ENLACE EMPRESARIAL



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Vol. 19 No 33 Enero - junio 2025
ISSN - L: 0124-9363
http://revistaenlace.uan.edu.co

UAN
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

Vol. 18 No 32
Enero - junio 2024
ISSN:0124-9363

Rectora
Mary Falk de Losada

Secretaria General
Martha Lucía Carvalho

Vicerrectora Académica
Diana Isabel Quintero

Vicerrector Administrativo
Carlos Hernández

Vicerrector de Ciencia, Tecnología e Innovación
Guillermo Alfonso Parra

Directora Fondo Editorial
Lorena Ruiz Serna

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Enrique Sandino Vargas

Editor
Edgar Agudelo López

Comité Editorial

Vladimir Ramírez
Director UDCI FCEA

Edgar Agudelo López
Editor Revista Enlace Empresarial

Lorena Ruiz Serna
Directora Fondo Editorial

Corrector de estilo:
Jorge Salazar

Diseño y diagramación:
Héctor Suárez

REVISTA
ENLACE EMPRESARIAL
Vol. 19 No 33
Enero - junio 2024
ISSN - L: 0124-9363



Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

REVISTA ENLACE EMPRESARIAL
http://revistaenlace.uan.edu.co

Sus comentarios son muy importantes para nosotros. Los artículos reflejan exclusivamente el punto de vista de sus autores. Queda prohibida la reproducción total o parcial del material publicado. Puede escribirnos a

enlaceempresarial@uan.edu.co
https://revistas.uan.edu.co/index.php/enlaceempresarial



"Perspectivas latinoamericanas en un mundo interconectado: una mirada geopolítica"



Universidad Santo Tomas – sede Villavicencio.



Universidad César Vallejo del Perú.

Con esta edición de la Revista Enlace Empresarial, no solo esta con la publicación de artículos académicos con temas que apuntan a la mirada geopolítica, sino además a la importancia de la realización del Segundo Evento de Competitividad el pasado 22 de mayo del 2025 con el apoyo del (CPC) Consejo Privado de Competitividad.

Llevar a cabo estos eventos de competitividad, valida el compromiso de las partes interesadas en el sentido de dar a conocer la competitividad regional a nivel nacional. Esta gestión es significativa con la inclusión de estudiantes de la Universidad Santo Tomas – sede Villavicencio – que cursan el programa contaduría pública como invitados.

Es necesario resaltar que algunos de estos artículos, se llevaron a cabo desde un ejercicio académico colaborativo entre estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo del país Perú y estudiantes del Programa de Administración de empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Antonio Nariño de Colombia, evidenciando de esta manera la consolidación de lazos académicos entre estas dos Universidades de países latinos.

Los artículos que conforman este volumen, reflejan la diversidad temática, al igual como la cultura regional con la intencionalidad analítica que caracterizan nuestra revista, buscando contribuir en comprender los diferentes desafíos y oportunidades que tiene América Latina en un entorno global e interdependiente, donde la economía, la geopolítica y la cultura interactúan constantemente en un mundo cada vez más polarizado por las diferentes posturas políticas.

El artículo "Modelos de gestión del conocimiento: cultura japonesa vs. cultura occidental" abre esta edición con una mirada sobre cómo los valores culturales influyen en la creación, transferencia e implementación del conocimiento organizacional, entre dos culturas de gran medida para lo global.

A continuación, "Análisis geopolítico comparativo del narcotráfico en México y Colombia" profundiza en las dinámicas del crimen transnacional y sus implicaciones políticas y sociales, destacando las similitudes y diferencias entre estos países, que han sido imagen a nivel mundial por este cáncer conocido como es el narcotráfico.

El título del artículo "Contraste competitivo entre Colombia y Perú desde el año 2019 al primer trimestre del año 2025" entrega una mirada comparativa sobre el desempeño económico y la competitividad regional, mientras que con el título "Chancay: impacto económico para Perú y Colombia" considera el papel estraté-

gico de este puerto en la proyección logística y comercial del Pacífico latinoamericano como el primer puerto inteligente y automatizado de Sudamérica, siendo una estrategia clave global de conectividad de Perú con los mercados internacionales, especialmente con Asia y, en particular con china, quienes a través de una empresa realizan una inversión importante en millones de dólares.

Asimismo, se da una mirada sobre nuestra posición geográfica. El artículo "Ventajas de Colombia relacionadas con su posición geográfica frente a Brasil y Panamá", lleva a reflexionar sobre la relevancia del territorio nacional como ventaja competitiva y eje de integración económica de Latinoamérica.

Ahora bien, se presenta un artículo que refleja una mirada en el ámbito empresarial, "Contribución de la planeación tributaria de las PYMES ferro eléctricas de la ciudad de Cali en el desarrollo económico de la ciudad". Reflejando cómo la gestión fiscal se convierte en pieza fundamental para un crecimiento local, regional y nacional.

Por último, con la entrevista del cofundador y socio mayorista de la empresa DAGO S.A.S "Las ventajas que tiene la importación de la línea hogar desde China a Colombia en la actualidad" enfrenta las dinámicas del comercio internacional y la glocalización, resaltando las diferentes oportunidades que brinda la interconexión económica en la actualidad global, como es la de importar artículos de la línea hogar desde China a Colombia.

Con esta edición se valida el propósito de promover el pensamiento crítico, el análisis interdisciplinario y la divulgación en tema académicos que nutran al desarrollo sostenible y competitivo de la región bajo la mirada de los diferentes autores.

Contenido



Editorial

3



Ámbito académico

8 **Modelos de gestión del conocimiento: cultura japonesa vs cultura occidental.**

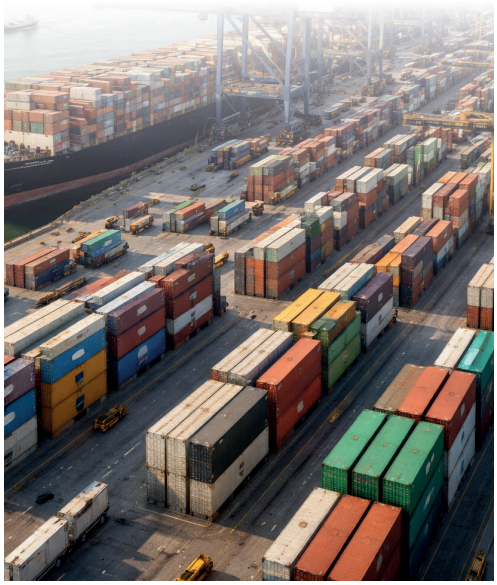
Naslly Daniela Saiz Casallas

18 **Análisis Geopolítico comparativo del Narcotráfico en México y Colombia**

Dulce María Zavala Hernández

26 **Contraste Competitivo entre Colombia y Perú desde el año 2019 al primer trimestre del año 2025**

David Enrique Ayala Yarleque
Luisa Fernanda Rodríguez Campos



31 **Chancay impacto económico para Perú y Colombia: Una mirada prospectiva**

Danna Molly Vargas Villavicencio - Yobani Alfonso Suárez Pardo

38 **Ventajas de Colombia relacionadas con su posición geográfica frente a Brasil y Panamá.**

Karen Yurley Tumay Ramírez

44 **Contribución de la Planeación Tributaria de las PYMES ferro eléctricas de la ciudad de Cali en el Desarrollo Económico de la ciudad**

Andrea Prado Pulgarín

Entrevista

Las ventajas que tiene la importación de la línea hogar desde China a Colombia en la actualidad 53

Christopher Johao Olave Padilla
David Joanni Gómez Giraldo





Evento Competitividad

59 **Oportunidades y desafíos de Colombia para ser un país latinoamericano más competitivo. Geopolítica Mundial y Contemporánea**

Luisa Fernanda Rodríguez Campos
Zharick Ashley Vega Ávila

Modelos de gestión del conocimiento: cultura japonesa vs cultura occidental

Knowledge management models: Japanese vs. western culture



Naslly Daniela Saiz Casallas
Universidad Antonio Nariño.
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Administración de Empresas.
Sede Sur,Bogotá, Colombia.
Estudiante
saiznaslly@gmail.com
nsaiz11@uan.edu.co
Enfoque del artículo: Académico.

Resumen: En este artículo se identifica la importancia de la gestión del conocimiento (GC) en las organizaciones modernas, especialmente en un contexto de globalización y competitividad, entendiendo la importancia de su recurso intangible más importante que es el conocimiento, puesto que se convierte en un pilar fundamental para mantener una ventaja competitiva. Además de identificar y diferenciar el modelo japonés de Nonaka y Takeuchi y el modelo de la cultura occidental el cual es el modelo de Wiig, además de ver cómo se aplica el modelo en dos empresas de cada cultura respectivamente, en donde se identifican los procesos de innovación, aprendizaje y estructura del conocimiento para generar un valor agregado a las organizaciones como Toyota y Pfizer.

Palabras clave: Cultura organizacional, capital intelectual, ventaja competitiva, modelo SECI y Modelo de Wiig.

Abstract: This article identifies the importance of knowledge management (KM) in modern organizations, especially in the context of globalization and competitiveness, understanding the importance of its most important intangible resource, which is knowledge, since it becomes a fundamental pillar to maintain a competitive advantage. Besides identifying and differentiating the Japanese model of Nonaka and Takeuchi and the Western culture model, which is Wiig's model, besides seeing how the model is applied in two companies of each culture respectively, where the processes of innovation, learning and knowledge structure are identified to generate an added value to organizations such as Toyota and Pfizer.

Key words: Organizational culture, intellectual capital, competitive advantage, SECI model and Wiig's model.

Desarrollo

En un nuevo mundo globalizado por la tecnología y una economía cambiante el conocimiento llega a ser una ventaja competitiva importante, las empresas se ven obligadas a adaptarse a él y generar nuevas herramientas que les permitan desarrollar todas sus habilidades para poderse permitir continuar en un mercado competitivo, estas actividades definen la empresa como "creadora de conocimiento".

Hoy en día se habla de no solo los recursos tangibles si no también un papel importante juega los recursos intangibles como lo es el conocimiento, desarrollar nuevas habilidades de cómo administrar estos recursos permite crear estrategias que ayuden a optimizar la toma de decisiones estructuradas y a conservar la competitividad en el mercado. Es por esta razón que el conocimiento se convirtió en un pilar fundamental en las empresas, puesto que; es el recurso más importante para una organización, especialmente en contextos donde la ventaja competitiva depende de la capacidad de integración de conocimiento especializado (Grant 1996).

En este contexto se habla de la gestión del conocimiento, el cual es el proceso de crear, compartir y utilizar conocimiento para alcanzar los objetivos organizacionales (Nonaka y Takeuchi 1991), es la coordinación de personas, procesos y tecnología para potenciar la creación, transferencia y aplicación del conocimiento en las organizaciones (Probst, Raub y Romhardt 2000). La GC se puede entender de diferentes maneras según las perspectivas de sus diversos autores, pero se puede entender como el enfoque de identificar cómo se gestiona el conocimiento dentro de la organización, cómo se adquiere, la manera en que se comparte, la forma en la que se almacena con herramientas como la tecnología y la aplicación de esta en la organización;

Figura 1. Cuadro comparativo modelo SECI (Nonaka y Takeuchi) y Modelo de Wiig.

Modelos japonés y modelo occidental

Características	Modelo SECI (Nonaka y Takeuchi) - japonés	Modelo de Wiig - Occidental
Origen cultural	Cultura japonesa	Cultura occidental
Enfoque principal	Creación colectiva de conocimiento; énfasis en el conocimiento tácito y su conversión dinámica con el explícito	Gestión consciente y sistemática del conocimiento explícito y tácito, con énfasis en la estructuración y aplicación
Tipos de conocimiento	Tácito y explícito; destaca la importancia del tácito y su socialización	Público, compartido y personal; distingue y gestiona cada tipo por separado
Proceso central	Espiral de conversión del conocimiento: socialización, exteriorización, combinación e interiorización (SECI)	Construcción, organización, distribución y aplicación del conocimiento
Método de creación de conocimiento	Interacción continua entre individuos; aprendizaje práctico, experiencias compartidas, trabajo en equipo	Adquisición, análisis, síntesis y desarrollo por medio de bases de datos, documentos, tecnologías de la información
Rol de la cultura organizacional	Fomenta el trabajo en equipo, multifuncionalidad y aprendizaje basado en la experiencia	Promueve la gestión individualista, centralización y especialización funcional
Dificultades principales	Difícil formalización y comunicación del conocimiento tácito; requiere alto compromiso y recursos humanos	Necesidad de mecanismos formales para compartir información; riesgo de centralización excesiva

Fuente: Elaboración propia basada en Nonaka y Takeuchi modelo SECI (1991) y Karl Wiig Model for Building and Using Knowledge (1993).

es un procesos sistemático para captar, distribuir y utilizar eficazmente el conocimiento en la organización, combinando información, experiencias y valores (Davenport y Prusak 1998).

A continuación, se presentará un cuadro que sintetiza las diferencias y semejanzas más relevantes entre ambos modelos de gestión del conocimiento, resaltando de qué manera la cultura impacta en la forma en que las organizaciones generan, comparten y utilizan el conocimiento para alcanzar ventajas competitivas.

En la figura 1, se mostrarán algunos modelos de gestión del conocimiento de gran relevancia para comprender mejor su estructura.

Nonaka y Takeuchi modelo SECI (1991) - The Knowledge-Creating Company

Este modelo creado por Ikujiro Nonaka y Hirotaka Takeuchi fue creado en la década de 1991, se presentó mediante su obra, de gran relevancia hoy en dia "The Knowledge-Creating Company" mediante la cual definen esta disciplina, en donde los autores indican que; la gestión del conocimiento es el proceso dinámico de creación de conocimiento organizacional mediante la interacción continua entre conocimiento tácito y explícito (Nonaka y Takeuchi, 1991, p. 1). Los autores nos acercaron más a la cultura japonesa desde una perspectiva relacionada con la CG y la innovación, la cultura occidental tiende

a enfatizar el conocimiento explícito codificable, mientras que la cultura japonesa se enfoca en la internalización del conocimiento tácito en la práctica organizacional (Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. 2000), lo que implica que la empresa se relacione con ideales como con ideas lo que fomenta la innovación.

Los autores en su obra dan a conocer dos tipos de conocimiento; tácito, el cual es un conocimiento que está en las personas de la organización, es decir que comprende las habilidades, experiencias, saberes, las actitudes y los valores, y explícito es un conocimiento estructurado, que se puede captar fácilmente, duplicar y almacenar.

Figura 2. Modelo SECI basado en Nonaka y Takeuchi (1991).



Fuente: Elaboración propia basada en Nonaka y Takeuchi (1991).

La creación de conocimiento organizacional es un proceso continuo y dinámico en el que el conocimiento personal se amplifica y cristaliza como parte del conocimiento de la organización. (Nonaka y Takeuchi, 1991, p. 71), el modelo planteado por los autores describe cómo el proceso de creación de conocimiento en cualquier organización interactúa dinámicamente a través de cuatro etapas en forma de espiral, lo que busca que el todo lo que sea conocimiento se convierta en un conocimiento tácito y deje de ser explícito:

- **Tácito a tácito:** El conocimiento se transfiere directamente entre personas, como en la relación tutor-aprendiz, a través de la observación y la experiencia compartida.
- **Tácito a explícito:** Implica articular lo que se sabe, transformando experiencias personales en conceptos, modelos o documentos accesibles para otros.
- **Explícito a explícito:** Consiste en combinar información proveniente de diferentes fuentes para generar nuevo conocimiento estructurado.
- **Explícito a tácito:** Ocurre cuando una persona interioriza información ya consolidada, adaptándola y enriqueciéndose con su propia experiencia.

Para poder llevar a cabo este proceso se deben crear espacios que permitan a los individuos de la organización dialogar para compartir sus experiencias y aumentar así el conocimiento de cada uno de ellos, la creación de conocimiento requiere un contexto compartido, que llamamos 'Ba', donde los individuos pueden interactuar y compartir experiencias para facilitar la conversión del conocimiento (Nonaka & Takeuchi, 1991, p. 85).

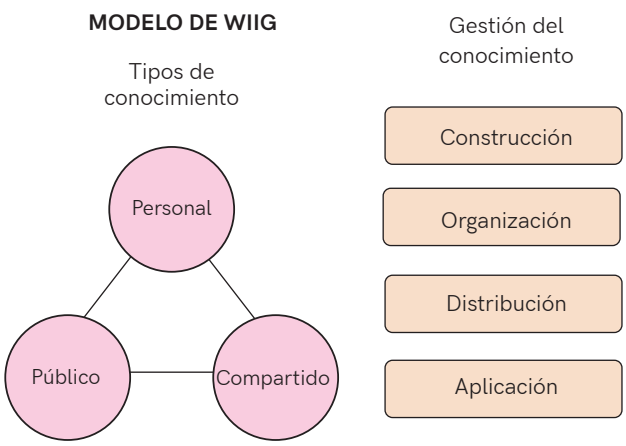
El modelo proporciona un marco muy estructurado que hoy en día aún tiene mayor relevancia puesto que se sigue aplicando en el contexto empresarial siendo un caso de éxito para la creación de conocimiento, lo que propicia altos niveles de trabajo en equipo y a su vez mayor innovación ya que es un modelo que se sustenta en una gran variedad de recursos informativos. Por otra parte, la aplicación de este modelo depende de la disponibilidad de los recursos e información, de igual manera su viabilidad también depende del nivel de compromiso y talento humano de la organización, por lo tanto, puede llegar a dificultar su implementación. El conocimiento tácito es altamente personal y difícil de formalizar, lo que hace que su articulación y comunicación sean desafíos significativos en el proceso de externalización. (Nonaka & Takeuchi, 1991, p. 62). El producto de este

proceso es el conjunto de activos intangibles que integran el patrimonio del capital intelectual de la organización, tales como marcas, patentes e imagen corporativa, y que la distinguen de otras empresas competidoras.

Karl Wiig (1993) – Model for Building and Using Knowledge

Karl wiig es uno de los pionero occidentales en el campo de la gestión del conocimiento quien recibió gran reconocimiento a través de su obra "Knowledge Management Foundations" publicada en 1993 y quien sigue estando vigente actualmente en donde se menciona la importancia la cultura organizacional que favorece el proceso de creación del conocimiento dentro de cualquier organización; el enfoque de Wiig en la gestión consciente de los activos de conocimiento proporciona una base para que las empresas creen y aprovechen el conocimiento de manera continua (Nonaka & Takeuchi, 1995, p. 58). Para Wiig, la gestión del conocimiento es la construcción, renovación y aplicación sistemática, explícita y deliberada del conocimiento para maximizar la efectividad relacionada con el conocimiento de una empresa y los rendimientos de sus activos de conocimiento (Wiig, 1993, p. 18).

Figura 3. Modelo Karl Wiig 1993



Fuente: Elaboración propia basado en Model for Building and Using Knowledge 1993

Mediante esta estructura se identifican las necesidades de adquirir conocimiento y por otro lado identificar en donde se encuentra el conocimiento, esto con el fin de construir el léxico del conocimiento; el cual Wiig los describe como; un léxico del conocimiento proporciona una terminología común y una estructura para representar, comunicar e interpretar el conocimiento en toda la organización (Wiig, 1993, p. 212), esto indicaría que, describe cómo se obtiene conocimiento necesario en la organización a través de las bases de datos, libros o documentos, luego de esto, se analiza la información para diferenciar la información que tiene valor de la que no tiene. Y en segundo lugar se construye la enciclopedia del conocimiento que Wiig la describe como, una Enciclopedia del Conocimiento Organizacional es una colección estructurada de representaciones del conocimiento que refleja lo que la organización sabe, cómo lo sabe y cómo utiliza ese conocimiento (Wiig, 1993, p. 215), es decir, se trata de una herramienta que facilita la compartición y aplicación del conocimiento apoyándose en las tecnologías de la información; tras analizar y eliminar el conocimiento obsoleto, el conocimiento generado y compartido debe ser utilizado para crear un valor añadido dentro de la organización.

- **Construcción:** La construcción del conocimiento implica adquirir, analizar, sintetizar y desarrollar conocimiento a través del aprendizaje y la innovación (Wiig, 1993, p. 53).
- **Organización:** Organizar el conocimiento requiere estructurarlo, almacenarlo y mantenerlo de forma que sea accesible y recuperable cuando se necesite (Wiig, 1993, p. 54).
- **Distribución:** La distribución del conocimiento asegura que este esté disponible para quienes lo necesiten, mediante su compartición, comunicación y haciendo que sea visible y comprensible en toda la organización (Wiig, 1993, p. 55).

- **Aplicación:** Aplicar el conocimiento implica utilizar el conocimiento disponible para tomar decisiones, realizar tareas y crear valor (Wiig, 1993, p. 56)

Wiig distingue entre conocimiento público, compartido y personal, enfatizando la necesidad de gestionar cada tipo de manera diferente para maximizar la efectividad organizacional. (Dalkir, 2011, p. 24). El conocimiento existe en tres formas: conocimiento público, conocimiento compartido y conocimiento personal. El conocimiento público está disponible para todos; el conocimiento compartido está disponible para grupos específicos; y el conocimiento personal reside en los individuos (Wiig, 1993, p. 61)

- **Público:** Documentado, accesible universalmente (manuales, bases de datos públicas).
- **Compartido:** Conocido dentro de grupos (equipos, áreas), lenguajes y representaciones.
- **Personal:** Es un conocimiento tácito, ya que se habla de experiencias, habilidades y conocimientos que cada individuo tiene y aún no ha externalizado.

