En razón de dar respuesta al objetivo número uno del proyecto de investigación, se realizaron entrevistas a comerciantes de vehículos con presencia en la ciudad de Bogotá, para ello se tomó como referencia la publicación de la revista Motor, según la cual, en la capital colombiana existen 150 concesionarios de vehículos gama media; con esa información y con un margen de error del 5%, se obtuvo una muestra de cinco concesionarios, para ello se entrevistaron cinco personas que desempeñan un alto cargo en los siguientes concesionarios: Autonal, Kia, Madiautos, Hyundai y Nissan. A continuación se presenta un análisis de acuerdo a las respuestas de los entrevistados. (Ver transcripción de las entrevistas a comerciantes en ANEXO 3).

1. ¿Cómo ve la situación de los TLC frente a la industria automotriz colombiana?

De acuerdo a la información suministrada por los entrevistados se observa que a raíz de la entrada en vigencia de los diferentes TLC's, se generará una mayor competencia entre las marcas ya establecidas en el país, razón por la cual se empezará a ver una reducción en los precios, lo cual incentiva a las marcas a enfocarse en la diferenciación, a través del desarrollo de nuevas tecnologías; sin embargo, la situación referente a las ensambladoras nacionales no es muy favorable desde el punto de los entrevistados, debido a que se considera que la industria automotriz colombiana es muy pequeña y no está en capacidad de competir con otras industrias Latinoamericanas como la Mexicana y la Brasileña, por lo tanto es probable que tienda a desaparecer.

2. ¿Cree que Colombia está preparada para competir frente a los TLC's?

La industria automotriz colombiana no se encuentra en capacidad de competir frente a los TLC's que se han suscrito, debido a que las ensambladoras no están siendo productivas, y por lo tanto es difícil sostener sus costos de producción, y como consecuencia tenderá a desaparecer emigrando a otros países como por ejemplo la CCA, a menos que ésta empiece a ser subsidiada por el gobierno, escenario que es poco probable, puesto que sólo una porción no significativa del actual presupuesto de la nación se encuentra destinado a subsidiar industrias que suplen las

necesidades básicas, como por ejemplo la agroindustria, igualmente se debe tener en cuenta que en Colombia no se producen carros, sino que existe netamente un proceso de ensamblaje.

3. Teniendo en cuenta que los TLC's eliminarán gradualmente los aranceles sobre los vehículos importados ocasionando una reducción en el precio, ¿considera que podría competir con los nuevos precios de mercado?

En primera instancia, los comerciantes consideran que los precios del mercado actualmente se encuentran en un nivel similar entre las marcas que ya se benefician de la reducción arancelaria que brindan diferentes TLC's, sin embargo, cuando entre en vigencia el TLC con la República de Corea, los vehículos surcoreanos presentarán una reducción en sus precios, lo cual implicaría que las otras marcas se ajusten a las nuevas condiciones del mercado, hecho que será sostenible hasta el punto en el que el precio de los carros no se pueda reducir más, generando una competencia por calidad e innovación. Por otro lado, algunas comercializadoras consideran importante aumentar su portafolio de vehículos para hacer frente a la competencia y poder ofrecer mayores alternativas a sus clientes.

4. Dentro de este marco de tratados suscritos, se encuentra el TLC con la República de Corea. ¿Considera que en este momento puede competir contra esto?

Debido a que la reducción arancelaria se llevará a cabo paulatinamente (durante 10 años), las comercializadoras pertenecientes a la industria automotriz colombiana, implementarán diferentes estrategias con el fin de contrarrestar los efectos que trae consigo el TLC con la República de Corea, enfatizando en la comercialización de vehículos con nuevas tecnologías desarrolladas a precios asequibles a los consumidores.

En contraste, se encuentran las comercializadoras de automóviles provenientes de la República de Corea, los cuales esperan beneficiarse de dicho tratado y recuperar participación en el mercado (por medio de la relación precio- calidad), de tal manera que puedan posicionarse y mantenerse en los primeros puestos en ventas de vehículos.

5. Frente a la entrada de los carros surcoreanos a Colombia, ¿su empresa se encuentra en capacidad de competir en precio?

Las comercializadoras colombianas si se encuentran en capacidad de competir con las diferentes marcas que entren al país, sin embargo, los automóviles surcoreanos son una amenaza para los concesionarios que no venden de estas marcas; debido a que en el mercado se esperará que se presente una distribución más homogénea y que marcas como Chevrolet y Renault ya no poseerán el 45% de la participación del mercado.