El propósito de la Gestión del Conocimiento es hacer que la organización actúe de manera inteligente, asegurando que tanto los individuos como la propia organización se comporten de la forma más inteligente posible. Esto se logra haciendo que el conocimiento esté disponible, sea utilizable y aplicable donde y cuando se necesite (Wiig, 1993, p. 18). Wiig presenta su modelo como un proceso integral y estratégico que abarca la creación, modificación y aplicación del conocimiento para apoyar la toma de decisiones y la resolución de problemas, además de vincularse con el uso de nuevas tecnologías que facilitan su gestión dentro de la organización.

Estructura Japonesa y Occidental

Comparación de modelo seci con el modelo de wIIG

En la GC encontramos dos estructuras que nos permiten entender las maneras de adquirir conocimiento, almacenarlo y transmitirlo en el contexto organizacional para el alcance de objetivos como se puede observar en el punto anterior con los modelos de GC de Nonaka y Takeuchi y el modelo de Wiig. Las empresas japonesas enfatizan el conocimiento tácito y la creación colectiva de conocimiento, mientras que las empresas occidentales tienden a enfatizar el conocimiento explícito y los procesos de gestión del conocimiento individualistas (Nonaka & Takeuchi, 1995, p. 51) para ellos, la cultura japones valora el conocimiento que proviene de la intuición y práctica compartida; mientras que Karl Wiig menciona, el éxito de las iniciativas de gestión del conocimiento está fuertemente influenciado por la cultura organizacional, en particular por el grado en que compartir el conocimiento es fomentado y recompensado (Wiig, 1993, p. 22), lo que da a entender la cultura occidental es más individualista y puede necesitar mecanismo formales para compartir la información.

Las empresas japonesas han demostrado que gestionar el conocimiento tácito a través de experiencias compartidas, narrativas y aprendizaje práctico es tan importante como gestionar el conocimiento explícito (Davenport & Prusak, 1998, p. 19). Como se puede observar, en la cultura de GC japonesa, se da prioridad al trabajo en equipo, generación de conocimiento tácito y el aprendizaje basado en la experiencia y en donde los trabajadores que conforman estas organizaciones realizan trabajos multifuncionales, como menciona Ikujiro Nonaka en su artículo "A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation", Los japoneses ven el conocimiento principalmente como tácito y enfatizan las relaciones interpersonales y las experiencias

En la cultura empresarial occidental, el conocimiento es visto como una mercancía que debe ser explícitamente documentada, controlada y aprovechada para obtener ventaja competitiva

compartidas como vehículos para la creación de conocimiento (Nonaka, 1994, p. 15). De igual manera la principal dificultad radica en transformar el conocimiento tácito, profundamente arraigado en la experiencia y la cultura, en conocimiento explícito que pueda ser documentado y compartido fácilmente. Muchos empleados perciben la documentación como una carga adicional y pueden resistirse a este proceso, adicional que el éxito del modelo requiere una cultura organizacional que fomente la confianza, el trabajo en equipo y la colaboración. Si la cultura no apoya el intercambio abierto de conocimiento, el modelo pierde efectividad.

Por otro lado, las organizaciones occidentales se caracterizan por una comunicación de bajo contexto y una alta preferencia por el conocimiento escrito y codificado (Hofstede, 1991, p. 43). En estas organizaciones predomina el trabajo y la especialización funcional de los individuos donde hay centralización de la información y en las decisiones se enfatiza el trabajo explícito y el análisis de los hechos, en la cultura empresarial occidental, el conocimiento es visto como una mercancía que debe ser explícitamente documentada, controlada y aprovechada para obtener ventaja competitiva (Wiig, 1993, p. 25). El modelo de Wiig pone énfasis en la organización del conocimiento, pero enfrenta el desafío de garantizar que la información almacenada sea realmente útil y pertinente para la toma de decisiones. Si los datos no están actualizados, son incorrectos o irrelevantes, la gestión pierde eficacia. Asimismo, si no se definen claramente las responsabilidades o no se fomenta una cultura que valore el conocimiento compartido, la gestión se vuelve ineficiente y puede fracasar.

Aplicaciones en la actualidad

TOYOTA – Kiichiro Toyada (Modelo japones)

En una economía donde la única constante es la incertidumbre, el conocimiento es la única fuente confiable de ventaja competitiva duradera. Las empresas exitosas son aquellas que continuamente generan nuevo conocimiento, lo difunden ampliamente a través de la organización y rápidamente lo encarnan en nuevas tecnologías y productos. (Nonaka y Takeuchi, 1991, p. 3). Toyota fue fundada en 1993 por Kiichiro Toyada y se ha convertido en la empresa más importante de todo Japón y una de las más valiosas en el sector automotriz pues que se ha caracterizado por ser innovadora en sus productos automotores y además de eso innovar en la manera de hacer las cosas. Diversos autores han hablado sobre como Toyota gestiona su información, como uno de ellos fue Jeffrey Keith Liker, un profesor de ingeniería industrial y operaciones en la universidad de Michigan y presidente de Liker Lean Advisors, una red de profesionales que asesoran en procesos de transformación Lean, quien publicó un libro llamado "The Toyota Way" el cual está basado en "las claves del éxito de Toyota" en donde resume la forma de ser y comportarse de esta compañía, en donde menciona que, Toyota considera cada problema como una oportunidad para el aprendizaje organizacional, promoviendo una cultura de mejora continua y reflexión constante (Liker, 2004, p. 239).



Toyota ve el conocimiento como una herramienta viva que evoluciona constantemente, en donde podemos ver que comparte el conocimiento tácito mediante la observación, imitación e interacción directa, integrando así el proceso de socialización como lo explicaba Nonaka, es decir que la empresa y sus trabajadores se alinean en trabajar y crecer en un propósito en común, por otro lado hace crecer a sus líderes para que comprendan perfectamente el trabajo y enseñen a otros, lo que da como resultado el desarrollo de equipos que siguen la filosofía de la empresa. En Toyota vemos el proceso de externalización en donde convierte el conocimiento tácito en explícito mediante el diálogo, metáforas y modelos, en el cual cree en una cultura para resolver problemas, además de estandarizar las tareas para generar una autonomía en el empleado lo que genera un espacio donde se comparte y observa el conocimiento para tomar decisiones en consenso considerando todas las opciones. La excelencia operativa de Toyota se basa en parte en herramientas y métodos de mejora de la calidad, pero más importante aún, en la creación de una atmósfera de aprendizaje continuo y un entorno que no sólo acepta, sino que realmente abraza el cambio (Liker, 2004, p. 99). Toyota consolida la información mediante herramientas tecnológicas en donde organiza, clasifica y sistematiza el conocimiento explícito para continuar con su proceso de innovación y mejora constante en donde combina la información para desarrollar estrategias como usar el control visual para no ocultar problemas. Y finalmente el conocimiento internaliza o se vuelve explícito mediante la práctica, además de que es una organización que aprende mediante la reflexión; Toyota considera cada problema como una oportunidad para el aprendizaje organizacional, promoviendo una cultura de mejora continua y reflexión constante (Liker, 2004, p. 239).

PFIZER – Charles Pfizer y Charles F. Erhart (Modelo accidental)

La empresa Pfizer se fundó en 1849 por los primos inmigrantes alemanes Charles Pfizer y Charles F. Erhart en la ciudad de Brooklyn, Nueva York. Es una de las compañías farmacéuticas más grandes del mundo con una sólida reputación por ofrecer vacunas y medicamentos innovadores y de alta calidad. Pfizer evolucionó en cuanto a la gestión del conocimiento adaptándose a un modelo occidental de la mano con las nuevas tecnologías desarrolladas para almacenar y hacer asequible la información. La iniciativa de gestión del conocimiento de Pfizer tenía como objetivo entregar la información correcta a las personas adecuadas en el momento adecuado, mejorando la toma de decisiones y la eficiencia operativa (Davenport, 2002, p. 3).

Es así como Pfizer construye el conocimiento (primer pilar del modelo de Karl Wiig) mediante la investigación y desarrollo (I+D) en donde los trabajadores se especializan en una actividad además de asignar recursos para el desarrollo de nuevos medicamentos, por

otro lado, se genera internamente soluciones para desafíos logísticos cómo convertirse en sus propios fabricantes de diferentes necesidades en la organización, esto demuestra una clara construcción de nuevo conocimiento a partir de experiencias y desafíos externos y desarrollos tecnológicos. En segundo lugar, la empresa organiza su conocimiento a través de programas estandarizados como el programa de devolución de medicamentos no utilizados y la adopción de materiales ecológicos para empaque y otros programas modulares de producción que le permite organizar y escalar rápidamente la manufactura en donde la empresa documenta, sistematiza y regula sus procesos, permitiendo que el conocimiento esté estructurado y disponible para ser replicado. Pfizer Global Supply ha desarrollado un enfoque holístico para la gestión del conocimiento, combinando personas, procesos y tecnología para garantizar que el conocimiento se capture, comparta y aplique en toda la organización (Kane & Johnson, 2016, p. 273). En tercer lugar, Pfizer facilita la transferencia de conocimiento mediante la capacitación de personal en donde todos los empleados son entrenados en prácticas adecuadas, además de colaborar con gobiernos y ONG para desarrollar y distribuir otros medicamentos, es decir que el conocimiento se comparte internamente y con socios externos para amplificar su impacto. Y en cuarto lugar el conocimiento se aplica de forma práctica en la producción eficiente y segura de vacunas, en decisiones administrativas basadas en el conocimiento adquirido y resalta el compromiso con la biodiversidad en donde se aplica el conocimiento para diseñar empaques biodegradables y planes de eliminación responsable de los productos, es así como Pfizer transforma el conocimiento en acción, mejorando su desempeño social, ambiental y empresarial.

Conclusión

Toyota utiliza su modelo de GC para generar mayor conocimiento a través de las experiencias de sus trabajadores fomentando una cultura de mejora continua en la que le da participación a los individuos de manera activa, como los autores del modelo SECI explican, la creación de conocimiento organizacional de Toyota depende en gran medida del intercambio continuo de conocimiento tácito mediante el aprendizaje de aprendices, el trabajo en equipo y la formación en el puesto de trabajo, ilustrando las fases de Socialización y Externalización del modelo SECI (Nonaka & amp; Takeuchi, 1995, p. 76), De igual manera en el contexto del modelo occidental vemos a la empresa Pfizer, la gestión del conocimiento enfatiza la estructuración, codificación y compartición de activos de conocimiento críticos mediante sistemas formales, repositorios y redes de conocimiento explícito, alineándose estrechamente con el enfoque sistemático propuesto por Wiig (Firestone & McElroy, 2003, p. 88; Wiig, 1993). Pfizer adopta un estilo más estructurado alineado específicamente con el modelo de Wiig, en donde resalta la manera en que obtiene su información a través de la codificación y una estructura más explícita. Ambas reflejan la importancia de tener una buena gestión del conocimiento dependiendo de su cultura y necesidades de cada organización.

No solo se necesitaría un modelo para plantearse correctamente la idea de gestionar la empresa en sus activos intangibles, además de analizar cuáles son las necesidades de cada empresa en un contexto determinado de sector o competitividad, Para un modelo de gestión del conocimiento hay que tener en cuenta las prácticas particulares de cada organización e implementar etapas que propendan por un mayor aprendizaje, innovación, participación entre los colaboradores, con los propósitos de generar valor y ventajas competitivas para la organización (Rodríguez-Fonseca et al., 2021). Por otra parte, estos modelos permiten reac-

cionar eficazmente ante cualquier cambio en el mundo organizacional, por otra parte, dependiendo del enfoque en el que se quiera basar, ya sea con el modelo japonés, se puede desarrollar habilidades como la creatividad colaboración, o con el modelo occidental, se puede obtener un control estructurado, que se llevan a usar de manera conjunta dentro de las organizaciones. Aprovechar en la maximización del recurso más importante dentro de las mismas, como lo es el conocimiento, lleva a evolucionar en un mercado sensible al cambio y prepararse para continuar desempeñando las mejoras necesarias dentro de la organización y toma de decisiones fundamentadas añadiendo un valor a la organización.

Referencias

Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press.

Firestone, J. M., & McElroy, M. W. (2003). *Key issues in the new knowledge management*. Butterworth-Heinemann.

Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.

Kane, P., & Johnson, A. (2016). A holistic approach to knowledge management at Pfizer Global Supply. En S. M. Goldschmidt (Ed.), *Knowledge management in pharmaceutical industry* (pp. 273–288). CRC Press.

Liker, J. K. (2004). *The Toyota Way: 14 management principles from the world's greatest manufacturer*. McGraw-Hill.

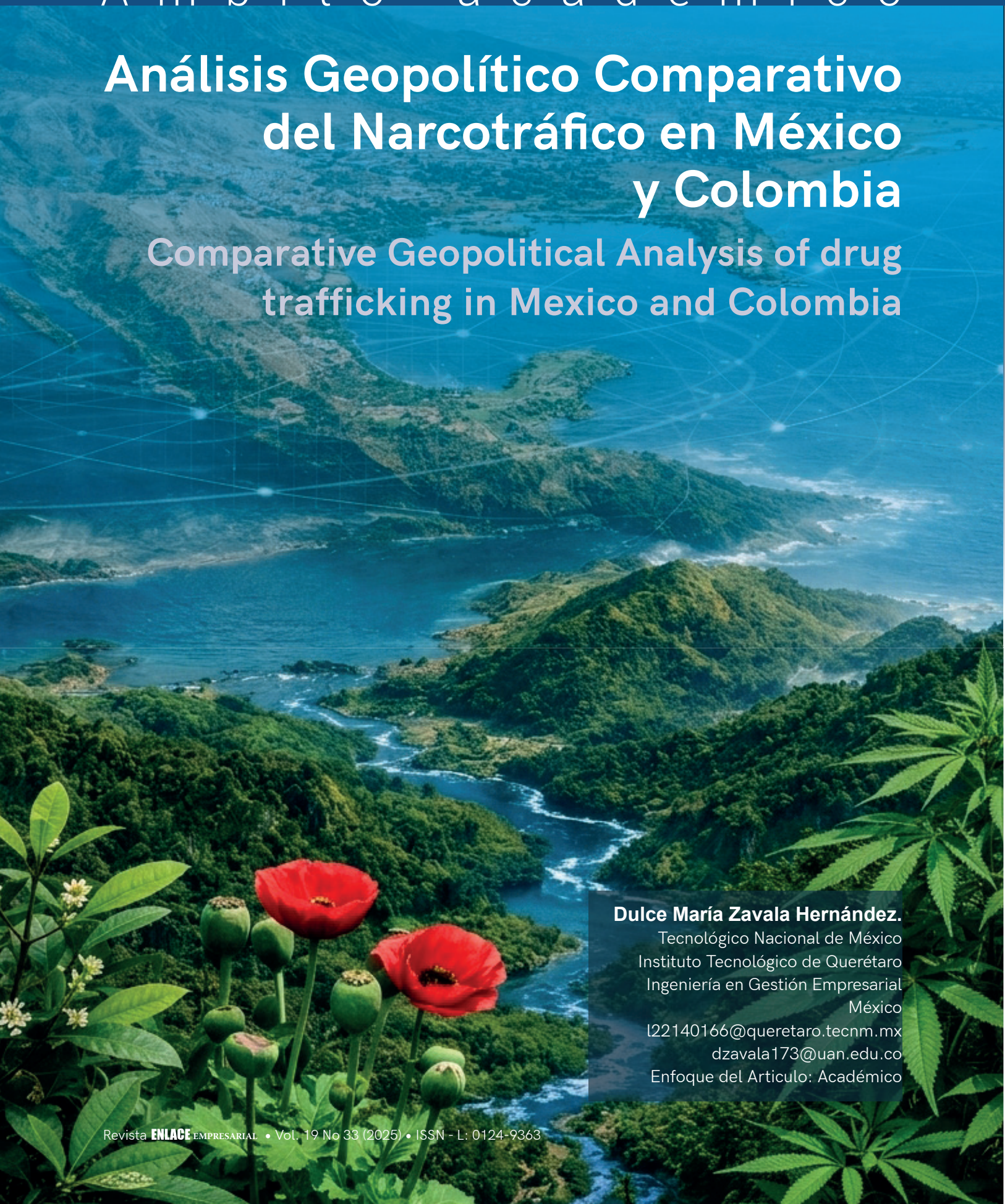
Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.

Rodríguez-Fonseca, F., Castro-Silva, H. F., & Dávila-Carrillo, C. A. (2021). Análisis de modelos de gestión del conocimiento. *Mundo FESC, 11*(S6), 57–73. https://doi.org/10.61799/2216-0388.1127

Wiig, K. M. (1993). *Knowledge management foundations: Thinking about thinking – How people and organizations create, represent, and use knowledge*. Schema Press.

Análisis Geopolítico Comparativo del Narcotráfico en México y Colombia

Comparative Geopolitical Analysis of drug trafficking in Mexico and Colombia



Dulce María Zavala Hernández.
Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Querétaro
Ingeniería en Gestión Empresarial
México
l22140166@queretaro.tecnm.mx
dzavala173@uan.edu.co
Enfoque del Articulo: Académico

Resumen: El artículo explora un análisis geopolítico comparativo del narcotráfico en México y Colombia, dos de los países más afectados por la producción, tráfico y violencia relacionada con las drogas ilícitas. Se examinan las dinámicas históricas, los impactos sociales, políticos y económicos, así como las estrategias gubernamentales y su evolución bajo creciente presión internacional. Además, se profundiza en las implicaciones geopolíticas regionales y globales del narcotráfico, analizando cómo este fenómeno ha redefinido relaciones exteriores, generado nuevos actores transnacionales y provocado la intervención de potencias extranjeras. Se ofrece una perspectiva crítica de los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas en la lucha contra este fenómeno complejo.

Palabras clave: Narcotráfico, geopolítica, México, Colombia, estrategias gubernamentales, impacto social, economía, seguridad internacional.

Abstract: The article explores a comparative geopolitical analysis of drug trafficking in Mexico and Colombia, two of the countries most affected by illicit drug production, trafficking, and violence. It examines the historical dynamics, social, political, and economic impacts, as well as the evolving governmental strategies under increasing international pressure. Moreover, it analyzes the regional and global geopolitical implications of drug trafficking, providing a critical perspective on the outcomes achieved and lessons learned in addressing this complex phenomenon.

Key words: Drug trafficking, Mexico, Colombia, geopolitics, government strategies, social impact, economy, international security.

Introducción

El narcotráfico ha configurado no solo la estructura social y política de México y Colombia, sino también sus relaciones exteriores y su papel geopolítico en el sistema internacional. Ambos países, ubicados estratégicamente entre América del Sur y Estados Unidos, han sido epicentros de producción y tránsito de drogas. Esta posición geográfica, combinada con condiciones estructurales de desigualdad, debilidad institucional y corrupción, ha permitido que redes criminales internacionales penetren profundamente sus sociedades.

Entender la dimensión geopolítica implica reconocer cómo el narcotráfico ha justificado políticas de seguridad hemisférica, intervenciones extranjeras, cooperación bilateral (como el Plan Colombia y la Iniciativa Mérida) y el fortalecimiento de alianzas regionales, Organización de los Estados Americanos (OEA), Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDC), mientras ha tensionado la soberanía nacional.

Desarrollo

El narcotráfico en México se remonta a principios del siglo XX con el cultivo y tráfico de opio y marihuana para el mercado estadounidense, operando durante décadas bajo una compleja red de corrupción y complicidad gubernamental que generó un periodo de calma relativa en ciertas zonas. Sin embargo, en la década de 1980, México se transformó en la principal ruta de tránsito de cocaína hacia Estados Unidos tras la presión antidrogas en el Caribe y la desarticulación de los cárteles colombianos. Los grupos criminales mexicanos, inicialmente socios, evolucionaron a actores dominantes en el control de rutas y distribución, lo que propició

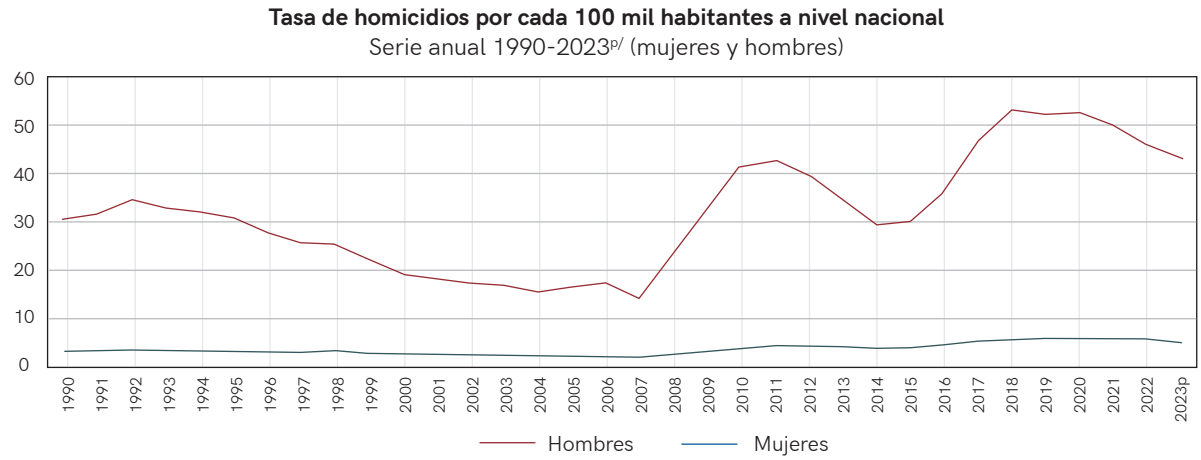
la consolidación de grandes cárteles como Guadalajara, el Golfo y Juárez. La fragmentación de estas organizaciones en los años 90, debido a arrestos de capos y conflictos internos, resultó en la proliferación de grupos más numerosos, descentralizados, brutales y con mayor capacidad de infiltrar las instituciones estatales, incrementando significativamente la violencia.

En Colombia, el narcotráfico emergió en los años 70, impulsado por la demanda estadounidense de cocaína. Los carteles de Medellín y Cali no solo dominaron la economía ilegal, sino que establecieron poderes paralelos que desafiaron al Estado. La violencia exacerbada llevó a una respuesta geopolítica directa: Estados Unidos implementó el Plan Colombia (1999-2018), un proyecto de cooperación militar, antinarcóticos y de desarrollo social, financiado con más de 10.000 millones de dólares. El Plan no solo buscaba combatir el narcotráfico, sino también neutralizar amenazas insurgentes consideradas riesgos para la estabilidad continental.

Desarrollo y actualidad en México y Colombia

En México, el narcotráfico ha evolucionado, pasando de ser un punto de tránsito a un actor global clave. Tras la desarticulación de los grandes cárteles colombianos, las organizaciones criminales mexicanas no solo tomaron el control de las principales rutas de cocaína hacia Estados Unidos, sino que expandieron sus operaciones a mercados transcontinentales en Europa y Asia. Esta expansión se ha acompañado de una notable diversificación de productos, incluyendo metanfetaminas y, de manera creciente y preocupante, fentanilo, una droga sintética altamente potente. La táctica de confrontación directa, bautizada como "guerra contra el narcotráfico", lanzada en 2006 por el gobierno de Felipe Calderón y caracterizada por una fuerte implicación militar, no ha logrado ni mitigar el flujo de narcóticos ni reducir la escalada de brutalidad. Al contrario, esta línea de acción ha provocado la pulverización de las organizaciones criminales en grupos más numerosos, de mayor ferocidad y con una gama de actividades ilícitas expandida, que ahora incluyen desde la extorsión y el secuestro hasta el tráfico de individuos y el saqueo de combustible. El resultado es que la violencia persiste en niveles críticos; en 2022, México alcanzó una tasa de homicidios de 25 por cada 100,000 habitantes (INEGI, 2023), lo cual pone de manifiesto una dificultad constante para la estabilidad y la administración pública del país.

Figura 1. Homicidios dolosos en México vinculados al crimen organizado (INEGI, 1990-2023).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Por su parte, en Colombia, el país continúa siendo un actor central en la producción y suministro global de cocaína. A pesar de los significativos esfuerzos de interdicción, erradicación y las inversiones de la cooperación internacional, los niveles de cultivos ilícitos persisten en cifras elevadas. Si bien el Acuerdo de Paz de 2016 con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), generó esperanzas de una disminución en la producción de cocaína, la realidad ha mostrado un panorama complejo: la continuidad de grupos disidentes, la presencia de otras organizaciones criminales y, crucialmente, la falta de alternativas económicas viables y la presencia estatal efectiva en muchas regiones rurales, han impedido una reducción sostenida. Aunque la violencia frontal de los grandes cárteles de los años 80 y 90 disminuyó, Colombia enfrenta hoy una persistencia de conflictos territoriales entre diversos grupos armados ilegales. Estos actores se disputan el control de las zonas de cultivo y las rutas del narcotráfico, impactando directamente la seguridad de las comunidades locales y generando desafíos constantes a la estabilidad estatal. La lucha contra el narcotráfico en Colombia se ha transformado, pero sigue siendo un pilar fundamental de su agenda de seguridad nacional y sus relaciones internacionales.

La figura 2 es una cartografía de las rutas globales del tráfico de cocaína (2012-2016) según la UNODC.

Muestra:

- Origen/Tránsito principal (verde oscuro): Colombia, Perú, Bolivia (producción); México, Nigeria, Kenia, Sudáfrica, EAU (tránsito clave).
- Rutas principales (líneas gruesas): Desde Sudamérica hacia EE. UU. (vía México) y hacia Europa (directa o vía África Occidental).
- Rutas secundarias (líneas delgadas): Redes menos frecuentes pero existentes, mostrando la diversificación del tráfico.

En síntesis: El mapa destaca a Colombia como gran productor, a México y África como puentes vitales hacia los grandes mercados (EE. UU. y Europa), y la naturaleza global y adaptable de las redes de narco.

Figura 2. Rutas globales del narcotráfico



Fuente: UNODC

Impacto Social y Económico

Efectos en la Economía y la Gobernanza Local

La presencia del narcotráfico ha propiciado una corrupción generalizada que socava el Estado de Derecho. Tanto en Colombia, donde el "narco capitalismo" financió campañas electorales e infiltró instituciones, como en México, con múltiples alcaldes, gobernadores y policías locales vinculados a cárteles, la integridad de las estructuras políticas, policiales y judiciales se ha visto severamente comprometida. Esta corrupción no solo debilita la gobernanza, sino que genera un entorno de impunidad que perpetúa el ciclo de violencia.

Además, la inestabilidad y la percepción de riesgo asociadas al narcotráfico tienen un costo económico tangible. Según estimaciones del Banco Mundial (2022), los conflictos relacionados con el crimen organizado y el narcotráfico han representado para México y Colombia una pérdida aproximada del 2% de su PIB anual, principalmente debido a la reducción de la inversión extranjera directa y la fuga de capitales, desviando recursos que podrían destinarse al desarrollo productivo y social.

Tanto Colombia como México han implementado diversas políticas para abordar el consumo de drogas. Inicialmente, predominaba una perspectiva prohibicionista y punitiva, centrada en la penalización del uso y la posesión de drogas.

Impacto en la Sociedad y la Violencia

Uno de los efectos más devastadores del narcotráfico es el desplazamiento forzado de poblaciones. La violencia generada por los conflictos armados entre cárteles o entre estos y las fuerzas estatales obliga a miles de personas a huir de sus hogares. En Colombia, la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR) reportó en 2022 más de 8 millones de desplazados internos, siendo los conflictos asociados al narcotráfico y los grupos armados ilegales la causa principal. En México, se estima que más de 400.000 personas fueron desplazadas internamente por la violencia entre 2006 y 2022, con gran parte atribuida a la disputa por el control territorial entre organizaciones criminales.

Esta violencia ha llevado a una normalización de esta en muchas regiones rurales de ambos países. En estas zonas, el control social de los cárteles ha suplantado al Estado, configurando nuevos órdenes locales donde las reglas criminales se imponen por encima de la ley. Esta situación no solo genera un clima de terror, sino que erosiona el tejido social y la confianza en las instituciones públicas.

Políticas contra el Consumo de Drogas en Colombia y México Afectados por el Narcotráfico

Tanto Colombia como México han implementado diversas políticas para abordar el consumo de drogas, aunque con enfoques que han evolucionado con el tiempo. Inicialmente, predominaba una perspectiva prohibicionista y punitiva, centrada en la penalización del uso y la posesión de drogas. Sin embargo, en las últimas décadas, ha habido un cambio gradual hacia modelos que incorporan más elementos de salud pública y reducción de daños.

Colombia: Tradicionalmente ha tenido leyes estrictas, pero la Constitución de 1991 despenalizó el consumo de la "dosis personal", aunque

esto ha sido objeto de idas y venidas en la legislación y decisiones judiciales. La política actual busca un equilibrio entre la represión del tráfico y la oferta de programas de prevención, tratamiento y rehabilitación para los consumidores, así como la promoción de alternativas al uso de drogas.

México: La estrategia se ha enfocado históricamente en la criminalización del consumidor. No obstante, en años recientes se han explorado enfoques de salud pública, particularmente en el contexto de la despenalización de la posesión de pequeñas cantidades de drogas para consumo personal, buscando canalizar a los usuarios a tratamientos en lugar de encarcelarlos. Aun así, la implementación de estos programas y el acceso a ellos son desafíos significativos.

Impacto geopolítico regional y global

- Cambio en rutas globales: México y Colombia son puntos nodales en corredores de tráfico hacia EE.UU., Europa y, crecientemente, Asia-Pacífico.
- Intervención extranjera: Estados Unidos ha condicionado ayuda financiera, militar y comercial Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), ahora Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) a compromisos antidrogas, afectando la soberanía nacional.
- Emergencia de nuevas alianzas: Cooperaciones Sur-Sur emergentes (México-Colombia- Perú) buscan coordinar respuestas antidrogas frente a la presión externa.

Estrategias Gubernamentales

Colombia

- Plan Colombia: Focalizado en la erradicación forzosa de cultivos y fortalecimiento militar. Aunque redujo la violencia de los grandes carteles, provocó el desplazamiento de cultivos a nuevas regiones y surgimiento de narco-guerrillas como las FARC.



Aciertos y limitaciones Plan Colombia

El Plan Colombia mejoró drásticamente la seguridad en el país, fortaleciendo y modernizando las fuerzas militares y policiales. Esto permitió recuperar el control territorial frente a grupos armados y redujo significativamente la violencia (masacres, homicidios, secuestros). Además, reafirmó la autoridad estatal y profesionalizó a las fuerzas armadas con apoyo de Estados Unidos.

A pesar de los logros en seguridad, el Plan Colombia tuvo un enfoque militar predominante, lo que impidió una reducción sostenida del cultivo de cocaína (la producción de esta incluso aumentó). Se le criticó fuertemente por su impacto en los derechos humanos, especialmente los "falsos positivos". El plan no resolvió el desplazamiento interno masivo, generó dependencia de ayuda externa y no eliminó la corrupción en algunos sectores de seguridad.

En resumen, el Plan Colombia fue clave para la estabilidad de la seguridad en Colombia, pero falló en abordar las causas profundas del conflicto y el narcotráfico, además de generar preocupaciones por los derechos humanos.

México

- Militarización y Guardia Nacional: La intervención de las Fuerzas Armadas en labores de seguridad pública ha sido una característica persistente en México desde 2006. Aunque la formación de la Guardia Nacional en 2019 procuró una mayor profesionalización de esta estrategia, sus efectos han sido heterogéneos. En 2023, por ejemplo, México documentó más de 30,000 homicidios intencionales, una cifra considerablemente asociada a la actividad del crimen organizado.
- Cooperación binacional: La Iniciativa Mérida (2007-2021) evolucionó hacia el "Entendimiento Bicentenario" en 2021, priorizando el enfoque de salud pública y control de armas, aunque con resultados aún limitados.

Aciertos y limitaciones de la Iniciativa Mérida

La Iniciativa Mérida fortaleció significativamente a las instituciones de seguridad mexicanas al proveerlas de equipo y tecnología avanzada, y al invertir en capacitación y profesionalización para policías y fiscales. También impulsó la reforma del sistema de justicia penal y mejoró la seguridad fronteriza. Estableció un marco crucial de cooperación binacional con Estados Unidos.

Pese a la inversión, México experimentó un aumento notable de la violencia del crimen organizado. La iniciativa fue criticada por fomentar una militarización excesiva de la seguridad pública, lo que se asoció con violaciones de derechos humanos. Además, no detuvo el flujo de armas desde EE. UU. ni resolvió el problema de la corrupción. Se le reprocha su falta de un enfoque integral que abordara las causas sociales y su incapacidad para lograr resultados sostenibles o transparentes.

En síntesis, la Iniciativa Mérida equipó y capacitó a las fuerzas de seguridad mexicanas, pero no logró contener la violencia ni el poder del crimen organizado, y generó cuestionamientos por la militarización y sus implicaciones en derechos humanos.

Tabla 1. Comparación de los dos casos: Colombia y México (Análisis con corte a inicios de 2024)

Aspecto	Colombia	México
Principal producto	Cocaína	Metanfetaminas, fentanilo
Vinculación política	Narcotráfico- insurgencia	Narcotráfico-crimen organizado
Relación con EE.UU.	Intervención militar-financiera directa	Asistencia técnica-condicionalidades comerciales
Estrategia principal	Erradicación+ Desarrollo alternativo	Militarización + contención

Fuente: Elaboración propia basada en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)



Conclusión

El análisis geopolítico comparativo del narcotráfico en México y Colombia revela que este fenómeno trasciende las fronteras nacionales, erigiéndose como un complejo desafío de seguridad internacional, relaciones exteriores y gobernanza global. Si bien ambos países han recorrido trayectorias distintas en la génesis y evolución de sus mercados ilícitos, persisten similitudes preocupantes en su lucha contra el narcotráfico. La dependencia de estrategias de militarización, una cooperación internacional a menudo condicionada por intereses externos y una fragilidad institucional subyacente continúan perpetuando ciclos de violencia y limitando la eficacia de las respuestas. En última instancia, una solución sostenible y de largo alcance exige la adopción de enfoques integrales que armonicen la seguridad con la justicia social, el fortalecimiento institucional endógeno y una diplomacia multilateral genuinamente comprometida con la corresponsabilidad global en la reducción tanto de la oferta como de la demanda de drogas ilícitas.

Referencias

Becerra, P. (2019). *Narcotráfico y violencia en Colombia: Desafíos y estrategias de control*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Esponda, I. (2020). El auge del narcotráfico en México. En J. A. Ramírez & M. L. Berg (Eds.), *Narcotráfico y política en América Latina* (pp. 45–78). Editorial Siglo XXI.

González, L. (2020). *Narcotráfico y violencia: Una mirada histórica*. Ediciones Universidad.

Pérez, R. (2022). *Narcotráfico y economía: Un enfoque crítico*. Universidad del Desarrollo.

Ramírez, M. (2019). Políticas antidrogas en América Latina: Un análisis comparativo. *Revista de Ciencias Sociales*.

Vargas, A. (2021). *El impacto social del narcotráfico en Colombia y México*. Editorial ABC.

Contraste Competitivo entre Colombia y Perú desde el año 2019 al primer trimestre del año 2025

Competitive Contrast Between Colombia and Peru from 2019 to the first quarter of 2025

David Enrique Ayala Yarleque
Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Empresas
Sede Este, Lima, Perú
dayalaya@ucvvirtual.edu.pe
davidayalayarleque@gmail.com

Luisa Fernanda Rodríguez Campos
Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas
y Administrativas
Administración de Empresas
Sede Sur, Bogotá, Colombia
lurodriguez62@uan.edu.co
luisarodriguezlu123@gmail.com
Enfoque del artículo: Académico



Resumen: El artículo tiene como objetivo presentar contrastes entre los países de Colombia y Perú a nivel de competitividad, se eligieron los factores de desempeño económico tomando como referencia el Producto Interno Bruto (PIB) y destacando los sectores fuertes que tiene cada uno de los países en cuanto a economía durante el periodo del año 2019 hasta el 2025 analizando datos estadísticos. Por otro lado, el siguiente factor es el desempeño gubernamental donde se habla del turismo y gastronomía de los países ya indicados, destacando lugares turísticos y platos emblemáticos de ambos países como una fuente de desarrollo para el crecimiento ambos dando paso a nuevas estrategias para mejor rendimiento a nivel internacional y mundial.

Palabras clave: Competitividad, economía, educación, PIB, turismo, sector económico.

Abstract: The article aims to present contrasts between the countries of Colombia and Peru in terms of competitiveness. Economic performance factors were chosen based on GDP and, by analyzing statistical data, the strong sectors of each economy from 2019 to 2025. The next factor is government performance, which discusses tourism and gastronomy in the aforementioned countries, highlighting tourist attractions and emblematic dishes from both countries as a source of development for growth, both paving the way for new strategies for improved international and global performance.

Key words: Competitiveness, economy, education, PIB, tourism.

Desarrollo:

La competitividad es clave en los países para su desarrollo y crecimiento a la hora de obtener más ingresos económicos y destacarse positivamente entre ellos, con el fin de mejorar, es de resaltar que hay países más competitivos que otros y esto se debe a diferentes factores que son medidos para definir los niveles de competitividad de manera individual, en este caso Colombia se posiciona en el lugar 58 con un puntaje de 49,7, y Perú en el lugar 60 con un puntaje de 45,9, de acuerdo con los datos otorgados por el Índice de Competitividad Mundial (IMD).

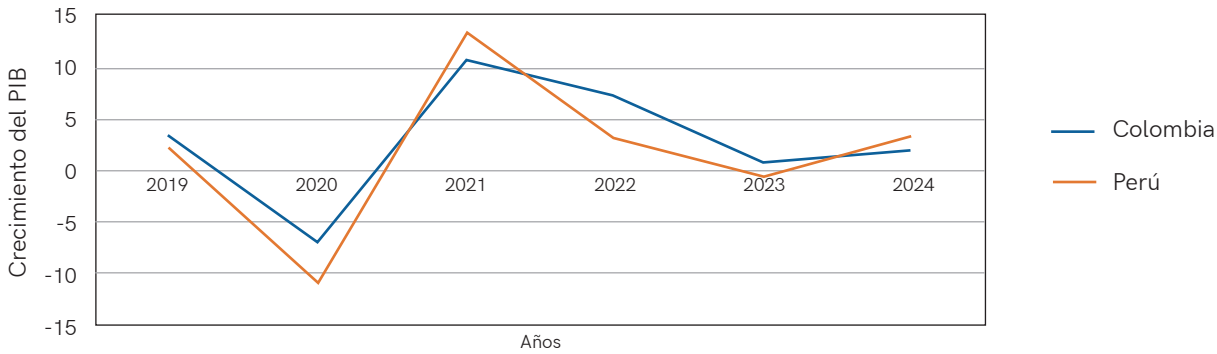
De acuerdo con información consultada en el Conpes Colombia no está bien equipada en cuanto a desarrollo tecnológico e infraestructura (Schwab, 2018). Por lo cual es un aspecto negativo para el desarrollo y crecimiento impidiendo que no sea competitivo y aporte a las mejoras de la economía. Por otro lado, Perú está invirtiendo en infraestructura como la construcción de aeropuertos y puertos aportando al desarrollo turístico y económico del país como la generación de empleos (*Plan Nacional de Competitividad y Productividad*, 2024)

Desempeño Económico

La economía es un factor en la competitividad que es medible para proyectar el rendimiento económico de los países, para lo que se lleva del año 2025 Colombia tiene un PIB alrededor del 2,6%, recordemos que es un país rico en recursos y que su fuerte está en sectores agropecuarios, en construcción, turismo y en el comercio sea local o de exportación que son generadores de ingresos y atractivos para nuevas inversiones; Por otro lado Perú tiene un crecimiento para el año 2025 entre el 3% y 3,5% con su fuerte en la minería, la pesca, el turismo y la agroindustria, que permiten una aceleración en el crecimiento constante de ingresos monetarios, que son beneficios para el país.

A continuación, se presenta una gráfica elaborada a base de datos obtenidos del Banco Mundial para observar el crecimiento y las caídas en los últimos 5 años del PIB en Colombia y Perú.

Gráfica 1. Crecimiento del PIB Colombia – Perú (2019 – 2024)



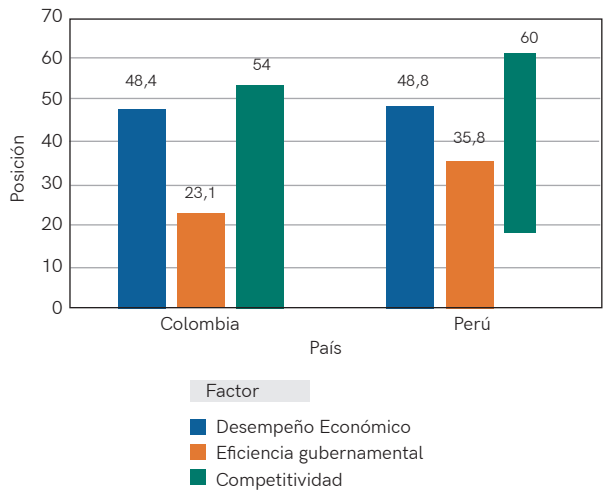
Fuente: Elaboración propia

En la anterior gráfica, podemos ver que para el año 2020 los dos países tienen un crecimiento negativo y esto se debe a la pandemia por el Covid-19, para el año 2021 se observa un crecimiento exponencial por la activación económica bajo medidas implementadas por los gobiernos, como lo fue el trabajo en casa, permisos para salir en horarios definidos para evitar aglomeraciones, entre otras.

Entre el año 2021 al 2024 se observa que los países han tenido un crecimiento de recuperación moderado presentando estabilidad y una mejora económica.

El desempeño económico como indicador para definir la posición de competitividad mundial Colombia tiene un 48,4% lo que da como resultado que se deben seguir realizando procesos de mejora; el desempeño económico para Perú está en un 45,9% al igual que Colombia debe trabajar en planes de desarrollo que generen crecimiento económico, saquen provecho a sus recursos y se posicionan en un mercado más competitivo, pero como bien se sabe todo esto depende de arandelas políticas y gubernamentales que detienen y deterioran los procesos constructivos por temas como la corrupción que no dan paso a un desarrollo económico saludable y de participación de la sociedad porque se ven involucrados con beneficios individuales y abusos de poder que priman sobre los beneficios colectivos.