Igualmente, al disminuir los precios de los vehículos se espera que en aproximadamente cinco años, el número de automóviles ascienda a más de 500.000 unidades. Teniendo en cuenta que Colombia es de los países de Latinoamérica que presenta uno de los índices de motorización más bajos con 6,2 vehículos por cada 1000 habitantes, mientras que países como Argentina y Brasil tienen 22, 8 y 19,5 vehículos por habitante respectivamente (Jaramillo Arango, 2014), por lo tanto se observa que en Colombia todavía existe un nicho de mercado por atender.

6. ¿Cómo se está preparando su empresa estratégicamente para enfrentar la nueva competencia que trae consigo el TLC con la República de Corea?

Para mantenerse en vigencia en el mercado, los concesionarios que no venden marcas surcoreanas se deben preparar estratégicamente, en especial en crear o mejorar los servicios de valor agregado, como los servicios post-venta, nuevos portafolios, garantías y planes de financiamiento ofrecidos a los consumidores. Por otra parte, los concesionarios de marcas surcoreanas, no se enfocarán solamente en una reducción de precios, sino que por medio de la implementación de tecnología, manutención de calidad y eventos de retención de clientes, le darán un valor agregado a los consumidores con el fin de fidelizarlos y posicionarse en los primeros lugares del mercado nacional. Finalmente, los comerciantes tienen claro que es importante tener un monitoreo constante de la competencia, así anticiparse a cualquier cambio en el entorno y tener una mayor adaptabilidad.

Comentarios adicionales.

Se destaca que a pesar de la gran variedad de vehículos que ingresen al territorio nacional a consecuencia de los diferentes TLC's, este aumento se afectaría negativamente en cierta medida por la precaria infraestructura vial, y los deficientes sistemas de transporte público en los cuales hay una gran nivel de inseguridad, los cuales influyen para que las personas tomen la decisión de comprar un vehículo, sin embargo, dichas compras son realizadas mediante planes de financiamiento por la empresa/comerciante, y podría generar una limitante en la liquidez de estas empresas.

5.2.1. Conclusiones entrevistas a comerciantes

- La entrada del TLC con la República de Corea brindará a la industria automotriz Colombiana mayor oportunidad de evitar una competencia en precios puesto que serán muy similares, y tanto marcas como concesionarios se enfocarán en competir por innovación, desarrollo y tecnología.
- Los consumidores/compradores de vehículos serán los mayores beneficiados con la entrada en vigencia de los TLC's, puesto que tendrán un mayor abanico de posibilidades con mejores especificaciones y a precios más competitivos.
- La industria nacional de ensamble no se encuentra en capacidad de competir con los vehículos importados, puesto que sus costos de producción actúan como limitantes para ofrecer precios competitivos en el mercado y por tanto tenderá a desaparecer.
- Al disminuir los precios de los automóviles, los consumidores tenderán a demandar mayor cantidad de vehículos, lo cual representa mayores ventas (por volumen) para los comerciantes, en especial aquellos que ofrecen alternativas convenientes para los compradores.
- Al no competir en precios los comerciantes tenderán a enfocar sus estrategias en generar mayor valor agregado a sus servicios post venta para tener una mayor fidelización y retención de clientes.
- Los márgenes de rentabilidad de los concesionarios que únicamente comercializan marcas ensambladas en Colombia podrían enfrentar una gran reducción en caso de desencadenarse una competencia en precios con las marcas de vehículos importados.

5.3. Análisis entrevista a un productor

A partir de lo expuesto por el Gerente Comercial de la Compañía Colombiana Automotriz (CCA), se pueden concluir varios aspectos relacionados con la industria de ensamblaje en Colombia. (Ver entrevista CCA. ANEXO 4)

Como punto de partida es importante resaltar que las plantas ensambladoras en Colombia se crearon con el fin de suplir el mercado nacional y el de la región andina, principalmente el venezolano y ecuatoriano, sin embargo, el deterioro de las relaciones diplomáticas entre Colombia y estos dos países, sumado al conflicto interno venezolano, provocó que el comercio con estos países llegará a su fin, lo cual generó un incremento en los inventarios y una reducción al 50% en la cantidad de vehículos ensamblados, dejando ociosa de esta forma parte de la capacidad instalada y un aumento en los costos unitarios de producción, que a nivel de competitividad se vería reflejado en un aumento en los precios, poniéndolos en desventaja frente a precios más bajos de la competencia, lo cual no es un negocio rentable para la compañía.