Cuadro 2. Comparación de Competitividad de *Colombia y Perú.*



Desempeño Gubernamental

Según la página oficial de Perú Travel (2025). Perú es un país que destaca por su riqueza arqueológica, natural y de aventura. Con más de 5000 sitios arqueológicos, muchos de ellos envueltos en misterio, permite a los visitantes conectarse con antiguas civilizaciones, como ocurre en Machu Picchu, ícono del Imperio Incaico. Además, es uno de los principales países más biodiversos del mundo, con más de 200 áreas naturales protegidas, numerosas especies endémicas y ecosistemas únicos. También se consolida como un destino principal para el

turismo de aventura, ofreciendo actividades como trekking, surf, parapente y kayak en escenarios naturales impresionantes.

Cusco es una de las ciudades más visitadas a nivel nacional e internacional por su gran historia e increíbles lugares por visitar.

De acuerdo al Mincetur (2024) Entre los meses de enero y noviembre del año 2024, Perú recibió 2 976 151 turistas internacionales, lo que representa un aumento del 31,6 % en comparación con el mismo período de 2023 y una recuperación del 74,2 % respecto a los niveles previos a la pandemia de 2019. Según el Reporte Mensual de Turismo del Mincetur, los atractivos más visitados por turistas extranjeros se concentran en la región Cusco, siendo los principales: Machu Picchu (981 666 visitantes), Ollantaytambo (495 462), Sacsayhuamán (439 139), Moray (393 988) y Pisaq (327 877).

De la misma forma, Colombia es uno de los principales destinos turísticos latinoamericanos para muchos extranjeros y visitantes internos.

De acuerdo con el centro de información turística (2025) En el año 2024, Colombia presentó un gran crecimiento en la llegada de visitantes extranjeros con un aumento del 10,9% en comparación con el mismo periodo del año 2023. Este incremento refleja un paso de 6.17 mil visitantes en 2023 a 6,84 millones en 2024, lo que se evidencia una recuperación progresiva durante ese periodo. No obstante, en enero del 2025, Colombia tuvo una desaceleración en tanto turistas no residentes, registrando una disminución del 6,2% respecto al mismo periodo del año anterior. En cifras absolutas, paso de 605.965 en el año 2024 a 568.292 en 2025.

Cuadro 3. Machu Picchu. Visita turistas.



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Conclusiones

A nivel competitivo Colombia y Perú son dos países latinoamericanos en los que su fuerte está en los sectores de agricultura y turismo como fuentes generadoras de economía, a pesar de esto no explotan al máximo sus recursos dejándolos alejados de un posicionamiento cercano a primeros puestos a nivel competitivo ante los demás países.

Referencias:

IMD Business School. (2024, 17 de septiembre). *WCR-Rankings*. IMD Business School for Management and Leadership Courses. https://www.imd.org

Secretaría Nacional de la Juventud (Senaju). (s. f.). *Día Internacional de la Educación: Solo el 30.9% de jóvenes peruanos logró transitar a la educación superior*. https://juventud.gob.pe/2024/01/dia-internacional-de-la-educacion-solo-el-30-9-de-jovenes-peruanos-logro-transitar-a-la-educacion-superior/

World Bank. (s. f.). *GDP growth (annual %)* [NY.GDP.MKTP.KD.ZG]. World Bank Open Data. https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2024&locations=CO&start=2019

COMEXPERU - Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (s. f.). *Infraestructura en el Perú: El rol de la inversión privada*. https://www.comexperu.org.pe/articulo/infraestructura-en-el-peru-el-rol-de-la-inversion-privada

Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (2024, 6 de noviembre). *Plan Nacional de Competitividad y Productividad*. https://www.gob.pe/institucion/mef/campañas/229-plan-nacional-de-competitividad-y-productividad

Perú Travel. (2025). *Panorama general del turismo: Perú*. https://www.peru.travel/es/acerca-de-peru/turismo

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). (2024). *Reporte mensual de turismo: Enero–noviembre*. https://www.peru.travel/

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2025). *Informe de turismo: Diciembre 2024*. https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2024/diciembre/oee-nl-turismo-diciembre.pdf.aspx

Chancay impacto económico para Perú y Colombia: Una mirada prospectiva

Chancay economic impact for Perú and Colombia: A prospective look

Danna Molly Vargas Villavicencio
Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Empresas
Sede Este, Lima, Perú
dvargasvil@ucvvirtual.edu.pe
vargasvillavicencio123@gmail.com

Yobani Alfonso Suárez Pardo
Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias
Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
Sede Sur, Bogotá, Colombia
yosuarez55@uan.edu.co
yobanialfonsosuarezpardo@gmail.com
Enfoque del artículo: Académico.



Resumen: El Megapuerto de Chancay, está localizado al norte de Lima y respaldado por la compañía china COSCO Shipping Ports, simboliza un cambio fundamental en la conexión comercial entre América Latina y Asia. Este análisis evalúa su posible impacto económico en Perú y Colombia desde un en punto de vista a futuro, mirando su función como centro logístico estratégico para las MIPYMES y su relación con acuerdos como la Comunidad Andina (CAN), la Alianza del Pacífico y el TLC CAN-UE.

Se estima que el puerto aumentará el PBI de Perú hasta en un 1%, fomentará la diversificación económica en áreas como Chancay y disminuirá los costos logísticos hacia Colombia hasta en un 30%. Además, se reconoce que las MIPYMES de ambos países podrían facilitar su integración en cadenas de valor internacionales, siempre que se implementen políticas complementarias de apoyo. La experiencia de Perú es un ejemplo por seguir para procesos análogos en puertos colombianos como Buenaventura y Tumaco.

Palabras clave: Megapuerto de Chancay, MIPYMES, Perú, Colombia, Impacto económico, tratados comerciales.

Abstract: The Chancay Megaport, located north of Lima and financed by the Chinese company COSCO Shipping Ports, represents a key transformation in trade connectivity between Latin America and Asia. This study analyzes its potential economic impact on Peru and Colombia from a prospective perspective, highlighting its role as a strategic logistics hub for MSMEs and its connection with treaties such as the Andean Community (CAN), the Pacific Alliance, and the CAN-EU FTA. The port is projected to increase Peruvian GDP by up to 1%, boost productive diversification in areas such as Chancay, and reduce logistics costs to Colombia by up to 30%. It also identifies that MSMEs from both countries could more easily integrate into international value chains, provided complementary support policies are in place. The Peruvian experience serves as a benchmark for similar processes in Colombian port regions, such as Buenaventura and Tumaco.

Key words: Chancay Megaport, MSMEs, Peru, Colombia, Economic impact, trade agreements.

Desarrollo

¿Qué pasaría si te dijera que un solo puerto podría redefinir el comercio entre América Latina y Asia? El **Megapuerto de Chancay**, ubicado al norte de Lima y financiado por la empresa estatal china COSCO Shipping Ports, no solo es una obra de gran escala, sino también un **símbolo de una nueva era comercial para la región.** Su impacto va más allá del Perú: en un contexto donde países como **Colombia y Perú** comparten tratados clave como la Comunidad Andina, la Alianza del Pacífico y el TLC CAN-UE, este nuevo eje logístico plantea una oportunidad única para **fortalecer las PYMES, dinamizar el comercio bilateral** y acelerar la integración económica regional. Esta edición analiza cómo la entrada en operación del puerto puede impulsar el crecimiento del **PBI de ambos países**, reconfigurar el papel de las micro y pequeñas empresas y abrir una nueva ventana de competitividad global para América Latina.

Antes de empezar la investigación proyectada debemos brindar contexto de cómo surgió el proyecto del Megapuerto de Chancay y el proceso que ha tenido hasta hoy en día. El proyecto inició en el año 2010 bajo el segundo gobierno de Alan García proyectándose como una visión estratégica para potenciar la costa peruana como eje logístico del Pacífico. Sin embargo, fue recién en 2019, bajo el gobierno

de Martín Vizcarra, que el proyecto alcanzó una forma concreta gracias a la alianza con la empresa China Cosco Shipping Ports adquiriendo el 60% del megaproyecto. Posterior a ello se realizaron años de estudio, proyecciones y construcción para que en el año 2025 tras 15 años de su concepción inicial y 6 años de obras concretas el puerto entrará a su primera fase operativa marcando el inicio de una gran etapa comercial para el Perú y la región.

1. Los tratados que abrieron el camino

La Comunidad Andina (CAN)

Desde 1969, Perú y Colombia forman parte de la Comunidad Andina (CAN) la cual es un bloque de integración subregional conformado por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, que busca fomentar el desarrollo económico y social equilibrado entre sus países miembros. Desde su creación en 1969 mediante el Acuerdo de Cartagena, la CAN ha promovido la cooperación regional a través de normas comunitarias, libre comercio de bienes sin aranceles y políticas comunes en aduanas, migración y telecomunicaciones. Según la Secretaría General de la CAN, en 2024 el comercio intrarregional alcanzó USD 1,152 millones, con un 82.9% en manufacturas.

De acuerdo con la imagen presentada ahora vamos a indicar a qué puertos se realizó cada desemboque y el porcentaje de participación que se presenta en cada uno de estos:

Cuadro 1. Principales mercados de Exportación de la CAN 2024. (Millones USD)

	Mercado	2024
1	China	31,871
2	Estados Unidos	31,208
3	Unión Europea	19,987
4	Panamá	11,217
5	**Comunidad Andina**	**9,152**
	Otros	61,856
	Mundo	165,290

Fuente: Institutos de Estadística de Bolivia y Colombia, Banco Central del Ecuador y Aduana del Perú. SIECT, Decisión 511
Elaboración: Secretaría General de la Comunidad Andina

1. Puerto del Callao (Perú): Este puerto es el principal punto de salida del Perú con 2 M TEUs representando el 25% del comercio regional por tierra y mar.
2. Puerto de Cartagena (Colombia): El eje portuario más significativo en Colombia y además punto de transbordo regional, reconocido como el nodo clave de la CAN, representa el 31% del comercio intrarregional.
3. Puerto de Buenaventura (Colombia): Principal puerto del pacífico colombiano, contra cerca del 10% - 12% del flujo total.
4. Otros puertos: En estos se encuentran Barranquilla, Santa Marta en Colombia, así como puertos menores en Ecuador y Bolivia.

Este tratado permite que productos provenientes del Megapuerto de Chancay lleguen a Colombia sin aranceles, beneficiando especialmente a las PYMES que requieren bajo costo logístico para competir.

La Alianza del Pacífico

Creada en 2011 y consolidada en 2016, esta alianza permite la libre circulación del 98% del comercio intrarregional. Entre sus principales objetivos están fortalecer la integración profunda, fomentar el crecimiento económico, reducir la desigualdad y proyectar a sus miembros hacia la región Asia-Pacífico. Esto favorece la internacionalización de las MiPymes.

Con el mega puerto como nuevo nodo de conexión con Asia conlleva a que Colombia se convierta en receptor de bienes peruanos (como textiles, alimentos, piezas industriales) con mayores ventajas competitivas.

TLC CAN – UE

El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea fue ratificado por Colombia y Perú en el 2013, con entrada plena en vigor el 1 de noviembre de 2024. Este acuerdo ha permitido facilitar el acceso de exportaciones agrícolas, pesqueras e industriales. Ahora en vista prospectiva se asegura que el puerto permitirá exportar hacia Europa en tiempos mucho más rápidos. Las PYMES exportadoras peruanas ahora podrán entrar con más fuerza a ese mercado, generando encadenamientos productivos también con empresas colombianas.

2. ¿Cómo transformó el puerto la economía peruana?

Impacto en el PBI nacional

De acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el Megapuerto de Chancay generará un aporte de hasta 0.3% del PBI en su fase inicial, y podría alcanzar cerca del 1% conforme se desarrollen las siguientes etapas.

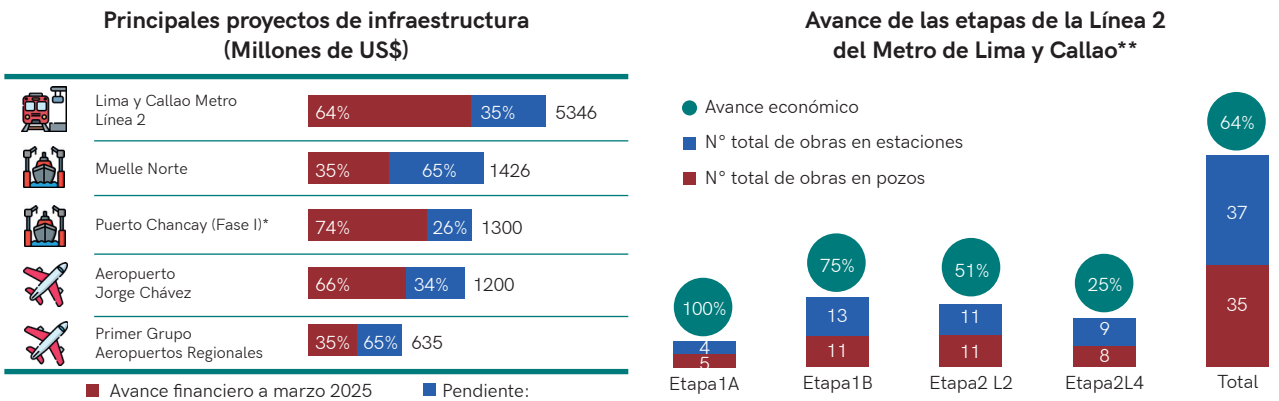
¿Qué representa esto? El Producto Bruto Interno mide la producción total de bienes y servicios de un país. Un incremento del 1% representa miles de millones en inversión, empleo y comercio, lo que repercute positivamente en las pequeñas y medianas empresas, que son el motor de la economía.

Para tener una proyección de lo que significa el aumento del casi 1% vamos a realizar la representación con números:

1. PBI estimado para cada país en el año 2025 (US$):
   - Perú: 303,300,000,000
   - Colombia: 1,024,800,000,000
2. Aumento del casi 1%:
   - Perú: 3,033,000,000
   - Colombia: 10,248,000,000
3. PBI total:
   - Perú: 306,333,000,000
   - Colombia: 1,035,048,000,000

La imagen muestra el avance financiero de los principales proyectos de infraestructura del Perú al 2025, entre ellos la Línea 2 del Metro de Lima y Callao, el aeropuerto Jorge Chávez, el Muelle Norte y el Megapuerto de Chancay, cuya primera fase registra un notable 74 % de ejecución, supe-

Cuadro 2. Principales proyectos de Infraestructura.



1/ El avance del Puerto de Chancay fue estimado con información remitida por APN.
2/ Se considera el avance económico como porcentaje de las inversiones reconocidas al trimestre móvil noviembre, diciembre 2024 y enero 2025 (Inversión total = US$ 4 535 millones), según reporte de Ositran.
Fuente: Ositran, APN y proyecciones MEF.

Fuente: Instituto de Estadística de Bolivia- Colombia.

rando a los demás. A diferencia de los proyectos orientados al transporte urbano o aéreo, Chancay apunta a transformar al Perú en un hub logístico del Pacífico, con capacidad para recibir mega buques y acortar los tiempos de conexión comercial con Asia. Esta obra no solo impulsa el desarrollo económico local, sino que posiciona al país como un actor clave en el comercio global, marcando una diferencia estratégica frente a otras inversiones en infraestructura.

3. Más empleo y dinamismo en pymes locales

¿Están experimentando realmente un cambio las MIPYMES? En el área de Chancay existen más de 4.300 negocios locales, de los cuales el 99,5 % son microempresas. Estas generan el 77,7 % del empleo formal en la región.

Estas microempresas, que históricamente se han dedicado a la pesca y agricultura, se han visto obligadas a adaptarse a la nueva realidad del puerto. De acuerdo con el economista William Muñoz (UCSS), están empezando a diversificarse hacia áreas como la logística, servicios técnicos y comercio exterior, donde el puerto crea nuevas oportunidades.

Sin embargo, el cambio no es homogéneo ni inmediato. Aún existen brechas de capacitación, financiamiento y conectividad digital que limitan su integración plena a la nueva cadena de valor. El caso de Chancay representa una oportunidad para observar cómo grandes obras de infraestructura pueden o no generar desarrollo territorial inclusivo. Para países como Colombia, con realidades similares en zonas portuarias como Buenaventura o Barranquilla, la experiencia peruana ofrece lecciones clave sobre la necesidad de políticas articuladas que acompañen a las MIPYMES en este proceso de reconversión productiva.

Gráfico. Puerto Retail (2024).



Fuente: Instituto de Estadística de Perú (2024).

4. El efecto en Colombia: crecimiento a la vista

PBI colombiano en la mira

La conexión directa con Asia, vía Chancay, **reducirá costos de transporte hasta en un 30%** y disminuirá el tiempo de envío de **45 a 25 días**. Esto impactará positivamente en la **importación de maquinaria, insumos tecnológicos y bienes intermedios** para el sector industrial colombiano.

Gráfico. Rutas marítimas y puntos de control.



De: Chile, perú, Colombia, Panama, México
A: Japón, China
Tiempo: 35 días



De: Brasil, Uruguay, Argentina
A: Singapur, Japón, China
Tiempo: 35 días

Fuente: Instituto de Estadística de Perú (2024).

La imagen evidencia que los envíos marítimos desde Colombia hacia Asia toman cerca de **35 días**, debido a rutas prolongadas y escalas intermedias. Con la entrada en operación del **Puerto de Chancay (Perú)**, esta dinámica cambiará drásticamente: los productos asiáticos podrán llegar a Colombia en solo **25 días** y con una reducción de costos logísticos de hasta **30 %**. Para regiones colombianas como **Nariño, Valle del Cauca o el Eje Cafetero**, esta nueva ruta representa una **ventaja estratégica**, mejorando el acceso a insumos clave para la industria y fortaleciendo la competitividad frente al mercado asiático.

Gracias a los tratados mencionados, Colombia podrá importar estos productos sin aranceles y con mayor velocidad, dinamizando sectores clave como la manufactura, agroindustria y tecnología, contribuyendo indirectamente al crecimiento de su PBI.

5. Proyección de crecimiento para las pymes colombianas

¿Cuál será el papel de las pequeñas empresas en Colombia? Según Confecámaras, más del 99,6 % del sector empresarial colombiano está compuesto por MIPYMES, las cuales representan cerca del 40 % del PIB y generan el 67 % del empleo formal.

Con la operatividad del Megapuerto de Chancay, estas empresas podrán acceder a productos peruanos a precios más bajos, beneficiarse de alianzas logísticas estratégicas y adquirir materias primas de forma más eficiente.

Además, los acuerdos de integración, como la Alianza del Pacífico, que eliminan aranceles para el 92 % de los productos intercambiados entre Colombia y Perú, fomentan aún más estas relaciones comerciales. Por lo tanto, las MIPYMES colombianas tendrán la oportunidad de reducir sus costos en insumos, incrementar su competitividad y afianzar su posición en las cadenas de valor regionales.

Conclusión:

El Megapuerto de Chancay se perfila como un punto estratégico que no solo beneficia a Perú, sino que también abre nuevas posibilidades para Colombia y América Latina en general, al optimizar el comercio con Asia mediante la reducción de tiempos y costos logísticos. Los acuerdos comerciales vigentes, como la CAN y la Alianza del Pacífico, fortalecen aún más su papel al facilitar el tránsito de mercancías entre países de la región. Esta iniciativa peruana también deja importantes enseñanzas para Colombia, ya que demuestra que, con el respaldo adecuado, las MIPYMES pueden adaptarse, crecer y participar en el comercio internacional. Así, se abre una ventana de oportunidad para que las pequeñas y medianas empresas colombianas accedan a insumos clave, mejoren su conexión con mercados internacionales y se integren con mayor facilidad a cadenas globales de valor.