Igualmente, es importante tener en cuenta, que países como México y la República de Corea cuentan con plantas de producción enormes que tienen la capacidad de suplir más mercados, generando economías a escala, lo cual les permite disminuir sus costos de producción y ofrecer precios más competitivos, a diferencia de la situación observada en el mercado nacional donde las ensambladoras han ido perdiendo participación (para el año 2010 eran importados el 54% y ensamblados el 46% de los vehículos, mientras que para el año 2013 las cifras fueron de 66% y 34% respectivamente), esto permite observar que la industria nacional perdió 12 puntos porcentuales con relación a los vehículos importados en un periodo de tres años, hecho que como dice el Gerente Comercial de la CCA: muestra la influencia que tienen los diferentes TLC's que han entrado en vigencia.

Como consecuencia de lo anterior, la marca Mazda tomó la decisión de establecer una planta productora en México (planta que fue establecida en dicho país en el mes de febrero del presente año), desde donde podrán abastecer al mercado del continente Americano de forma progresiva. La anterior decisión se tomó con base en diferentes aspectos que al compararlos con la situación actual colombiana cabría resaltar los siguientes:

a. Colombia tiene un acuerdo con México – el Grupo de los 2 – en el cual ya se desgravó completamente el arancel del 35% cobrado sobre los vehículos importados.

b. La infraestructura que posee México es más avanzada, ocasionando costos de transporte y fletes menores en comparación con los costos asumidos por las ensambladoras colombianas.

c. Capacidad mexicana de producción aproximadamente 14 veces mayor que la colombiana, que permite tener mayores volúmenes de producción a menores costos unitarios.

d. Facilidades para exportar y suplir más mercados, debido a la posición geográfica estratégica de México, y por ser una economía abierta que tiene acuerdos comerciales con un gran número de países.

e. En Colombia los vehículos deben contar con un 35% de componentes nacionales, situación que no se presenta en México.

Lo descrito anteriormente, demuestra que las marcas buscan establecer plantas de producción en países cuyos mercados cuentan con un tamaño lo suficientemente atractivo para generar grandes volúmenes de producto, y que a su vez, cuentan con economías abiertas a los diferentes países, situación que les permite tomar ventaja de las economías a escala para hacer más rentable su operación y traer a consideración la implementación de estrategias que apunten a aspectos tales como:

- 1.** Precios competitivos.
- 2.** Mejores diseños.
- 3.** Alta calidad.
- 4.** Vehículos amigables con el ambiente (ahorro de gasolina).
- 5.** Ampliación del portafolio de productos.

Por otra parte, la posible entrada en vigencia de un TLC con la República de Corea, genera desventajas para la industria automotriz colombiana, dado que la surcoreana posee grandes volúmenes de producción (59 veces más que Colombia), y a su vez es subsidiada por el gobierno, situación que se ve reflejada en el precio y calidad de sus vehículos, prueba de ello se observa con marcas como Kia, Hyundai y Chevrolet (que parte de su producción se realiza en el país asiático), las cuales ocupan los primeros tres puestos de vehículos importados en Colombia, hecho que posiciona a la República de Corea como el segundo proveedor de vehículos del mercado colombiano (representando el 23%), dado lo anterior, a la industria nacional se le dificulta competir bajo estas condiciones.

En adición a lo ya mencionado, es importante resaltar que mediante fuentes de información secundarias, se encontró que otras ensambladoras como Renault Sofasa, implementó nuevas estrategias para mantenerse en el mercado regional. Una de las estrategias fue especializarse en la producción de una referencia específica de automóvil (Renault Duster) para ser distribuido y comercializado en la región latinoamericana. Por su parte GM Colmotores también implementó estrategias para garantizar su subsistencia y se dedicó a la producción de referencias específicas como lo son Cobalt y Sailt (Redacción Vehículos - El Tiempo, 2014).

5.3.1. Conclusiones entrevista a productor

- Las empresas ensambladoras tenderán a salir del mercado nacional, en cuanto que les resulta más económico y competitivo producir en otros países de la región, como México.
- Los costos de transporte y la precaria infraestructura influyen de forma directa en el incremento de los costos de producción por parte de las ensambladoras, disminuyendo la posibilidad de ofrecer precios competitivos, hecho que limita su capacidad exportadora.
- Se ha visto un aumento progresivo en la cantidad de vehículos importados en el mercado colombiano, restando importancia a las marcas que son ensambladas por empresas establecidas en el país.
- Hechos externos al rendimiento de la producción nacional, como los ocurridos en el comercio con los países vecinos, generó una disminución en las cantidades a ser ensambladas y por ende un aumento en los costos totales de producción.

- La empresa de ensamblaje Renault-Sofasa se ha enfocado exclusivamente a la producción de una referencia de vehículo para ser más competitivo en la región.
- Es importante que el gobierno replantee el componente de integración nacional (35%), lo cual otorgaría mayor libertad a las ensambladoras nacionales para importar los materiales requeridos para el ensamblaje del vehículo a precios más favorables.

5.4. Análisis información del Gobierno

5.4.1. Razones del gobierno para suscribir un tratado con la República de Corea

Para el gobierno es trascendental realizar un acuerdo comercial con la República de Corea, debido a que se considera importante establecer relaciones comerciales y diplomáticas con un país asiático y de esta manera dar a conocer a Colombia en dicho continente. Por tanto, el principal objetivo es eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias que actualmente tiene Colombia con la República de Corea y que convierten en costos el intercambio de bienes y servicios entre dichos países e igualmente incentivar la transferencia de tecnología y conocimiento entre estos.

Una de las referencias que tomó el gobierno Colombiano para entablar un TLC con la República de Corea, fue lograr mantener la competitividad de las empresas Colombianas en la región, debido a que Chile y Perú con anterioridad habían firmado un Tratado de Libre Comercio con la República de Corea, los cuales al estar adelantados en dichos acuerdos, tomaban ventaja tanto en precios como en innovación con respecto a las empresas nacionales.

Por otro lado, el gobierno colombiano busca tener relación con uno de los países más desarrollados económica y tecnológicamente del mundo, siendo sus objetivos principales conseguir nuevas oportunidades de mercado, establecer alianzas comerciales y mantener nuevas cadenas de suministros que permitan mejorar tanto la competitividad como la economía de los productores y consumidores nacionales; otro de los objetivos que tiene el gobierno es incentivar la inversión extranjera, especialmente por parte de los grandes conglomerados surcoreanos en Latinoamérica, y específicamente en Colombia, lo cual, podría traer desarrollo para la nación.

5.4.2. Efectos del TLC con la República de Corea

El gobierno es consciente que la industria automotriz colombiana se encuentra en desventaja con respecto a la surcoreana, sin embargo, el gobierno espera que en el plazo de 10 años la industria se fortalezca adoptando diferentes estrategias, haciendo que se especialice y se vuelva competitiva frente a otras industrias. Igualmente, el gobierno considera este TLC como

un generador de oportunidades para esta industria debido a que la República de Corea es uno de los principales proveedores de materia prima y tecnología para automóviles.

Para el gobierno, el TLC con la República de Corea ofrece variación en las alternativas comerciales, debido a que Colombia podría llegar a ser más competitiva en ciertos sectores económicos, especialmente en los que se puede avanzar involucrando diferentes alicientes como lo es la tecnología, así mismo Colombia tendría la oportunidad de tener un crecimiento más rápido en la agroindustria, debido a que el país ha basado su desarrollo y exportaciones principalmente en bienes primarios y de recursos naturales, como por ejemplo, café, banano, flores, aceite de palma y cacao en polvo, entre otros, los cuales podrían encontrar en el país asiático un nicho de mercado atractivo hacia el cual exportar.

Por otro lado, aunque el gobierno colombiano es consciente de que se presentará una reducción en los aranceles que entran a la nación por importaciones de la República de Corea, se prevé un aumento en la inversión extranjera, lo cual genera desarrollo en el país aumentando los niveles de competitividad y eficiencia de este y sus empresas, de esta manera se compensa la reducción de los aranceles.

5.4.3. Conclusiones información sobre Gobierno

- A pesar que la entrada en vigencia del TLC con la República de Corea beneficie a ciertos sectores de la economía, como por ejemplo la exportación de bienes primarios, otros sectores e industrias se verán afectadas debido al gran desarrollo que estas presentan en el país con el cual se negocia.
- El gobierno nacional se ve beneficiado con la firma del TLC con la República de Corea, dado que generaría inversión y desarrollo en las diferentes industrias de la economía nacional.
- Aunque el gobierno nacional es consciente que en un principio la industria automotriz colombiana tendrá desventajas frente a la surcoreana, se estima que el desarrollo que el TLC trae, ayude a que las empresas del sector generen estrategias y se especialicen para ser más competitivas frente a las industrias de otros países y nuevos competidores.