Referencias:

Comunidad Andina. (2024, 20 de junio). *Comunidad Andina: El 82.9% de las exportaciones entre países andinos fue de productos manufacturados durante 2024*. https://www.comunidadandina.org/notas-de-prensa/comunidad-andina-el-82-9-de-las-exportaciones-entre-paises-andinos-fue-de-productos-manufacturados-durante-2024/

Alianza del Pacífico. (s. f.). *Alianza del Pacífico*. https://alianzapacifico.net/

Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (2024). *Informe de actualización del Marco Macroeconómico Multianual 2025-2028*. https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/IAPM_2025-2028.pdf

Perú Retail. (2024, 3 de mayo). *BCR calcula que el mega puerto de Chancay sumará un 0.3% al PBI nacional*. https://www.peru-retail.com/bcr-calcula-que-el-megapuerto-de-chancay-sumara-un-0-3-al-pbi-nacional/

Gestión. (2024, 18 de abril). *El reto de Chancay: ¿Cuántas empresas se beneficiarán con el mega puerto?* https://gestion.pe/economia/empresas/el-reto-de-chancay-cuantas-empresas-se-beneficiaran-con-el-megapuerto-agricultura-mypes-pymes-pesca-exportaciones-hualral-noticia/

Universidad de Piura (UDEP). (2024, noviembre). *Importancia económica del puerto de Chancay*. https://www.udep.edu.pe/hoy/2024/11/importancia-economica-del-puerto-de-chancay/?utm_source=chatgpt.com

FreshPlaza. (2024, 14 de junio). *Perú se posiciona como un centro logístico clave con la apertura del Puerto de Chancay*. https://www.freshplaza.com/north-america/article/9658084/peru-positions-itself-as-a-key-regional-logistics-hub-for-asia-with-the-opening-of-the-port-of-chancay/?utm_source=chatgpt.com

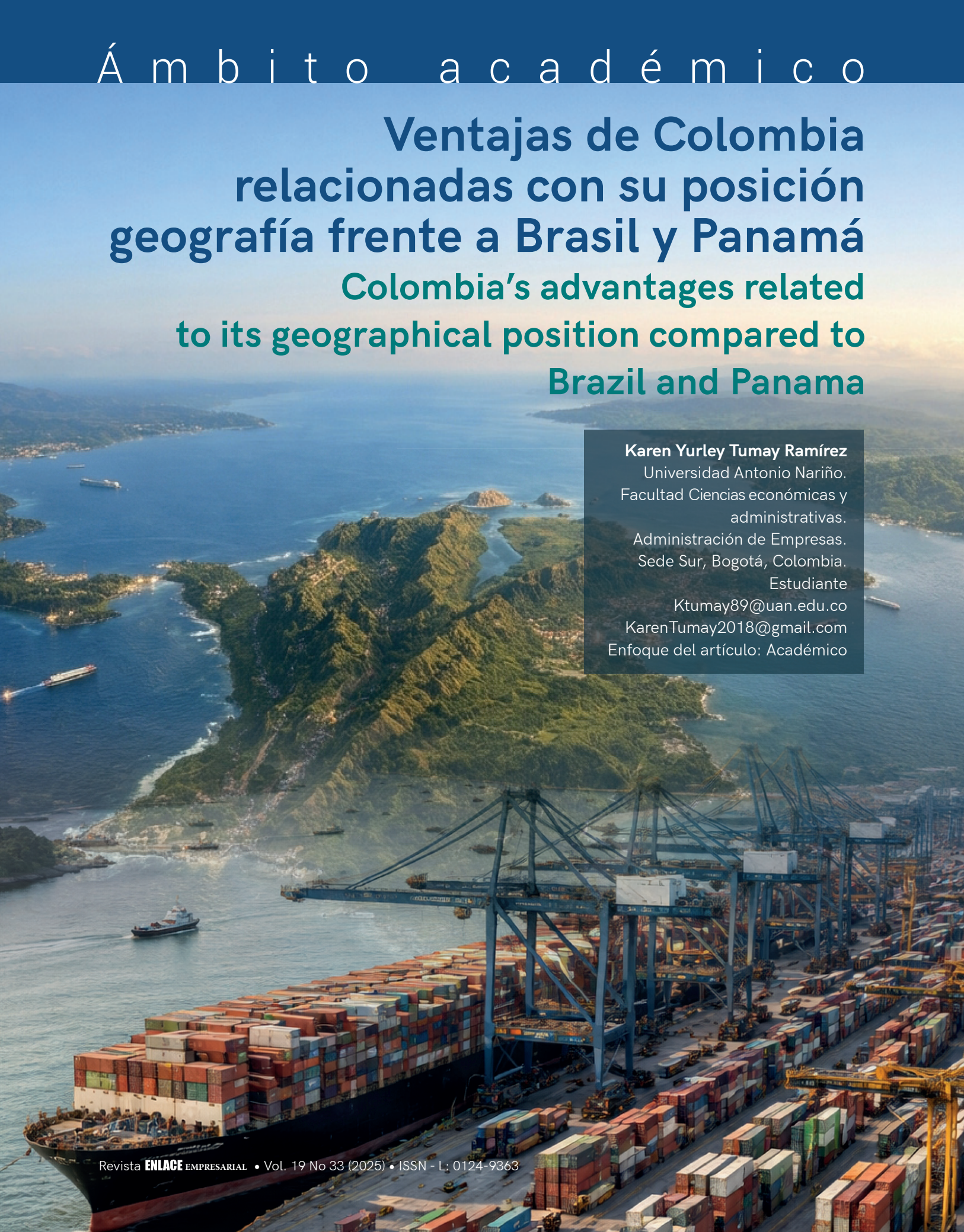
Banca de las Oportunidades. (s. f.). *La inclusión financiera de las MIPYMES en Colombia*. https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/es/blogs/blog-de-bdo/la-inclusion-financiera-de-las-mipymes-en-colombia?utm_source=chatgpt.com

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA). (2024). *Alianza del Pacífico elimina aranceles al 92% de productos comercializados por el bloque*. https://www.sela.org/alianza-del-pacifico-elimina-aranceles-al-92-por-ciento-de-productos-comercializados-por-el-bloque/?utm_source=chatgpt.com

Confecámaras. (s. f.). *Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio*. https://confecamaras.org.co/

Ventajas de Colombia relacionadas con su posición geografía frente a Brasil y Panamá

Colombia's advantages related to its geographical position compared to Brazil and Panama



Karen Yurley Tumay Ramírez
Universidad Antonio Nariño.
Facultad Ciencias económicas y administrativas.
Administración de Empresas.
Sede Sur, Bogotá, Colombia.
Estudiante
Ktumay89@uan.edu.co
KarenTumay2018@gmail.com
Enfoque del artículo: Académico

Resumen: Colombia goza de una posición geográfica estratégica en América Latina, siendo el único país sudamericano con acceso tanto al océano Pacífico como al mar Caribe. Esta ventaja le permite conectarse de manera eficiente con mercados en América del Norte, Europa y Asia. Además, su cercanía con el Canal de Panamá fortalece su participación como un nodo logístico clave en la región, facilitando el comercio y la integración económica.

Comparado con Brasil, que solo tiene acceso al Atlántico, y Panamá, cuya economía depende principalmente del sector servicios, Colombia se perfila como un país con mayor diversificación económica y oportunidades de expansión.

Gracias a esto, Colombia es un punto clave para el comercio, el transporte y también para temas de seguridad en la región.

Palabras clave: Posición estratégica, Geografía, América latina, comercio internacional, Ventajas geográficas.

Abstract: Colombia enjoys a strategic geographic position in Latin America, being the only South American country with access to both the Pacific Ocean and the Caribbean Sea. This advantage allows it to efficiently connect with markets in North America, Europe, and Asia. Furthermore, its proximity to the Panama Canal reinforces its role as a key logistics hub in the region, facilitating trade and economic integration.

Compared to Brazil, which only has access to the Atlantic, and Panama, whose economy depends primarily on the service sector, Colombia is emerging as a country with greater economic diversification and opportunities for expansion.

Thanks to this, Colombia is a key hub for trade, transportation, and security issues in the region.

Key Words: Strategic position, Geography, Latin America, International trade, Geographical advantages.

Desarrollo

Al comparar la ubicación geográfica de Colombia con la de Brasil y Panamá, salta a la vista que Colombia posee una ventaja estratégica innegable. Su privilegiado acceso a dos océanos, el Atlántico y el Pacífico, no solo le confiere una posición única, sino que también le abre un abanico de oportunidades para establecer conexiones comerciales más rápidas y eficientes a nivel global.

El postulado de Michael Porter sobre ventaja competitiva de las naciones subraya que un país puede potenciar su posición internacional capitalizando al máximo sus recursos, infraestructura y, crucialmente, su localización. Colombia ejemplifica esto a la perfección. Su doble fachada marítima y su proximidad al Canal de Panamá facilitan enormemente las exportaciones hacia América, Europa y Asia de manera ágil y costo-efectiva. Contrastando con esta situación, Brasil, a pesar de ser una potencia en términos de recursos y tamaño, depende en gran medida del océano Atlántico. Esta dependencia unidireccional le impone una desventaja significativa en el acceso a los mercados asiáticos, lo que complica la comercialización de sus productos y servicios. La conectividad internacional superior de Colombia le permite desarrollar y fortalecer sectores clave como el comercio exterior, la logística y el turismo, impulsando así mayores oportunidades de negocio y un crecimiento económico sostenido.

Halford Mackinder, uno de los teóricos geopolíticos más influyentes, enfatizó que el control de las rutas y conexiones entre continentes define el poder de las naciones. En este sentido, la ubicación de Colombia es una joya geopolítica. Al ser un punto de tránsito neurálgico entre América del Sur, Centroamérica y América del Norte,

y proximidad con el canal Canal de Panamá, Colombia adquiere una influencia desproporcionada en la región.

Esta posición le otorga a nuestro país una capacidad única para influir en temas críticos como la migración, la seguridad regional y el comercio internacional de manera mucho más efectiva que otros países latinoamericanos. Su rol como puente natural no solo facilita el intercambio comercial, sino que también la convierte en un actor esencial para la estabilidad y el progreso de la zona. La inversión en infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, aunado a acuerdos comerciales estratégicos, refuerza esta ventaja, consolidando a Colombia como un nodo logístico y comercial de primer orden a nivel mundial.

Para una visión más precisa de la competitividad entre estos países, se presentan los datos históricos y proyecciones de exportaciones e importaciones:

Las tendencias indican que Colombia ha mantenido un crecimiento sostenido en comercio exterior, diversificando sus mercados y fortaleciendo sus exportaciones en sectores estratégicos como el petróleo, el café y la agroindustria.

La privilegiada ubicación geográfica de Colombia no solo le confiere una ventaja comercial, sino que también la posiciona estratégicamente en los ámbitos ambiental, social, político y de infraestructura. Esta multifacética ventaja la diferencia notablemente en el panorama regional.

Desde una perspectiva ambiental, la ubicación de Colombia es extraordinariamente favorable. El país es un crisol de diversidad climática y ecosistemas, abarcando desde las costas caribeñas y del Pacífico hasta las alturas andinas y la selva amazónica. Esta riqueza natural impulsa actividades cruciales como la agricultura, el turismo ecológico y la investigación científica, que encuentran un terreno fértil para el desarrollo y la innovación.

Sin embargo, esta bendición natural también conlleva desafíos significativos. La conservación de sus vastos recursos es una prioridad ante amenazas crecientes como la minería ilegal, la deforestación y los impactos cada vez más graves del cambio climático. La gestión sostenible de este patrimonio es fundamental para asegurar su preservación a largo plazo. En el ámbito social, la ubicación de Colombia la ha convertido en un punto de convergencia y afluencia de personas, facilitando un rico intercambio cultural y una profunda integración. Esta dinámica genera oportunidades únicas para el intercambio de conocimientos, la fusión de culturas y un palpable desarrollo social. La interacción entre diversas comunidades y nacionalidades enriquece el tejido social colombiano, fomentando la tolerancia y la comprensión mutua.

Cuadro 1. Cuadro comparativo de Exportación e Importación.

Año	Colombia-exportación USD	Colombia-importación USD	Brasil-Exportación USD	Brasil-mportación USD	Panamá-exportación USD	Panamá-importación USD
2022	49,543M	62,976M	339,700M	240,800M	964,3M	1,100M
2023	50,000M	64,104M	320,000M	260,000M	1,294.1M	1,300M
2024	53,200M	67,550M	325,000M	270,000M	1,500M	1,400M
2025	55,900M (estimado)	69,200M (estimado)	330,000M (estimado)	275,000M (estimado)	1,600M (estimado)	1,500M (estimado)

Fuente: Elaboración propia.

Políticamente, Colombia ha capitalizado su posición geográfica para forjar alianzas internacionales sólidas. Actuando como un país "puente" entre continentes y subregiones, su conectividad le otorga una capacidad innegable para influir en procesos de integración regional y cooperación internacional. Esta ventaja es particularmente notable si se compara con naciones que enfrentan limitaciones geográficas para acceder rápidamente a ambos océanos, lo que le permite a Colombia desempeñar un papel más activo y efectivo en la diplomacia global y la resolución de conflictos. En términos de infraestructura y logística, Colombia ha realizado avances significativos. El fortalecimiento de su red de puertos marítimos en Cartagena, Buenaventura y Barranquilla es un claro ejemplo de este progreso. Paralelamente, la mejora de sus carreteras y ferrocarriles busca optimizar la conexión entre las regiones interiores y las zonas costeras.

Este ambicioso desarrollo busca posicionar al país como un "hub" logístico regional. Colombia no solo aspira a facilitar el comercio interno, sino también a servir como una puerta de entrada y salida crucial para otros países de Suramérica que carecen de acceso directo a ambas costas oceánicas, ofreciéndoles una vía eficiente hacia los mercados globales.

Un factor clave que subraya la ventaja comercial de Colombia es el número de zonas francas con las que cuenta. Según datos del Ministerio de Comercio para 2025, Colombia tiene 122 zonas francas. En contraste, Brasil, según ApexBrasil en el mismo año, solo reporta 19 zonas francas, y Panamá, de acuerdo con su gobierno, cuenta con 18 zonas francas en 2025. Este número significativamente mayor de zonas francas en Colombia es un claro indicativo de su compromiso con la facilitación del comercio exterior y la atracción de inversión, consolidando aún más su posición como un centro neurálgico para el comercio y la logística en la región.

La combinación única de su ubicación geográfica estratégica, accesibilidad a múltiples rutas comerciales, vasta biodiversidad y una creciente apertura comercial posiciona a Colombia con una clara ventaja para emerger como un país líder en la región. Sin embargo, para consolidar y mantener esta superioridad frente a competidores como Brasil y Panamá, Colombia debe reconocer que no todo es un camino de rosas y que se requiere una inversión continua y estratégica.

Cuadro 2. Participación de Zonas Francas.

País	Número de Zonas Francas (2025)	Fuente
Colombia	122	Min Comercio
Brasil	19	ApexBrasil
Panamá	18	Gobierno de panamá

Fuente: Elaboración propia.

Para sostener su posición, Colombia debe seguir invirtiendo en infraestructura de primer nivel, mejorando la calidad y el acceso a la educación para su fuerza laboral, y promoviendo activamente la innovación en todos los sectores. Estos pilares son fundamentales para potenciar su productividad y competitividad a largo plazo.

Colombia debe seguir invirtiendo en infraestructura de primer nivel, mejorando la calidad y el acceso a la educación para su fuerza laboral, y promoviendo activamente la innovación en todos los sectores.

En contraste, Panamá, aunque juega un rol vital en el comercio mundial gracias al Canal de Panamá, depende casi exclusivamente de los servicios que este brinda. Si bien el Canal es de una importancia inmensurable, la producción interna de Panamá es relativamente baja, limitando su capacidad como exportador de bienes. Por otro lado, Brasil, a pesar de su inmenso tamaño y riqueza en recursos naturales, se ve en desventaja por su falta de salida al Océano Pacífico. Esto hace que el comercio con continentes como Asia sea más lento y costoso, al depender casi exclusivamente de rutas atlánticas que a menudo requieren un tránsito adicional.

En cambio, Colombia tiene la capacidad de ser productor, exportador y un centro logístico clave, ofreciendo una versatilidad que beneficia muchísimo más su desarrollo económico y su integración en las cadenas de abastecimiento a nivel mundial. Esta capacidad multifacética la convierte en un actor con un potencial significativamente mayor en la economía mundial.

Cuadro 3. Comparativo entre países.

Pais	Ventajas	Desventajas
Colombia	Salida a dos océanos (Pacífico y Caribe). Cercanía estratégica al Canal de Panamá. Recursos hídricos para energía hidroeléctrica Fortaleza en las energías renovables	Infraestructura aún en desarrollo. Alta dependencia de materias primas. Informalidad laboral Burocracia y corrupción Desigualdad regional
Brasil	Gran volumen exportador. Potencia agrícola y de materias primas. Mercado interno fuerte Diversidad industrial	No tiene salida al océano Pacífico. Alta desigualdad interna y desafíos logísticos. Estructura logística Problemas ambientales Inflación y volatilidad
Panamá	Control del Canal de Panamá. Centro logístico y financiero internacional. Incentivos a la inversión extranjera Estabilidad Política	Alta dependencia del sector servicios. Poca producción industrial propia. Riesgos ambientales Costos operativos altos

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión

Nuestra elección de Colombia como objeto central de este análisis no es fortuita. Creemos firmemente que es una nación que posee todas las condiciones necesarias para liderar y destacarse en el escenario global. Más allá de las frías estadísticas y los datos geográficos, se trata de comprender la esencia y el inmenso potencial que representa ser parte de este país.

Colombia nos inspira profundamente. Es un territorio vibrante, rebosante de diversidad en todo el sentido de la palabra: desde su riqueza cultural y étnica hasta sus variados ecosistemas y climas. Esta intrínseca diversidad la distingue de otras naciones que, en contraste, a menudo luchan por encontrar un elemento central que las conecte eficazmente con el mundo.

La comparación estratégica de Colombia con Brasil y Panamá no es meramente un ejercicio académico, sino una herramienta para validar y confirmar el extraordinario potencial que nuestro país posee. Estos dos países fueron seleccionados específicamente por su relevancia regional en términos geopolíticos, económicos y logísticos.

Decidimos no incluir otras naciones como Ecuador, Perú o Bolivia en esta comparativa, no por desmérito de estas, sino porque

su responsabilidad o peso geopolítico, económico y logístico actual no es comparable al de Colombia en el contexto de nuestro análisis. Comparar con países de una escala o relevancia significativamente diferente no habría permitido una visualización clara y contundente de las ventajas competitivas que Colombia ostenta en la actualidad.

Referencias

Mackinder, H. J. (1904). *The geographical pivot of history*. *The Geographical Journal, 23*(4), 421–437. https://doi.org/10.2307/1775498

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Banco Mundial. (2024). *World Bank Open Data*. https://data.worldbank.org/

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2024). *Zonas francas en Colombia*. https://www.mincit.gov.co/

Observatorio de Complejidad Económica (OEC). (2024). *Brazil trade data*. https://oec.world/en/profile/country/bra/

Observatorio de Complejidad Económica (OEC). (2024). *Panamá trade data*. https://oec.world/en/profile/country/pan/

ProColombia. (2024). *Informe sobre exportaciones de Colombia 2023–2024*. https://procolombia.co/

Trading Economics. (2024). *Brasil, Colombia y Panamá: Exports and imports*. https://tradingeconomics.com/brazil/ https://tradingeconomics.com/colombia/ https://tradingeconomics.com/panama/

Contribución de la Planeación Tributaria de las PYMES Ferroeléctricas de la Ciudad de Cali en el Desarrollo Económico de la Ciudad

Contribution of Tax Planning of Ferroelectric PYMES in the City of Cali to the Economic Development of the City



Andrea Prado Pulgarin
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad: Ciencias Empresariales
Programa: Especialización en Gestión Tributaria
Sede: Centro Tutorial Bogotá D.C. - Bogotá, Colombia
andrea.prado-p@uniminuto.edu.co
andreaprado352@gmail.com
Enfoque del Articulo: Académico.

Resumen: Santiago de Cali es una ciudad que se encuentra ubicada justo al lado del capital industrial (Yumbo), aunque tenga una gran variedad de sectores económicos aun presenta muchas necesidades de una buena organización tributaria, es decir que aún le falta mucho a la ciudad para tener una cultura tributaria desarrollada. El ciudadano al emprender un negocio o prestar un servicio presenta una visión más de obtener utilidades, careciendo de un conocimiento en el momento de ejercer como comerciante o presentar un servicio se debe prestar unas obligaciones para ayudar en el desarrollo de la ciudad y por ello incurre en diversas sanciones o incluso a desistir de su emprendimiento. Para esto es indispensable proponer una solución para que la comunidad tenga interés además una conciencia en el pago de los tributos, así como también que al contribuir ayuda que el desarrollo de la ciudad se vuelve más sólido.

Palabras clave: Organización Tributaria, impuestos, ciudad, conciencia, solución, desarrollo.

Abstract: Santiago de Cali is a city located right next to the industrial capital (Yumbo). Despite having a wide variety of economic sectors, it still has many needs for proper tax organization. This means that the city still has a long way to go to develop a developed tax culture. When starting a business or providing a service, citizens tend to focus more on making a profit. Lacking knowledge, when operating as a merchant or providing a service, they must fulfill certain obligations to contribute to the development of the city. Therefore, they incur various penalties or even abandon their venture. To achieve this, it is essential to propose a solution that increases the community's interest and awareness in paying taxes. Contributing helps strengthen the city's development.

Key words: Tax Organization, taxes, city, awareness, solution, development, tribute, vision.

Desarrollo

Todas las empresas de la ciudad de Cali tienen como necesidad para su correcto control es tener una organización tributaria bien establecida puesto que tenerla evitaría tantas acciones correctivas como sanciones, multas o incluso cerrar sus instalaciones por causa de una mala praxis en el cumplimiento de las obligaciones tributarias para las organizaciones de control nacionales y las organizaciones de control territoriales, por eso las organización deberían tener un control y darle muchísima importancia a esta temática.

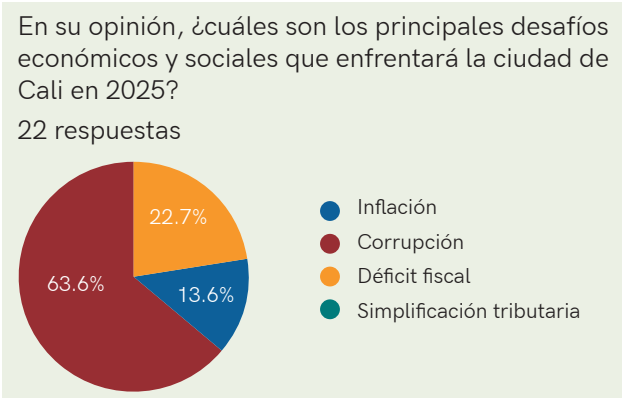
Por cultura tributaria entendemos el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria (alcaldía de Cali 2009).