- A pesar que el gobierno sí ha tenido en cuenta la industria automotriz colombiana en sus planteamientos para llevar a cabo la firma de este TLC, no se observan beneficios grandes para esta industria, teniendo en cuenta que las empresas surcoreanas probablemente no estarían interesadas en importar autopartes o vehículos provenientes de Colombia, puesto que son productos que asumen altos costos unitarios de producción y por tanto se comercializados a precios no competitivos, a diferencia, el mercado colombiano se convierte en una gran oportunidad para las productoras – ensambladoras surcoreanas.

5.5. Matriz DOFA

Tabla 5.

Matriz DOFA

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ COLOMBIANA FRENTE AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA REPÚBLICA DE COREA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Mano de obra barata, con capital humano calificado y productivo.	1	Capacidad para ensamblar sólo vehículos ligeros; sin embargo, no es un país productor de estos, a diferencia de la República de Corea que se destaca por ser uno de los países líderes en la producción de este bien.
2	Presencia en el Programa de Transformación Productiva.	2	Altos precios de mercado para los vehículos nacionales.
3	Integración de los diferentes componentes de la cadena de valor que influye en la generación de economías de escala.	3	Falta de sofisticación tecnológica.
4	Empresas ensambladoras de vehículos ligeros con experiencia en el mercado a cargo de empresas como General Motors, Sofasa y CCA.	4	Altas cargas impositivas desde el 16% (como IVA) hasta el 82,3% (IVA, variación en tasas de cambio y aranceles cobrados al bien proveniente de países sin preferencias arancelarias con Colombia) dependiendo del vehículo.
5	Se cuenta con una oferta suficiente de autopartes con las certificaciones requeridas para proveer a ensambladores.	5	Altos costos en transporte Planta-punto de venta/ Planta-lugar de exportación.
6	Las marcas de las ensambladoras nacionales tienen un buen posicionamiento en el mercado	6	Precaria infraestructura de puertos y carreteras que incrementan el precio del vehículo.
		7	El 66% de vehículos que conforman el parque automotor colombiano son importados desde Corea del Sur, México, Japón, China, Estados Unidos, Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y Suecia.
		8	Alto porcentaje de componente de integración nacional en los vehículos ensamblados (35%)
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Traer inversión extranjera surcoreana, para generar una reestructuración de la industria automotriz colombiana.	1	Gran potencial y solidez de la industria surcoreana dado a que solamente importa el 1% de sus vehículos.
2	Aprovechar inversión extranjera surcoreana para traer tecnología de este país, con el fin de tecnificar y volver competitiva la industria colombiana.	2	En la República de Corea el gobierno ayuda a sus empresas y colabora a esta industria en particular, por medio de la asignación de recursos, haciendo que esta industria sea una de las líderes en dicho país.
3	Bajo el marco del TLC de la República de Corea podría montar ensambladoras en Colombia, para generar empleo y promover la competencia.	3	Aceptación del consumidor colombiano de las marcas surcoreanas, lo anterior hace que el aumento de la oferta (de vehículos ligeros) de estas sea bien visto.
4	Los consumidores se verían beneficiados por una extensión en el abanico de posibilidades, donde habría mayor variedad de diseños de vehículos ligeros, los cuales presentan una mejor calidad a un menor precio.	4	Colombia produce 70.700 vehículos anualmente mientras que Corea produce 4.170.000 vehículos al año.
5	Se incrementarían los excedentes al consumidor vía reducción de precios.	5	Riesgo de generar desempleo, a consecuencia de incapacidad de competir por parte de las ensambladoras nacionales con las productoras coreanas.
		6	Migración de ensambladoras nacionales hacia países de la región que ofrezcan mayor rentabilidad para producir

Fuente: Elaboración propia.

5.5.1. Estrategias Matriz DOFA

Tabla 6.

Estrategias derivadas de la matriz DOFA

Estrategias FO		Estrategias DO	
1	Aprovechar la mano de obra calificada y productiva para implementar la tecnología en las ensambladoras que aún continúan en el mercado nacional.	1	Aprovechar la inversión extranjera y focalizarla en la sofisticación de la tecnología de las ensambladoras nacionales.
2	Ampliación del portafolio de las marcas existentes, patrocinado por la inversión extranjera que entra al país.	2	Replantear por parte del gobierno el componente de integración nacional en los vehículos ensamblados, para estimular a las empresas surcoreanas a establecer ensambladoras o productoras en Colombia.
3	Incremento de excedentes del consumidor, mediante reducción de los precios de las marcas ya posicionadas en el mercado.	3	Estimular la inversión extranjera surcoreana para fortalecer la infraestructura nacional (Carreteras, puertos).
Estrategias FA		Estrategias DA	
1	Enfocarse en el ensamblaje de una sola referencia de vehículo, que evite que las ensambladoras emigren a otros países de la región, y así se evite el desempleo.	1	Replantear por parte del gobierno el componente de integración nacional, para que las ensambladoras nacionales tengan mayor libertad de escoger los componentes de los vehículos.
2	Ofrecer servicios especializados a los consumidores, para mantener y aumentar el posicionamiento de las ensambladoras nacionales con respecto a las marcas surcoreanas.	2	Aumentar la sofisticación en tecnología para generar un mayor valor a los consumidores en las marcas que se ensamblan en Colombia, para evitar el aumento de la demanda de vehículos surcoreanos.
Estrategias AO		Estrategias FD	
1	Incentivar las compañías surcoreanas a establecer ensambladoras o productoras en Colombia, que permita generar empleo.	1	Capacitar el capital humano para incrementar sus niveles de productividad que se vería reflejado en una reducción de los costos para ofrecer precios más competitivos.
2	Incrementar la importación de vehículos coreanos para disminuir los precios del mercado nacional e incrementar los excedentes del consumidor.	2	Incrementar programas de fidelización de clientes, lo cual permite que los consumidores no se fijen solamente en el precio del vehículo.
3	Aprovechar la inversión surcoreana en tecnología para que las ensambladoras la apliquen y no tengan que desplazarse a países de la región.	3	Capacitar la mano de obra para incursionar en la producción de todo tipo de vehículos.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

En seguimiento a los resultados del estudio, se puede indicar que la industria automotriz colombiana no está en capacidad de competir con la industria automotriz de la República de Corea, debido a que esta cuenta con economías a escala en su producción, obtenido por su número de unidades producidas (4,1 millones de vehículos ligeros versus 0,07 millones en Colombia) situación que se acentúa con los subsidios otorgados por parte del gobierno surcoreano.

Al no estar la industria automotriz Colombiana, en capacidad de competir por precios y calidad con automóviles importados de la República de Corea, y si no se toman los correctivos de rigor, es factible que tienda a desaparecer la producción y ensamblaje de vehículos en el territorio nacional.

Debido a que el gobierno no le presta las garantías suficientes a la industria automotriz colombiana, a diferencia de lo que sucede en la República de Corea, la competitividad de las ensambladoras se ve afectada debido a los altos costos en los que incurre, ocasionando que estas se vuelvan obsoletas en el tiempo, teniendo como consecuencia la posible desaparición de estas, sin embargo las comercializadoras y los consumidores no percibirán un efecto negativo debido a la reducción de los aranceles y el aumento en la variedad en el portafolio de vehículos.

Teniendo en cuenta que las ensambladoras no son sostenibles en el tiempo debido al aumento de los costos, sería factible que se especialicen solamente en una o dos líneas de productos para abastecer el mercado nacional y regional.

Los comerciantes no se verán afectados por la entrada en vigencia del TLC con la República de Corea debido a que estos al no ser productores, ni ensambladores, su preocupación está ligada a obtener buenos márgenes de rentabilidad, hecho que será posible, teniendo en cuenta que los vehículos importados entrarán a precios más cómodos debido a la reducción de los aranceles.

Los consumidores, por otro lado, se verán beneficiados a raíz de la reducción y posterior eliminación de aranceles que actualmente se gravan sobre los vehículos importados, lo anterior

sucedería siempre y cuando la eliminación de barreras arancelarias se traduzca en una reducción significativa de los precios, generando un aumento en el excedente del consumidor colombiano, quien a su vez tendrá acceso a un portafolio mayor de vehículos que podría traer a consideración en el momento de tomar la decisión de compra.

Igualmente, se observa que al presentarse un incremento en las unidades demandadas de vehículos, esto podría traer consigo un conjunto de externalidades negativas, tales como la saturación de vías, que a su vez conlleva a un aumento en el impacto ambiental negativo, teniendo repercusiones directas en la calidad de vida de la población.

Finalmente, el estado colombiano dejará de percibir los ingresos derivados de los aranceles cobrados sobre las importaciones de los vehículos provenientes de la República de Corea, lo cual generará que el presupuesto nacional que se destina a la realización de inversiones públicas se vea reducido.