En lo que va del año, la Dian ha recaudado $178,63 billones, esto es 9,3% menos del acumulado entre enero y agosto del año pasado. Para esta época, los ingresos por impuestos se acercaban a los $200 billones en 2023 ($197 billones). Los impuestos de retención de renta ($63,7 billones) y los de ventas ($37,41 billones) fueron los que más participaron en el recaudo de enero a agosto con 35,7% y 20,9% del total, respectivamente. Le siguió el impuesto de renta ($25,9 billones) y los demás tributos ($51,5 billones).

De acuerdo con lo anterior, podemos decir que se han planteado muchísimas políticas para poder controlar los recaudos durante años, pero no han sido del todo satisfactorias y por ende se puede decir que están mal planteadas y esto ha hecho perder los objetivos del desarrollo del país haciendo un sistema inestable.

En primera estancia se hizo una encuesta, se les pregunto a alrededor de 20 personas diferentes aspectos que nos ayudara entender por qué y cómo manejan los emprendedores del sector ferroeléctrico el control tributario además de su opinan a frente a como la alcaldía de Cali maneja los impuestos contribuidos.

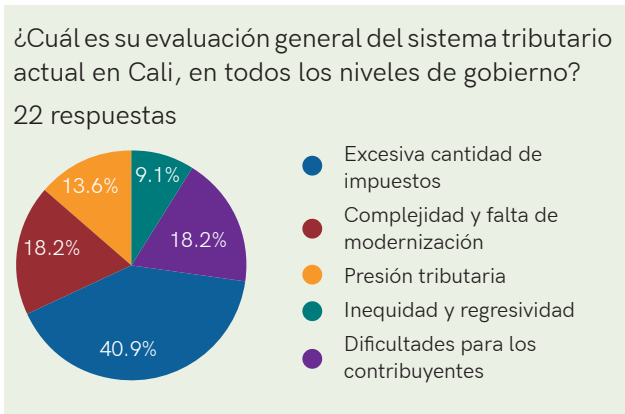
Figura 1. Principales desafíos socioeconómicos de Cali



Fuente: datos de la encuesta.

Podemos observar que la mayoría de la población opina uno de los mayores desafíos socioeconómicos que se enfrenta la población es la corrupción por encima de todo seguido de un déficit fiscal indicando que el problema en el desarrollo socio económico de Cali es el abuso de poder público e incluso la falta de organización dentro del presupuesto público.

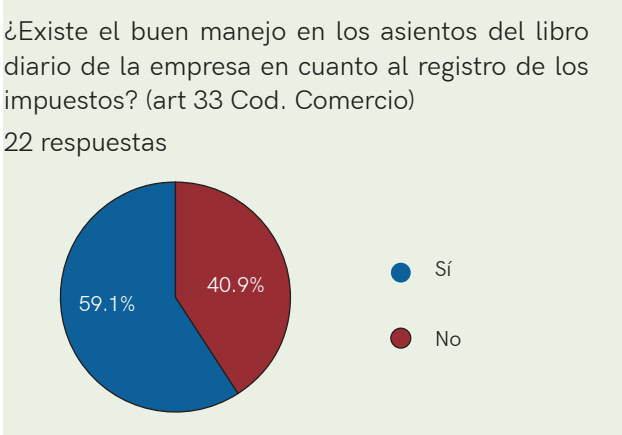
Figura 2. Sistema Tributario Actual en la Ciudad de Cali



Fuente: datos de la encuesta.

En la segunda pregunta, se puede observar que los emprendedores ferroeléctricos opinan que el gobierno está manejando una cantidad excesiva de impuestos, los que siguen en igual posición es la complejidad y falta de modernización además de las dificultades para el contribuyente para comprender las diferentes presentaciones de cada uno de estos impuestos.

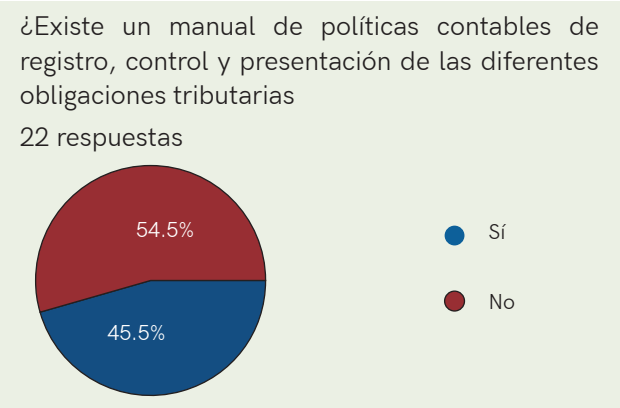
Figura 3. Manejo de los Asientos Contables Ente el Registro de Impuestos



Fuente: datos de la encuesta.

En la tercera pregunta, podemos comprender que más de la mitad de los encuestados tiene conocimiento y lleva una contabilidad bajo (Artículo 772 E.T.) que indica que Todo contribuyente que pretenda hacer valer la contabilidad como medio de prueba para efectos fiscales. Además, (decreto 1878 de 2008). Las empresas comerciales que se encuentren en las condiciones previstas en el numeral 3 del artículo 2° de la Ley 590 de 2000 (micro, pequeñas y medianas empresas) Aquellas personas naturales y jurídicas obligadas a llevar contabilidad. En general todas las personas naturales y jurídicas que deban aplicar algún marco contable derivado de la (Ley 1314 del 2009).

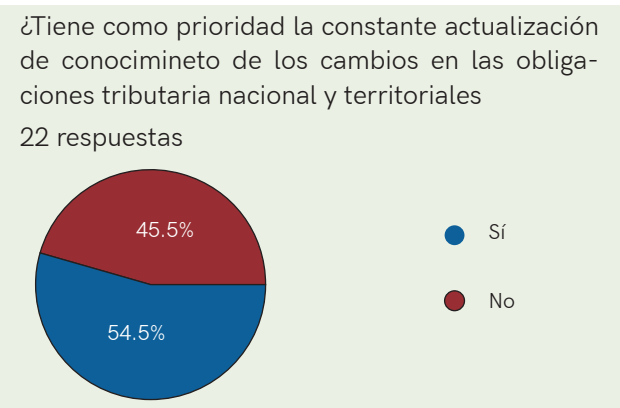
Figura 4. Manual de Políticas Contables



Fuente: datos de la encuesta.

En la cuarta pregunta, podemos comprender que más de la mitad de los encuestados tiene conocimiento y le da un buen uso de las políticas contables en el desarrollo de su actividad comercial. Las políticas de operación contable definen las pautas para cumplir los objetivos como un buen control y una buena organización para la presentación de los diferentes impuestos ante el estado.

Figura 5. Actualización de Conocimiento de los Cambios en las Obligaciones Tributarias



Fuente: datos de la encuesta.

En la quinta pregunta, podemos observar que fue a pesar de que no hay mucha diferencia las personas tienen como prioridad la actualización de conocimientos de los cambios contables de manera periódica según como lo exija el estado, además de poder comprender cada una de las obligaciones tributarias.

En segunda estancia, la investigación tomo como muestra del mismo sector una empresa colombiana dedicada a la distribución y comercialización de materiales eléctricos y cemento para los sectores de construcción, comercio, industrias y telecomunicaciones. Con más de 28 años de conocimiento y experiencia del sector eléctrico, con cinco sedes tanto en el sur como en norte del sector colombiano (Ipiales, Pasto, Cali, Pereira, Bogotá).

Esta empresa tiene diferentes categorías de clientes entre ellos son ferreterías, constructoras, contratistas, eléctricas e ingenierías, Etc. Todo con alto portafolio de materiales eléctricas y un alto control de sus ventas y sus productos son de grandes marcas como Legrand, Centelsa, Silvania, Tercol, etc.

- Logística de entrada, la logística de entrada dentro de la empresa tiene demasiados procesos porque todo se hace de manera manual y no hay herramientas que ayuden a los trabajadores e incluso no se ha capacitado de manera idónea y por eso muchas veces hay errores dentro del inventario. Por ende, se debería tener primero las herramientas adecuadas y segundo capacitar a cada personal.
- Operaciones, De acuerdo a lo mencionado anteriormente es notorio que, en las operaciones de entrada de los productos y la venta de estos mismos, aún hay muchísimos procesos porque se hace de manera manual y para esto incluso no hay personal suficiente para todo lo que se debe hacer. Por ende, se debería actualizar el sistema o cambiar a uno que ayude a quitar sobre procesos, contratar personal y por último capacitarlos de manera idónea.
- Logística de salida, En la venta del producto hay algunas falencias porque por las faltas que hay en la logística de entrada y las operaciones hay faltantes en los productos, por último, también hay muchas falencias dentro del proceso de logística para la creación del cliente y poderle entregar los productos. Por

ende, al momento de actualizar el sistema la información para la entrega de los productos sería más clara y precisa además en el momento de creación de cliente sería más ágil y quitaría suficientes procesos.

- Servicios, en el momento del servicio cada área esta por su lado y no hay una comunicación, como consecuencia hay muchísimos errores en cada proceso y en cada área hasta la venta de dichos productos además es notorio dentro de la empresa puesto que al momento de la venta el cliente puede notar a simple vista la falta de organización. Por ende, se debe actualizar el sistema y se debe capacitar al personal en la importancia de la comunicación de cada área para evitar errores, omisiones e incluso sanciones.
- Gestión de recursos humanos, en el proceso de búsqueda, contratación, entrenamiento y desarrollo del personal es algo que le hace demasiada falta puesto que primero en el proceso de contratación la empresa ha incurrido en muchos errores que hasta han tenido que pagar sanciones en el entrenamiento se debe capacitar mejor a cada empleado puesto que no son muy claros al momento de asignar a los responsables de capacitar y más de definir sus funciones dentro del área.



- Compras, En esta actividad ha sido un poco más organizada, pero está muy enfocada en reducir costos y muchas veces no suplen las necesidades tanto de los empleados o incluso de los clientes en el momento de la venta, puesto que muchas veces no hay producto para suplir la necesidad del cliente y manifiestan que es por falta de compra de insumos. Por ende, debería tener un mejor control y enfocarse más en la necesidad de la demanda interna como la demanda externa basándose en criterios de primera necesidad.

La empresa tiene una buena estrategia de marketing, pues de acuerdo al punto anterior la empresa está enfocada en solo vender, pero se pierde las otras estrategias, como estrategias en pago de proveedores para no perder convenios, estrategia para un crecimiento laboral, estrategia para una buena cultura en el desarrollo laboral, estrategia en la planeación tributaria. Pero la labor se vuelve desgastante para el trabajador y es notorio por el deterioro en los procesos y en un futuro probable afectara a lo que más les importa a los dueños de la empresa y es ahí donde si pondrán las otras estrategias o de lo contrario dejaran que la empresa que tiene tantas oportunidades cierre sus puertas definitivamente.

Algunas de las estrategias pueden ser:

- Gestión del tiempo
- Gestión de talentos
- Integración con otros líderes de la empresa

Por este indicador yo diría que un 90% porque debemos generar liquidez para la empresa, evitando sanciones y cerciorándose que se hizo una buena planeación en los procesos de organización tributaria.

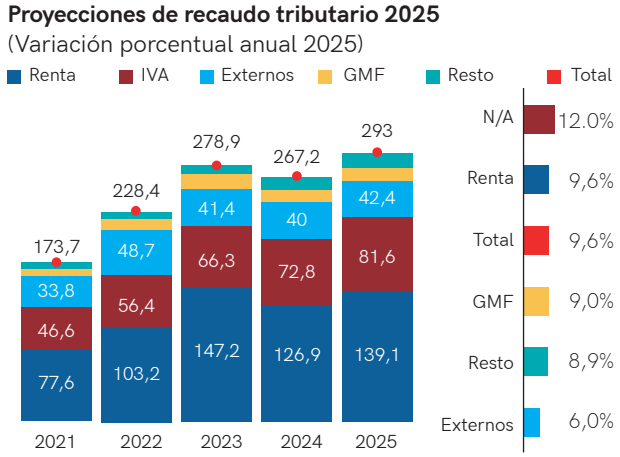
Mi plan de propuesta es primero es que haya un líder donde plantee una misión y una visión más clara, que organice cada área acorde a los objetivos planteados dentro de la organización, que postule estrategias y una excelente comunicación para que cada área se vuelva armonizar y no

sea un proceso individual, que proponga a cada líder de área a evaluar y tomar decisiones que sea en pro de un desarrollo colectivo, que proponga unos KPIS enfocados no solo en el desarrollo de las ventas para un resultado excelente para la demanda combatiendo las diferentes amenazas que enfrenta si no también y para los diferentes interesados en la empresa, no obstante, también deben organizar la empresa fortaleciendo su oportunidad como pro del desarrollo empresarial, proponiendo unas estrategias claras y que no solo unos cuantos la sepan si no que toda la empresa este familiarizada en todo lo que quiere lograr la empresa y como lo va a hacer para que reconozca su función en pro del desarrollo de la empresa. Reconocer que el trabajador es un pilar muy importante además del consumidor para mantener la empresa en flote.

Criterios de la planeación	Distribución eléctricas AC SAS
Misión y visión	**Misión:** Ser un líder en la comercialización de productos eléctricos en los diferentes sectores que lo necesitan, además de prestar el servicio de acompañamiento en instalación en caso de proyectos. Esta misión para mi parecer no es concreta pues parece más visión que misión. **Visión:** Va enfocada a ser un líder empresarial en la comercialización y distribución de productos eléctricos en todo el territorio nacional. la visión si se aterriza, pero no se la idea del prestar un servicio de acompañamiento, eso solo lo encontramos en la misión.
Análisis del entorno DOFA	**Debilidades:** falta de organización y control en los procesos desde las compras hasta en la venta del producto. **Oportunidades:** Es una empresa muy reconocida en el sector de distribuciones eléctricas y se apoya mucho en las necesidades del cliente. Fortalezas: Es una compañía que se respalda con diferentes productos y en gran cantidad con un precio asequible para el bolsillo de la demanda. **Amenazas:** Demasiada competencia en ese sector donde estas tienen un mejor control y organización en los procesos y es notorio.
Valores corporativos	En valores corporativos les hace muchísima falta, tienen agilidad innovación, calidad, pero por falta de integridad, respeto y trabajo en equipo la empresa no crece cuando tiene demasiadas oportunidades, pero los mismos trabajadores por falta de compromiso o incluso los mismos dueños por falta de apropiación o respeto a la misma empresa o sus trabajadores han dejado que esa empresa siga en el mismo trayecto, pero no buscan su crecimiento.
Plan de acción	La empresa tiene un plan de acción de ventas y marketing promocionar sus productos o servicios, identificando públicos objetivos, canales, mensajes, y, en definitiva, las acciones de comunicación que se deben poner en marcha, es decir que la empresa pone en práctica para atraer más clientes, generar más ventas y hacer crecer la empresa por ese único medio.
Indicadores de desempeño	La empresa si cuenta con algunos indicadores de desempeño, pero muchos líderes de área no han podido o mejor dicho pasan por alto este proceso de usar los indicadores para mejorar en cada aspecto en el área, en este aspecto se puede decir que se tiene la idea y el material para evaluar el desempeño de cada área para así ver si se está desarrollando de manera idónea las tareas, pero no es usada correctamente.
Comunicación estratégica	No existe una comunicación estratégica puesto que cada trabajador valora su desempeño de manera individual y no hay nada que lo regule, las personas trabajan por cumplir un horario y para saber que son merecedores del dinero que obtienen de manera quincenal pero no hay una comunicación donde se puedan evitar incluso los errores al dar el producto al cliente.
Implementación y ejecución	Existe en la empresa un manual de funciones o de escala operativa, pero como esta solo se encuentra pegada en la pared, la empresa no tiene un control o un buen líder que guie en el proceso de crecimiento empresarial, por eso la empresa se volvió de carácter individual en los procesos.
Evaluación y Revisión	El área administrativa puso una forma de evaluar las funciones y cada trabajador, pero como es de esperarse, sin un buen líder los procesos para tratar de organizar la empresa y tener un crecimiento en el ámbito organizacional no existe, entonces cada idea queda en el aire y los líderes de área no cumplen con esos objetivos y solo evalúan sus áreas de acuerdo a los errores obtenidos día a día.

Por último, para apoyar la investigación se tomó estudios realizados en la DIAN y dando apoyo a la investigación en la figura 6 indica algunos de los datos de los impuestos recaudados durante el año 2021 al año 2025.

Figura 6.



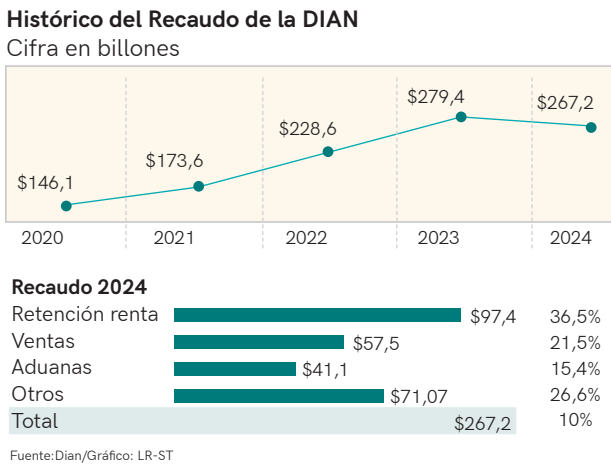
Fuente: DIAN. Cálculos Investigaciones Económicas y Análisis de Mercado.

Nota: A pesar de que prevé que el recaudo bruto sería de $293 billones, pero el que excluye las devoluciones que hace la Dian, finalmente el recaudo rondaría en el monto que ya había mencionado de $279 billones, aunque pronostica un crecimiento de 9,6% anual (Hacienda;2025), sigue estando por debajo de lo estimado por el Gobierno. Por lo que advirtió que, aunque hay altos desafíos para el recaudo tributario de este año, si consideran mejorar la dinámica económica podría favorecer a la recuperación y puntualizaron que la clave está en la renta corporativa.

De acuerdo de la DIAN y dando apoyo a la investigación en la figura 7 indica algunos de los datos de los impuestos recaudados durante el año 2021 al año 2025.

Nota: La Dian entregó el reporte de recaudo de impuestos el año pasado, los ingresos tributarios de Colombia bajaron 4,3% en 2024 si se tiene en cuenta que estos totalizaron $267,2 billones, cifra menor a la que reportó la entidad en 2023, cuando había sido un total de $279,4 billones (Hacienda; 2025).

Figura 7. Historial recaudo Impuestos de la DIAN



Fuente: DIAN. Cálculos Investigaciones Económicas y Análisis de Mercados.

El año 2024 estado tuvo una recaída en los primeros cuatrimestres similar al año 2020 donde ocurrió la pandemia cuando los ingresos al fisco cayeron 7% ($146 billones en 2020 respecto a los $157,8 billones de 2019). Y al observar la gráfica el impuesto que más peso fue la retención de renta donde dio una cifra del 36,5% del total dando una suma del 97,4 billones e indica la revista que le sigue los cargos fiscales a las ventas por un 21,5% ($57,5 billones), aduanas 41,1 billones y otros adicionales por $71,07 billones haciendo un total de recaudo de $267,2, billones siendo esto un resulta significativo por una reducción de recaudo del 12,2 billones en comparaciones del año 2023 que termino con un recaudo total de 279, 4 billones donde fue un año que se recaudó en gran medida donde asimilaban que para el año 2024 serían buenas noticias. "se ha ido afectado por muchas cosas, primero por los litigios que se habían estimado en cerca de $10 billones, o sea que se iba a recoger una plata por unos litigios que se iban a concertar, y se asumía que se recogerían $10 billones, pero finalmente eso no se dio. También nos afectó el pronunciamiento de la Corte donde hacía deducir las regalías, eso afectó el recaudo cerca de $6 billones". La república (2025)

Conclusiones

Para el objetivo principal de promover estrategia de organización tributaria entre los emprendedores ferroeléctricos, se identificó que los contribuyentes enfrentan problemas como la corrupción y el déficit fiscal, en la encuesta realizada dentro de la investigación revela que hay demasiados impuestos, muchos de los cuales son difíciles de presentar, y una parte de la población no maneja la contabilidad debido al desconocimiento de sus beneficios. Además, los encuestados tienen poca comprensión de sus obligaciones tributarias y enfrentan dificultades para cumplir con los trámites. Muchos desconocen programas de la DIAN que promueven la cultura tributaria.

Por ende, una de las recomendaciones que se sugiere dentro de la investigación son organizar talleres para enseñar a los ferroeléctricos sobre tributación y contabilidad, resaltando la importancia del cumplimiento de estas obligaciones. Se propone proporcionar materiales educativos accesibles, utilizar tecnologías de la información para difundir información tributaria y crear cursos virtuales y una aplicación móvil para facilitar el acceso a la información. También se recomienda ofrecer asistencia personalizada en entidades públicas y utilizar chatbots para resolver dudas en tiempo real.

En la investigación de campo podemos comprender que A pesar de que sea una empresa de demasiado tiempo dentro del sector de distribución eléctrica le falta muchísimo en el aspecto de desarrollo tecnológico, seguimiento de sus trabajadores y capacitación de estos mismos y este defecto no solo le pasa a esta empresa, si no a muchas cuando solo se enfocan en mantener las ventas y no se enfoca en sus obligaciones para la demanda interna.

Por otro lado, esta no es la primera empresa que le hace muchísima falta en la organización de las obligaciones tributarias pero la idea de este trabajo fue detectar los errores desde gerencia hasta la entrega de un producto al consumidor final, también en porque tiene tantas falencias en el ámbito tributario.

Pero en el análisis le hace mucha falta en capacitar a todo su personal para que esté consciente de deberes dentro de sus funciones en la empresa y más en su personal contable para evitar sanciones, multas u auditorias de la DIAN y evitar retrocesos en el los procesos, por ende, meternos en la problemática de la empresa y apropiarnos de esto para poder dar una posible solución, nos hace aprender en que nosotros también como profesionales podemos sacar adelante una empresa pero debemos saber en que no debemos desenfocarnos y controlar mejor cada proceso evaluando cada área y saber que podemos solucionar y de qué manera.

Cabe resaltar que para el desarrollo de este trabajo de investigación tuvo limitaciones, principalmente en la aplicación de la encuesta donde se dificultó el desplazamiento para aplicarla a

Hay demasiados impuestos, muchos de los cuales son difíciles pagar una parte de la población no maneja la contabilidad debido al desconocimiento de sus beneficios. Además, los encuestados tienen poca comprensión de sus obligaciones tributarias y enfrentan dificultades para cumplir con los trámites.

los ferroeléctricos donde algunos dieron excusas para no responder. Además, los resultados se centraron en los emprendedores ferroeléctricos de Cali y no se consideraron otros comercios y se sugiere replicar el estudio en otras ciudades.

Se propone haciendo más detallado este estudio se comiencen exploraciones en las siguientes líneas: implementación y evaluación de las propuestas presentadas en esta investigación, estudio de la organización tributaria de los ferroeléctricos en diferentes regiones de Colombia, análisis comparativo de la cultura tributaria de los diferentes emprendedores en Colombia con otros países, indagar sobre la contribución de empleabilidad que generan las ferroeléctricas en la ciudad y el país y, replicar este estudio en otros sectores comerciales de pequeña y gran escala.

Referencias

Artículo 772 E.T. (s. f.). *Estatuto Tributario de Colombia*. Recuperado de https://estatuto.co/772

Decreto 1878 de 2008. (2008). *Departamento Administrativo de la Función Pública*. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=30552

Ley 1314 de 2009. (2009). *Departamento Administrativo de la Función Pública*. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36833

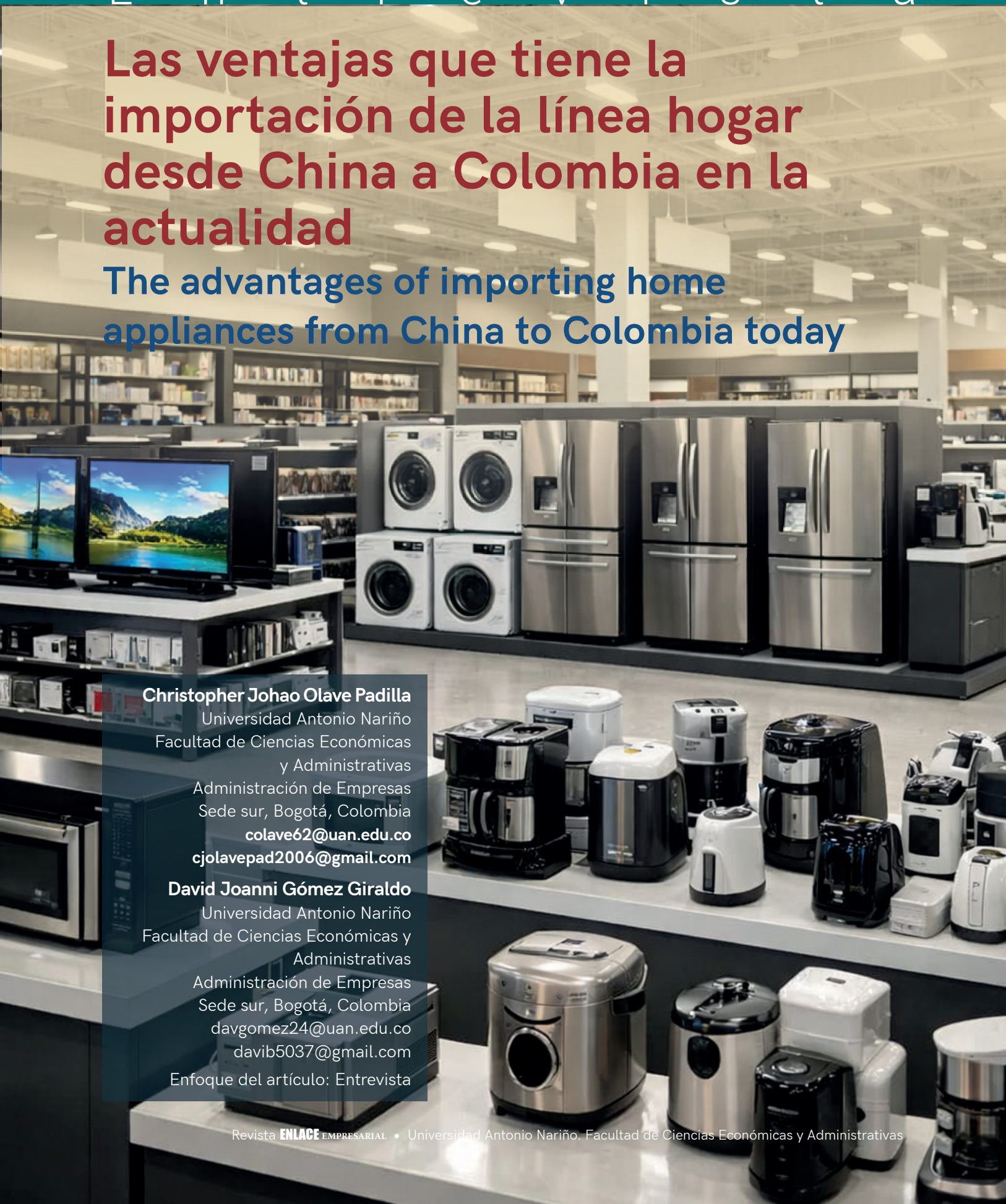
De Santiago de Cali, P. A. (2004, mayo 11). *Vigencia 2009*. Portal Alcaldía de Santiago de Cali. https://www.cali.gov.co/desarrolloinstitucional/publicaciones/53254/vigencia_2009/

La República. (2025). *Recaudo tributario de la DIAN en 2024 reportó caída de 4,3%*. https://www.larepublica.co/economia/recaudo-tributario-de-la-dian-en-2024-reporto-caida-de-4-3-4039511

La República. (2024). *Estas son las regiones que más recaudo de impuestos aportaron para el año pasado*. https://www.larepublica.co/economia/estas-son-las-regiones-que-mas-recaudo-de-impuestos-aportaron-para-el-ano-pasado-3827776

Las ventajas que tiene la importación de la línea hogar desde China a Colombia en la actualidad

The advantages of importing home appliances from China to Colombia today



Christopher Johao Olave Padilla
Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
Sede sur, Bogotá, Colombia
colave62@uan.edu.co
cjolavepad2006@gmail.com

David Joanni Gómez Giraldo
Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
Sede sur, Bogotá, Colombia
davgomez24@uan.edu.co
davib5037@gmail.com

Enfoque del artículo: Entrevista

Resumen: El presente artículo tiene como objetivo mostrar datos relevantes que permitan realizar un análisis sobre el comercio que sostiene Colombia con distintos países a través de la importación. Se examina cómo esto ha afectado al Producto Interno Bruto (PIB) a lo largo de los últimos años. Además, se incluye una entrevista a una empresa colombiana que opera como comercializadora de productos provenientes de China, con el fin de esclarecer cómo estas importaciones afectan la economía colombiana y establecer conclusiones sobre posibles nichos de mercado.

Palabras clave: Comercio, productos, economía, mercado, PIB.

Abstract: The objective of this article is to show relevant data that allow an analysis of the trade that Colombia maintains with different countries through imports. It examines how this has affected the Gross Domestic Product (GDP) over the last few years. In addition, an interview with a Colombian company that operates as a marketer of products from China is included, in order to clarify how these imports affect the Colombian economy and establish conclusions about possible market niches.

Key words: Trade, products, economy, market, GDP

Desarrollo

Resumen del PIB de Colombia (2020-2024)

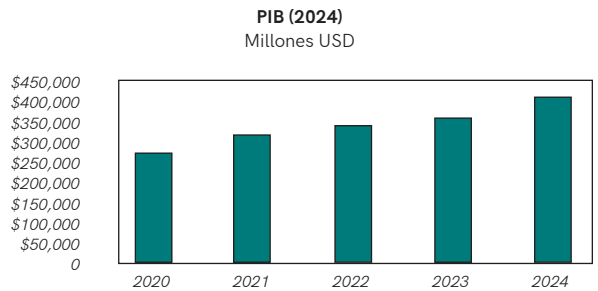
A continuación, se presenta un resumen del PIB de Colombia para los años 2020 a 2024, incluyendo cifras en millones de dólares estadounidenses (USD) y las tasas de crecimiento anual correspondientes:

Cuadro 1. Resumen del PIB en Colombia

Año	PIB (millones USD)	Variación Anual (%)
2020	270,348	-7.2%
2021	318,525	+10.8%
2022	345,632	+7.3%
2023	366,292	+0.7%
2024	418,542	+1.7%

Fuente: (PIB de Colombia 2024, s. f.-c)

En la siguiente grafica se refleja la evolución económica del país en los últimos años, destacando una recuperación significativa en 2021 tras la contracción de 2020 debido a la pandemia, seguida de un crecimiento moderado en los años posteriores.



Fuente: Gómez y Olave (09/06/2025)

En la anterior grafica se visualiza la evolución del PIB a lo largo de los años desde el 2020 al 2024. Ayudando a visualizar el crecimiento y las variaciones anuales de manera clara.

Tendencias de Importación

La tendencia de importar artículos para el hogar desde China ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, impulsada por la competitividad en precios y la diversidad de productos ofrecidos por los fabricantes chinos. Se espera que esta tendencia continúe, especialmente con el auge del comercio electrónico y la demanda de productos accesibles y de calidad en el mercado colombiano.

Productos Relevantes Importados en 2023

- Electrodomésticos y aparatos eléctricos: Licuadoras, microondas, aspiradoras, entre otros.
- Utensilios de cocina y plásticos: Recipientes, cubiertos, vajillas y otros artículos de uso cotidiano.
- Muebles y decoración: Sillas, mesas, estanterías y elementos decorativos.

Políticas Arancelarias y su Impacto

Es importante señalar que las políticas arancelarias aplicadas por Estados Unidos tienen un impacto significativo en Colombia. Estas políticas pueden afectar a sectores específicos, como el de los electrodomésticos, al incrementar los costos de importación y limitar el acceso a ciertos productos. La relación comercial entre Colombia y China se ve influenciada por estas medidas, ya que pueden desviar la atención hacia otros mercados o aumentar la dependencia de productos provenientes de China.

Devaluación del Yuan y Comercio Internacional

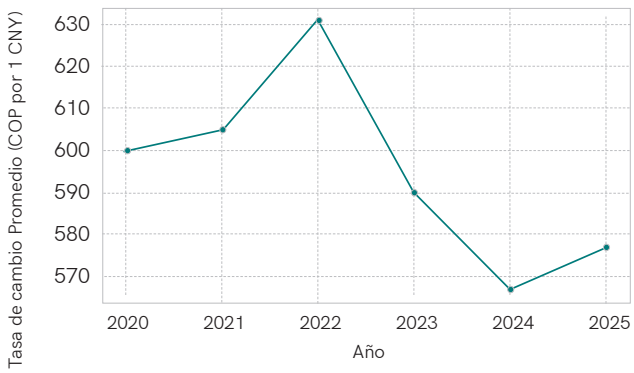
La devaluación del yuan chino también juega un papel crucial en el comercio entre Colombia y China. Una devaluación del yuan puede hacer que los productos chinos sean más accesibles para los importadores colombianos, lo que podría aumentar la competitividad de estos productos en el mercado local. Sin embargo, esta situación también puede implicar riesgos, como fluctuaciones en los costos de importación y la necesidad de ajustar precios para mantener márgenes de ganancia.

En los últimos cinco años, el tipo de cambio entre el yuan chino (CNY) y el peso colombiano (COP) ha mostrado una tendencia de alta volatilidad, reflejando tanto la devaluación del yuan como la fluctuación del peso colombiano. Esta situación ha influido directamente en el costo de importación de productos chinos.

Durante el periodo 2020–2021, el tipo de cambio fue relativamente estable, con promedios cercanos a los 600 COP por 1 CNY. Sin embargo, en 2022 se registró un aumento significativo, con un promedio de 631,46 COP, alcanzando un máximo de 703,58 COP. En 2023, aunque no se dispone de cifras exactas, se observó una tendencia a la baja. En 2024, el promedio se ubicó en 567,09 COP, con una marcada oscilación entre un mínimo de 519,45 COP en abril y un máximo de 626,48 COP en noviembre. Para 2025 (hasta junio), el tipo de cambio ronda los 577,4 COP.

Esta devaluación del yuan puede beneficiar a los importadores colombianos al permitir acceder a productos a menor costo en pesos, pero también implica riesgos como la inestabilidad en los márgenes de ganancia. Por ello, los empresarios deben monitorear permanentemente el comportamiento cambiario y adaptar sus estrategias de compra y fijación de precios.

Gráfica 2. Evolución tipo de cambio Yuan a Peso Colombiano (COP) 2020 - 2025



Fuente: (Gráfico del Tipo de Cambio de CNY A COP | Wise, s. f.)

Entrevista a DAGO S.A.S

Para esta entrevista, tomamos como referencia a la empresa importadora DAGO S.A.S que se encuentra posicionada en el sector terciario, ubicada en el centro en la ciudad de Bogotá y ha estado operando durante más de 4 años. Jorge Luis Gómez Giraldo, de 56 años de edad, cofundador y socio mayorista de la empresa, responde a nuestras preguntas.

Figura 1. Entrevistado Jorge Luis Gomez Giraldo



Fuente: Elaboración propia.

1. ¿Cuál fue la motivación clave que lo llevó a emprender y convertirse en empresario?

"Provengo de una familia humilde de Medellín Antioquia, nunca hubo suficiente dinero para alimentar todas las bocas en la casa por lo que tuve que comenzar a trabajar desde una muy temprana edad, mi papá tampoco fue muy presente en nuestras vidas así que la responsabilidad de alimentar a la familia recayó en mis hombros, creo que ese fue el principal motivo por el cual estuve motivado a buscar nuevos ingresos constantemente, fui obrero, taxista, empleado en distintos locales y después de mucho tiempo y con mucho esfuerzo, logre montar mi primer local, con el cual fui creciendo poco a poco hasta el día de hoy".

Opinión de los autores: Esta respuesta refleja una historia de superación personal admirable. La motivación basada en la necesidad y la resiliencia es común entre muchos emprendedores.

2. Si tuviera que dar un consejo a los nuevos emprendedores, ¿qué les diría a aquellos que dudan entre trabajar con proveedores chinos?

"Que no se rindan con su proyecto, muchas veces como emprendedores no resultan las cosas al primer intento e incluso llevarnos a la quiebra si no sabemos cuándo retirarnos, trabajo casi desde que tengo memoria y solo logre una estabilidad económica a los 40 años, así que mi principal mensaje es que no deben rendirse.

Opinión de los autores: Un consejo valioso con un mensaje de perseverancia. Podría complementarse con recomendaciones prácticas sobre proveedores o logística.

3. ¿Qué factores lo llevaron a elegir a China como su principal proveedor? (costos, calidad, logística, etc.)

"Principalmente fue porque era el ámbito en el que me muevo normalmente en el comercio, ya que aparte de la importadora tengo un local mayorista de juguetes en el centro, por lo cual mis principales proveedores son importadores directos. Esto me facilito mucha información respecto a la forma de trabajar de un importador y los precios que manejan".

Opinión de los autores: Su experiencia previa en el comercio mayorista y su conexión con otros importadores evidencian una decisión estratégica.

4. ¿Ha considerado diversificar sus proveedores ante posibles tensiones comerciales o arancelarias?

"Aunque como tal no he considerado cambiar de proveedor hasta el momento, soy consciente que el tema de las tensiones entre E.E.U.U y China podría afectar los precios que se manejan en el mercado chino. Aun así, creo que sería un tema manejable sin necesidad de cambiar mi proveedor."

Opinión de los autores: Aunque muestra consciencia del contexto global, su falta de acción en diversificación podría ser un riesgo a mediano plazo.

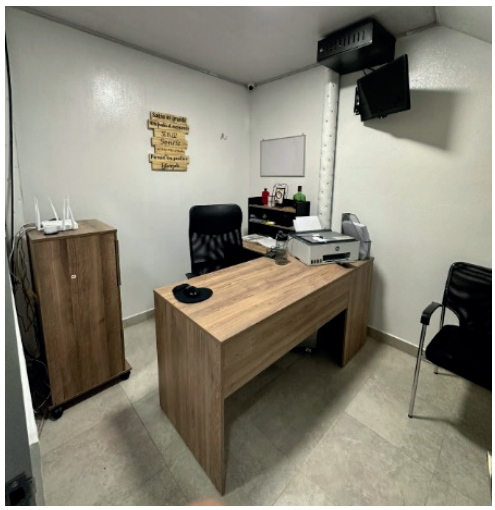
5. En el contexto actual de relaciones E.E.U.U.-China, ¿qué desafíos y oportunidades presenta esto para el sector de productos domésticos?

"Como ya mencioné anteriormente, una de las mayores preocupaciones que tenemos es la posible subida de precios, ya que como bien

se sabe, China consume una gran cantidad de insumos de E.E.U.U y viceversa. Por otro lado, una de las oportunidades que hemos analizado es la compra de insumos en china para la re-venta en E.E.U.U, ya que los aranceles para China son bastante más altos que para Colombia, así que esto podría abrir una pequeña ventana de comercio."

Opinión de los autores: Observa un enfoque estratégico interesante, aprovechando las diferencias arancelarias. Sin embargo, se requiere más análisis logístico y legal.

Figura 2. Oficina principal DAGO S.A.S.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Bodega Principal DAGO S.A.S.



Fuente: Elaboración propia.

Opinión general de los autores

En el artículo encontramos cómo la importación de productos del hogar desde China ha impactado positivamente a Colombia, con una visión estratégica enfocada en el ámbito empresarial. Se identifican oportunidades derivadas de los bajos precios y de la diversificación de la oferta china, así como desafíos relacionados con la logística, los aranceles y el tipo de cambio. La entrevista añade un componente humano y práctico, al resaltar las dificultades del emprendimiento, las oportunidades del comercio internacional y la importancia de la perseverancia.

En un mundo cada vez más interconectado, la importación se ha consolidado como una estrategia comercial fundamental y una herramienta clave para impulsar la competitividad y responder a las nuevas exigencias del mercado colombiano. Esto evidencia que importar productos del hogar desde China representa no solo una oportunidad económica, sino también una manifestación del ingenio y la resiliencia del empresario colombiano, decidido a adaptarse, innovar y crecer frente a los desafíos globales.

Comprender estas dinámicas permite analizar el presente y proyectar un futuro donde el conocimiento, la estrategia y la visión empresarial marcarán la diferencia entre sobrevivir y trascender. Más que un análisis técnico, este artículo es un llamado a reconocer en el comercio internacional un camino hacia la transformación económica y social del país.

Se identifican oportunidades derivadas de los bajos precios y de la diversificación de la oferta china, así como desafíos relacionados con la logística, los aranceles y el tipo de cambio

Conclusiones

Como resultado, se obtenemos que la importación de electrodomésticos y productos para el hogar desde China a Colombia presenta un panorama favorable para el crecimiento económico del país. La tendencia sostenida en las importaciones responde a la competitividad en precios y a la amplia variedad de productos disponibles, lo que no solo satisface la demanda del mercado colombiano, sino que también impulsa el desarrollo del sector.

No obstante, es fundamental considerar el impacto de las políticas arancelarias impuestas por Estados Unidos, ya que estas pueden limitar el acceso a ciertos productos y aumentar los costos de importación. Esto obligaría a las empresas colombianas a adaptarse para mantener su competitividad en un entorno global cambiante.

Por otra parte, la devaluación del yuan chino podría representar una oportunidad significativa para los importadores, al facilitar el acceso a productos a precios más competitivos en el mercado local.

En resumen, el comercio internacional ofrece tanto desafíos como oportunidades, y es esencial que los futuros emprendedores estén preparados para afrontar y adaptarse a este escenario complejo y dinámico.