Bibliografía

- Alcanzar, J. P. (22 de Febrero de 2014). Entrevista empleado de Gestión Humana/Nómina en Nissan. (D. S. Guevara Agudelo, & A. M. Rubio Castillo, Entrevistadores)
- Andrade, D. (s.f.). *Economías a escala. Economía y finanzas internacionales*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2013, de Pontificia Universidad Católica de Ecuador: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/20-economias-de-escala>
- Araujo, A. A. (7 de Abril de 2014). Entrevista Asesor Legal de Hyundai Colombia. (D. S. Guevara Agudelo, & A. M. Rubio Castillo, Entrevistadores)
- Asociación Colombiana De Fabricantes De Autopartes & Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI. (17 de Enero de 2011). *El TLC con Corea no trabaja para el futuro de la industria automotriz colombiana*. Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de <http://www.andi.com.co/Archivos/file/Automotriz/TLC%20con%20Corea%20NO%20Trabaja%20para%20La%20Industria%20Colombiana.pdf>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (Septiembre de 2012). *Agenda de Competitividad 2012*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2013, de http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=656&Id=3&clase=8&Tipo=3
- Babel Group. (2014). *Índice de influencia*. Recuperado el 24 de Abril de 2014, de <http://www.babelgroup.co/indiceinfluenciababel.pdf>
- Banco Mundial. (2014). *PIB (USD a precios actuales)*. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de Datos: http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value&sort=desc

- BBVA. (20 de Marzo de 2014). *Situación Automotriz Colombia 2013*. Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/migrados/140410_Situaci_nAutomotriz_Colombia2013_tcm346-444417.pdf
- Beltrán, G. (28 de Abril de 2014). Entrevista Gerente Comercial de Kia Colombia. (D. S. Guevara Agudelo, & A. M. Rubio Castillo, Entrevistadores)
- Bloomberg. (13 de Febrero de 2013). *Highest & Cheapest Gas Prices by Country: Colombia*. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://www.bloomberg.com/slideshow/2013-02-13/highest-cheapest-gas-prices-by-country.html#slide47>
- Central Intelligence Agency. (Mayo de 2014). *The World Factbook: Colombia*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/co.html>
- Central Intelligence Agency. (Mayo de 2014). *The World Factbook: South Korea*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ks.html>
- Chevrolet. (2014). *General Motors Corp.* Recuperado el 19 de Enero de 2014, de <http://www.chevrolet.com.co/mundo-chevrolet/general-motors-empresa.html>
- Cooper, R., & John, A. (2013). *Macroeconomics: Theory through Applications*. Recuperado el 15 de Enero de 2014, de http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/2498?e=coopermacro-ch16_s15
- Cuellar Escobar, J. J. (Junio de 2012). *El desarrollo industrial en corea del sur (1960 – 2010). Elementos explicativos y de política. Un contrapunto a la experiencia colombiana*. Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/6817/1/johnjairocuellarescobar.2012.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (22 de Marzo de 2012). *Comportamiento anual de la economía colombiana durante 2011*. Recuperado el 25 de Agosto de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_IVtrim11.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (Diciembre de 2011). *Balance sector industrial 2011*. Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=v7DGHcI_gbw%3D&tabid=1436

Doing Business. (2014). *Facilidad para hacer negocios en Colombia*. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/colombia>

Guevara Cadena, F. D. (2 de Mayo de 2014). Entrevista Gerente Administrativo y Financiero de Madautos. (D. S. Guevara Agudelo, & A. M. Rubio Castillo, Entrevistadores)

Hino Colombia. (Noviembre de 2009). *Historia*. Recuperado el 19 de Enero de 2014, de <http://www.hino.com.co/Noticias/Toyota-Hino/tabid/562/Default.aspx>

Institute for Management Development. (2012). *World Competitiveness Yearbook*. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de http://immi-to-australia.com/pics/advant/2012_IMD.pdf

Institute of Management Development. (2013). *World Competitiveness Yearbook*. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de http://www.conicyt.cl/wp-content/uploads/2013/07/WCY_2013.pdf

Instituto Coreano de Desarrollo. (Junio de 2012). *La economía coreana. Seis décadas de crecimiento y desarrollo*. (I. S. Koh, Ed.) Recuperado el 29 de Enero de 2014, de <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2012/12101.pdf>

Jaramillo Arango, Á. (21 de Marzo de 2014). Entrevista Gerente General de Usados de Autonal. (D. Guevara Agudelo, & A. Rubio Castillo, Entrevistadores) Bogotá D.C.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía*. Barcelona: Reverté S.A.

Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía*. México D.C.: Cengage.

Martínez, F. (7 de Abril de 2014). Entrevista Gerente Comercial de la Compañía Colombiana Automotriz. (D. S. Guevara Agudelo, & A. M. Rubio Castillo, Entrevistadores)

Mazda. (2014). *Mazda de Colombia S.A.S.* Recuperado el 19 de Enero de 2014, de http://www.mazda.com.co/section?menu_group=about

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (21 de Febrero de 2011). *ABC del Acuerdo Comercial con Corea del Sur*. Recuperado el 6 de Mayo de 2012, de <http://www.analdex.org/images/abc.pdf>

Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles. (s.f.). *World motor vehicle production by country and type 2008 - 2007*. Recuperado el 8 de Febrero de 2014, de <http://oica.net/wp-content/uploads/cars3.pdf>

Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles. (s.f.). *World motor vehicle production by country and type 2009 - 2010*. Recuperado el 8 de Febrero de 2014, de <http://oica.net/wp-content/uploads/cars-2010.pdf>

Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles. (s.f.). *World motor vehicle production by country and type 2011 - 2012*. Recuperado el 8 de Febrero de 2014, de <http://www.oica.net/wp-content/uploads/2013/03/cars-production-2012.pdf>

Palacio Salazar, I. (s.f.). Análisis de los TLC'S y sus efectos sobre el Comercio Exterior de Colombia.

Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

Proexport Colombia. (Septiembre de 2012). *Industria Automotriz en Colombia*. Recuperado el 22 de Agosto de 2013, de [http://www.inviertaencolombia.com.co/attachments/article/78/Perfil%20Automotriz_%200Septiembre%202012%20Final%20\(2\).pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/attachments/article/78/Perfil%20Automotriz_%200Septiembre%202012%20Final%20(2).pdf)

Redacción Vehículos - El Tiempo. (21 de Febrero de 2014). *Ensambladoras mueven sus fichas y se ajustan al mercado automotor*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13537642>

Renault Sofasa. (23 de Agosto de 2013). *Filosofía corporativa*. Recuperado el 19 de Enero de 2014, de http://www.renault.com.co/SOFASADIRECTORY/PhilosophyCorpDir_files.html

Revista Motor. (12 de Febrero de 2014). Nuevos: Automóviles. *Revista Motor*(596), 48-51.

Revista Motor. (s.f.). *Cifras ventas vehículos 2013*. Recuperado el 21 de Abril de 2014, de <http://www.motor.com.co/infografia/cifrasventasvehiculos/>

Rojas Libreros, G. (2002). *Conceptualización y métodos para la competitividad internacional*. Santiago de Cali: Editorial Universidad Santiago de Cali.

Ruíz, N. A. (Junio de 2010). *Perfil comercial de países: Corea del Sur*. Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de http://asiapacifico.utadeo.edu.co/wp-content/files/corea_del_sur_d.pdf

Trade Map. (s.f.). *Bilateral trade between Colombia and World*. Recuperado el 30 de Enero de 2014, de http://www.trademap.org/tm_light/Bilateral_TS.aspx

Trade Map. (s.f.). *Bilateral trade between Republic of Korea and World*. Recuperado el 30 de Enero de 2014, de http://www.trademap.org/tm_light/Bilateral_TS.aspx

United Nations Commodity Trade. (31 de Enero de 2014). *Statistics Database, exports, Republic of Korea*. Obtenido de <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?px=HS&cc=TOTAL&r=410&p=0&rg=2&y=2012&so=8>

United Nations Commodity Trade. (s.f.). *Statistics Database, imports, Colombia*. Recuperado el 31 de Enero de 2014, de

<http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?px=HS&cc=TOTAL&r=170&p=0&rg=1&y=2012&so=8>

United Nations Commodity Trade. (s.f.). *Statistics Database, imports, Republic of Korea*. Recuperado el 31 de Enero de 2014, de <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?px=HS&cc=TOTAL&r=410&p=0&rg=2&y=2012&so=8>

United Nations Commodity Trade. (s.f.). *Statistics Database: Exports, Colombia*. Recuperado el 31 de Enero de 2014, de <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?px=HS&cc=TOTAL&r=170&p=0&rg=2&y=2012&so=8>

United nations Conference on trade and development. (2012). *World Investment Report 2012*. Recuperado el 30 de Enero de 2014, de http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/wir2012_embargoed_en.pdf

United Nations Conference on Trade and Development. (2013). *World Investment Report*. Recuperado el 30 de Enero de 2014, de http://unctad.org/en/publicationslibrary/wir2013_en.pdf

World Economic Forum. (2011). *The Global Competitiveness Report 2011–*. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf

World Economic Forum. (2012). *The Global Competitiveness Report 2012–20013*. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf

ANEXOS