Referencias

PIB de Colombia 2024. (s. f.-b). *Datosmacro.com*. https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia?utm_source

Alguero, M. O. (2024, 18 de diciembre). *China lidera las importaciones a Colombia y manufacturas impulsan crecimiento del 6,6%*. *El Colombiano*. https://www.elcolombiano.com/negocios/importaciones-en-colombia-crecen-6-por-ciento-en-octubre-2024-manufacturas-y-china-lideran-el-comercio-BM26087745

Analdex – Asociación Nacional de Comercio Exterior. (2025, 15 de febrero). *En 2024 las importaciones crecieron 2,1%*. https://analdex.org/2025/02/14/en-2024-las-importaciones-crecieron/

Embajada de Colombia en China. (s. f.). *Acerca de la Embajada – Asuntos económicos*. https://china.embajada.gov.co/colombia/asuntos_economicos#:~:text=China%20es%20el%20segundo%20socio%20comercial%20de,primer%20origen%20de%20las%20importaciones%20del%20pa%C3%ADs.&text=De%20igual%20manera%2C%20en%20el%20a%C3%B1o%202023,respecto%20al%202022%20(13%2C566%20millones%20de%20d%C3%B3lares).

Castaño, V. (2024, 12 de septiembre). *Importaciones desde China a Colombia en 2023: Análisis detallado*. Finkargo. https://www.finkargo.com/blog/pais-importador/importaciones-china-colombia-2023/

Wise. (s. f.). *Gráfico del tipo de cambio de CNY a COP*. https://wise.com/es/currency-converter/cny-to-cop-rate/chart

Exchange-Rates.org. (s. f.). *Historial 2024 del tipo de cambio del yuan chino (CNY) al peso colombiano (COP)*. https://www.exchange-rates.org/es/historial/cny-cop-2024?utm_source

Oportunidades y desafíos de Colombia para ser un país latinoamericano más competitivo

Opportunities and challenges for Colombia to become a more competitive Latin American country



Luisa Fernanda Rodríguez Campos
Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
Sede Sur, Bogotá, Colombia
lurodriguez62@uan.edu.co
luisarodriguezlu123@gmail.com

Zharick Ashley Vega Ávila
Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
Sede Sur, Bogotá, Colombia
zvega20@uan.edu.co
zharo2004@hotmail.com

Enfoque del artículo:
Evento Competitividad.

Resumen: El articulo tiene como objetivo profundizar en las oportunidades y desafíos que tiene Colombia para ser un país altamente competitivo, basados en la conferencia dirigida por el vicepresidente del Consejo Privado de Competitividad (CPC), el Dr. Daniel Gómez Gaviria, donde se resaltaron factores como lo es la tecnología, demografía, y los cambios climáticos, abarcando temas asociados como lo son los recursos naturales, el agro, el cuidado del medio ambiente y la implementación de la tecnología para oportunidades de mejora y de desarrollo en las diferentes actividades productivas del país, adicionalmente se consulta información en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual su objetivo es mejorar la calidad de vida en América Latina y el Caribe, diseñando y facilitando soluciones innovadoras para el desarrollo sostenible, por medio, de un apalancamiento financiero, también en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que investiga, analiza y formula políticas de cooperación técnica para apoyar a los gobiernos de América Latina y el Caribe en buscar un desarrollo sostenible.

Palabras clave: Competitividad, geografía, sostenibilidad, desarrollo tecnológico, oportunidades, desafíos.

Abstract: The article aims to delve into the opportunities and challenges that Colombia has to be a highly competitive country, based on the conference led by the vice president of the Private Competitiveness Council (CPC), Dr. Daniel Gómez Gaviria, where factors such as technology, demographics, and climate change were highlighted, to develop associated topics such as natural resources, agriculture, environmental care and the implementation of technology for opportunities for improvement and development in the different parts of the country, additionally information is consulted in the Inter-American Development Bank (IDB), which aims to improve the quality of life in Latin America and the Caribbean, designing and facilitating innovative solutions for sustainable development, through financial leverage, also in the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), which researches, analyzes and formulates technical cooperation policies to support the governments of Latin America and the Caribbean in seeking sustainable development.

Key words: Competitiveness, geography, sustainability, technological development, opportunities, challenges.

Desarrollo

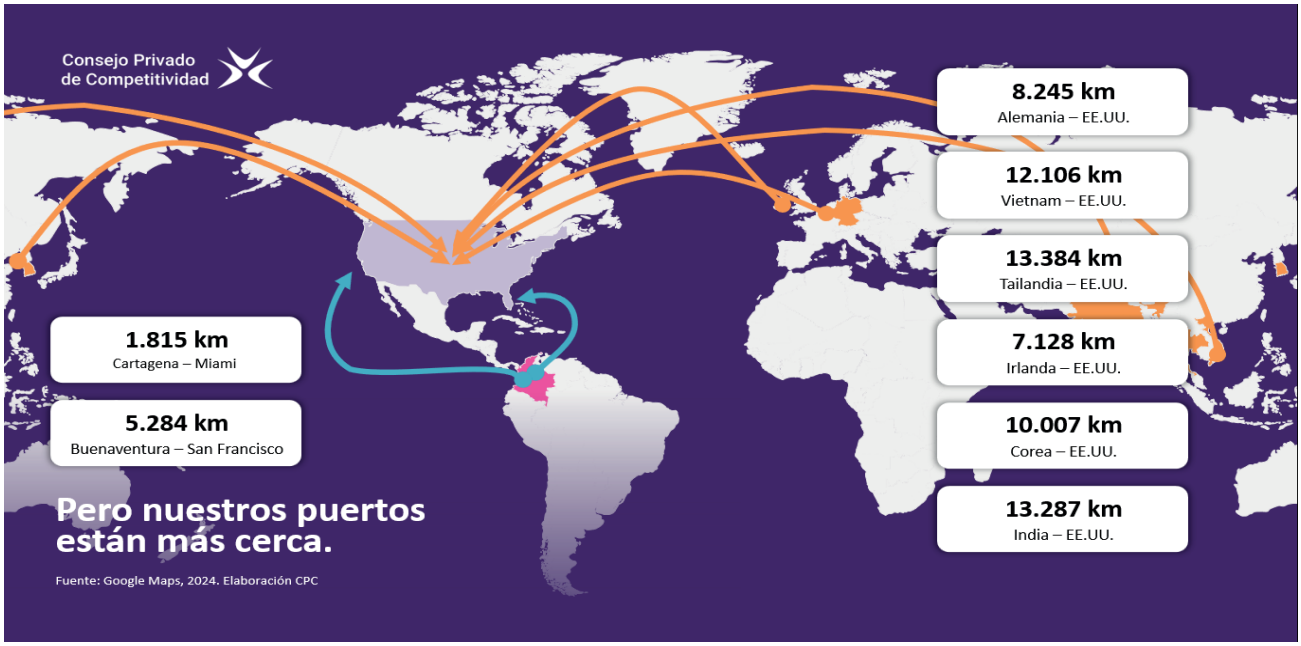
Colombia es un país rico en recursos naturales, biodiversidad y cultura; dichos elementos son fuentes generadoras de ingresos que establecen una economía fuerte en el país, los cuales se asocian a los factores como son la tecnología, demografía y los cambios climáticos, de acuerdo con el Dr. Daniel Gómez Gaviria (vicepresidente Técnico del Consejo Privado de Competitividad), en su conferencia dada el 22 de mayo de 2025, en la Universidad Antonio Nariño en la sede Federman, ubicada en la ciudad de Bogotá, donde aborda el tema de competitividad en Colombia, haciendo referencia de lo que poseemos como país para ser productivos y competitivos.

Imagen 1. Foto del Conferencista.



***Fuente**: Fotografía recuperada del evento conferencia de competitividad.*

Imagen 2. Distancia de países en Km.



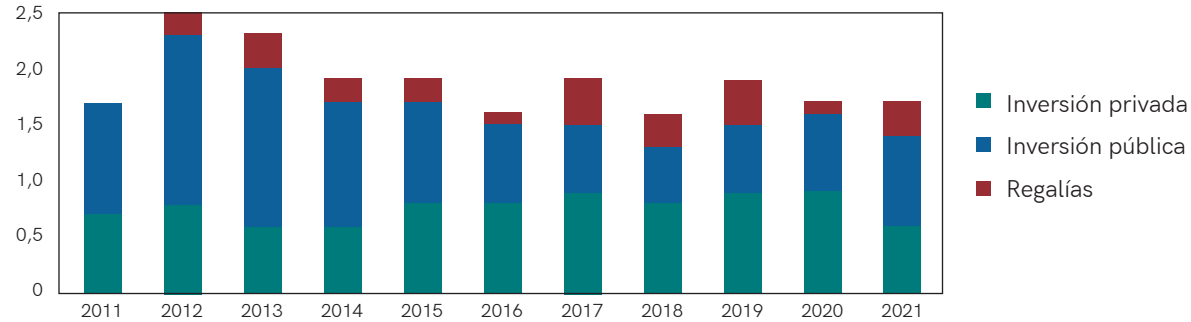
***Fuente**: Google Maps, elaborada por CPC.*

La ubicación geográfica de Colombia representa una oportunidad estratégica y una ventaja competitiva frente a otros países exportadores, como México, Chile, Brasil, Perú, Panamá, Tailandia, Corea, Alemania, Irlanda, Vietnam e India. Esta ventaja se evidencia principalmente en su cercanía con Estados Unidos, uno de los mayores mercados del mundo, ya que los puertos de Cartagena y Buenaventura se encuentran a una distancia considerablemente menor en comparación con los de otros países competidores. En la siguiente ilustración se presentan los países mencionados y las distancias aproximadas en kilómetros entre cada uno de ellos y el territorio estadounidense, evidenciando la posición favorable de Colombia para las exportaciones.

El agro y los recursos naturales que tiene Colombia son esenciales para la economía, son fuentes generadoras de empleo, producción de alimentos y bienes de exportación, lo que contribuye directamente a la competitividad frente a otros países productores. Como oportunidad sabemos que nuestras producciones agrícolas son altamente valoradas en los mercados internacionales, cerca del 80% del territorio nacional posee suelos con gran diversidad de cultivos productivos. Sin embargo, uno de los principales desafíos identificados por el Dr. Daniel Gómez Gaviria (2025) es la deficiente infraestructura vial del país. Las malas condiciones de las carreteras, las construcciones de baja calidad y el deterioro de las vías que conectan las regiones generan demoras y pérdidas significativas en el transporte de productos, tanto para el abastecimiento interno como para el envío hacia los puertos de exportación.

La mejora de las infraestructuras viales es un desafío que enfrenta Colombia, por temas climáticos y geográficos, adicional de la corrupción que se evidencian en grandes obras como lo son estas, donde se desvían los recursos y se minimizan los costos en cuestiones de calidad, para beneficiarse al máximo los individuos a cargo del presupuesto, afectando al país y sus ciudadanos; los cierres viales, inundaciones, deterioros

Imagen 3. Inversión en infraestructura. Colombia, 2011-2021 (Porcentaje del PIB)
Entre 2011 y 2021, la inversión en infraestructura en Colombia represento en promedio el 1,9% del PIB.



***Fuente**:* Fedesarrollo (2023) *Elaborado por CPC*

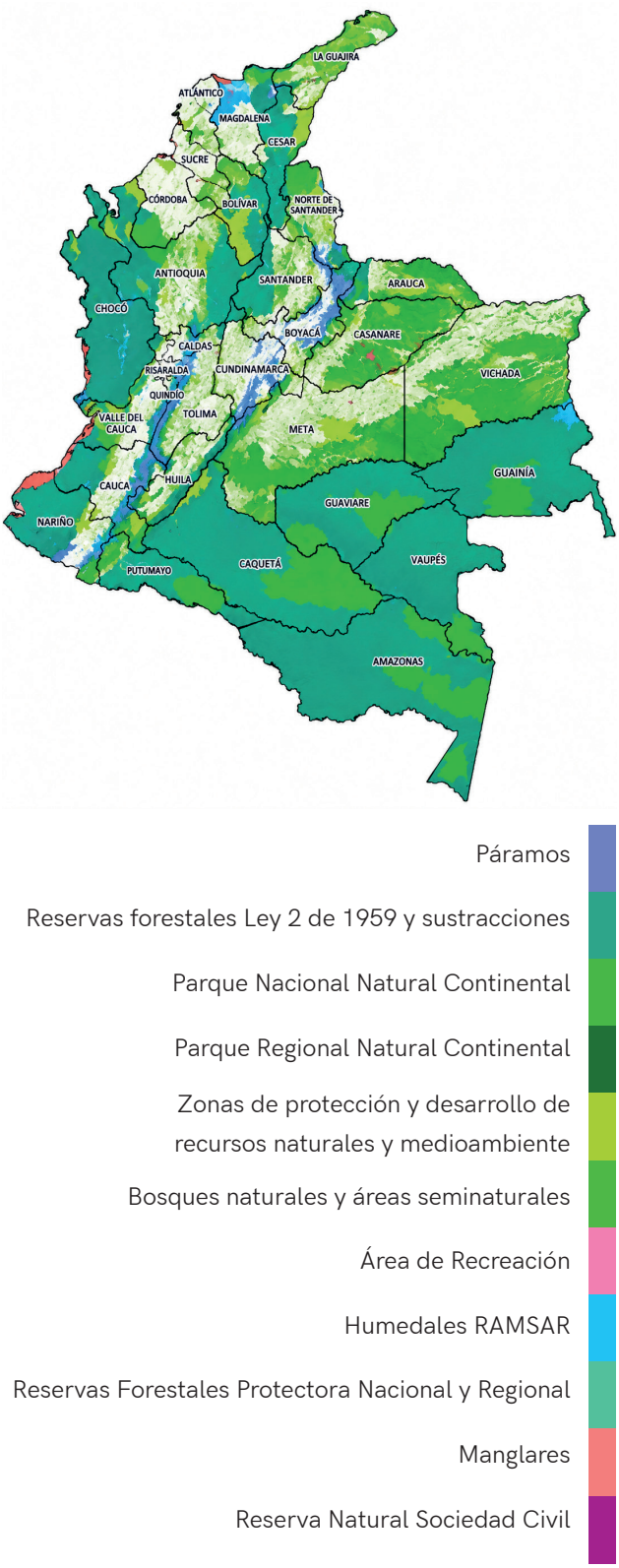
y demás sucesos que ocurren en las vías de nuestro país, no solo son debidos a los fenómenos naturales, si no como lo mencionamos anteriormente a errores por falta de ética del ser humano, la logística y los nuevos métodos de entregas inesperadas, que deben desarrollar las pequeñas y grandes empresas productoras, generan una pausa en la competitividad.

Como se representa en la anterior grafica desde el año 2011 hasta el año 2021, en Colombia la inversión de infraestructura represento en promedio el 1,9% del PIB, una cifra insuficiente frente a las necesidades de un país que busca insertarse en las cadenas globales de valor. A esto se suma el rezago en la calidad de la red vial, la falta de interconexión fluvial y férrea, y la necesidad de modernizar la infraestructura portuaria y aeroportuaria. Superar estas brechas es clave para que el potencial productivo y exportador de Colombia no se vea frenado por limitaciones estructurales.

Por otro lado, la economía verde es uno de los modelos que trabaja en el desarrollo y crecimiento de los países, sin ocasionar daños al medio ambiente, para el caso de Colombia es un territorio con oportunidades, haciendo referencia al turismo, donde también se da la oportunidad de enseñar e investigar a través la tecnología, de tal manera que se educa a los turistas para continuar con su preservación, por ende es de vital importancia, socializar con los guías, habitantes y todas aquellas personas que se relacionan con el sector turístico, la relevancia de tener una atención al cliente adecuada, los precios de los planes, actividades, y gastronomía que sean acordes al comercio, porque como país se evidencia que estos malos actos afectan de manera recurrente la visita de turistas.

Como se observa en la ilustración del mapa de Colombia, el país cuenta con una amplia variedad de páramos, reservas, parques naturales y bosques que atraen la atención de los turistas. Estos ecosistemas no solo generan ingresos económicos a través del turismo sostenible, sino que también contribuyen significativamente al cuidado del medio ambiente. No obstante, Colombia enfrenta un gran desafío en materia de contaminación, que radica en la falta de conciencia ciudadana respecto a las prácticas de protección ambiental. Es necesario fomentar hábitos adecuados como el reciclaje, el manejo responsable de los desechos y el control de los residuos no biodegradables. Tal como se destacó en la conferencia, el país aún presenta debilidades en cuanto a responsabilidad ambiental, pues muchos

Imagen 4. Concentración de ecosistemas en Colombia.



***Fuente**: Elaborado por CPC*

Imagen 5. Entrega de certificados profesor Agudelo



***Fuente**: Fotografía recuperada evento conferencia de competitividad.*

ciudadanos son indiferentes al impacto que genera el uso inadecuado y la incorrecta clasificación de los contaminantes que empleamos en la vida cotidiana.

En este sentido, la innovación y la ciencia son pilares fundamentales para que Colombia avance en productividad y competitividad. Sin embargo, la inversión en investigación y desarrollo (I+D) sigue siendo muy baja: de acuerdo con el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (OCyT), en 2022 apenas alcanzó el 0,21 % del PIB, frente al promedio de América Latina y el Caribe de 0,56 % , cifras considerablemente inferiores. Esta limitación reduce la capacidad del país para generar conocimiento, desarrollar soluciones tecnológicas e impulsar sectores de alto valor agregado.

De acuerdo con información consultada en CEPAL Colombia para el año 2025 estableció un PIB del 2,5% y una proyección para el 2026 del 2,7%, lo cual sería bueno y demostraría avances en la economía, y realizando una comparación con países como Brasil, se refleja una caída del 0,3% para el 2026 con

respecto al 2025, Chile también tiene una caída de 0,2% y, Paraguay se mantiene en un 4% mostrando una mejoría en su economía, que puede darse por una mayor demanda interna y una recuperación en las exportaciones.

Por último, consultado información de febrero del año 2025 en el BID, se tiene que fue aprobado un valor de US$600 millones para apoyar a Colombia en el ingreso a las cadenas globales y regionales de valor, para que impulse su crecimiento económico, respaldando reformas que mejoraran los negocios, reduciendo costos comerciales y potenciar la producción de las micros, pequeñas medianas empresas exportadoras, para atraer inversiones productivas y sostenibles.

Imagen 6. Proyección del PIB 2025

	2024	2025	2026
América Latina y el Caribe	2,3%	2,2%	2,30%
Argentina	-1,3%	5,0%	4,0%
Bolivia	1,7%	1,5%	1,1%
Brasil	3,4%	2,3%	2,0%
Chile	2,6%	2,4%	2,2%
Colombia	1,6%	2,5%	2,7%
Ecuador	-2,0%	1,5%	2,1%
Paraguay	4,2%	4,0%	4,0%
Perú	3,3%	3,1%	2,9%
Uruguay	3,1%	2,8%	2,5%
Venezuela	6,2%	2,0%	2,0%

***Fuente**: Elaborado por CEPAL*

Conclusiones

Colombia posee un amplio potencial competitivo, sustentado en su ubicación geográfica, su riqueza natural y su diversidad productiva. Sin embargo, estos factores no se han aprovechado de manera integral debido a la falta de políticas públicas efectivas, la baja inversión en infraestructura y las limitaciones en conectividad y tecnología.

Desde una mirada crítica, el país enfrenta el reto de construir una política económica coherente, que garantice la transparencia en la ejecución de obras, la modernización logística y la reducción de brechas regionales. La corrupción y la falta de continuidad institucional debilitan los avances hacia un entorno competitivo sostenible.

Colombia posee un amplio potencial competitivo, sustentado en su ubicación geográfica, su riqueza natural y su diversidad productiva.

Asimismo, la infraestructura deficiente sigue siendo el principal obstáculo para consolidar una economía productiva y conectada. La ausencia de vías eficientes, ferrocarriles funcionales y puertos modernos restringe el comercio exterior y encarece los costos logísticos, afectando la competitividad empresarial.

En el ámbito tecnológico, Colombia necesita fortalecer su inversión en ciencia e innovación, vincular la academia con el sector productivo y fomentar la resiliencia empresarial ante los cambios globales.

En síntesis, el país debe transitar de una economía basada en recursos naturales a una economía basada en conocimiento, tecnología y sostenibilidad. Solo así podrá transformar sus ventajas comparativas en ventajas competitivas sostenibles, consolidándose como un actor relevante en la economía global hacia el año 2050.

Referencias

Admin. (2025, 1 de agosto). *Informe Nacional de Competitividad*. Compite. https://compite.com.co/informe-nacional-de-competitividad/

Bancolombia. (2024, 4 de enero). *Así avanza el nearshoring en América Latina*. Bancolombia. https://www.bancolombia.com/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/nearshoring-america-latina

Cepal mantiene crecimiento de la economía en 2,5% para Colombia al cierre de 2025. (2025, 6 de agosto). *Diario La República*. https://www.larepublica.co/globoeconomia/cepal-mantiene-crecimiento-de-la-economia-en-2-5-para-colombia-al-cierre-de-2025-4197003

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (s. f.). *El BID apoya a Colombia en su proceso de integración en las cadenas globales de valor*. Recuperado el 18 de septiembre de 2025, de https://www.iadb.org/es/noticias/el-bid-apoya-colombia-en-su-proceso-de-integracion-en-las-cadenas-globales-de-valor

Ministerio del Medio Ambiente de Chile. (s. f.). *Huella de carbono*. Recuperado el 10 de agosto de 2025, de https://mma.gob.cl/cambio-climatico/cc-02-7-huella-de-carbono/

Muresianu, A., Mengden, A., & Hartt, M. (2023, 9 de noviembre). *How well do carbon taxes match their promise? A new proposed metric*. Tax Foundation. https://taxfoundation.org/research/all/federal/carbon-tax-rankings/