

**MAPEO ESTRATÉGICO DE LAS INDUSTRIAS DE LAS ARTES CREATIVAS
CASO: SECTOR DE LAS ARTES GRAFICAS DE LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**TATIANA PAOLA ARENAS HOYOS
MARÍA LUCIA HERNÁNDEZ TIRADO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA, D.T. Y C.**

2007

**MAPEO ESTRATÉGICO DE LAS INDUSTRIAS DE LAS ARTES CREATIVAS
CASO: SECTOR DE LAS ARTES GRAFICAS DE LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**TATIANA PAOLA ARENAS HOYOS
MARÍA LUCIA HERNÁNDEZ TIRADO**

**Tesis de grado para optar el título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

Asesor

ALBERTO GÓMEZ TORRES

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA, D.T. Y C.**

2007

Cartagena de Indias D. T. y Cultural, Diciembre 13 de 2007

Señores:

Comité de Graduación

Programa de Administración Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Tecnológica de Bolívar

Ciudad

Cordial Saludo,

En mi calidad de asesor, presento a ustedes el *proyecto de grado* titulado:

**“MAPEO ESTRATÉGICO DE LAS INDUSTRIAS DE LAS ARTES CREATIVAS
CASO: SECTOR DE LAS ARTES GRAFICAS DE LA CIUDAD DE CARTAGENA”.**

**Elaborado por las estudiantes Tatiana Paola Arenas Y María Lucia
Hernández, pertenecientes al programa de Administración de Empresas de la
Universidad Tecnológica de Bolívar. Manifiesto mi participación y
conformidad con el resultado obtenido.**

Atentamente,

ALBERTO GÓMEZ TORRES

Administrador de Empresas

Cartagena de Indias D. T. y Cultural, Diciembre 13 de 2007

Señores:

Comité de Graduación

Programa de Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Tecnológica de Bolívar

Ciudad

Estimados Señores,

Presentamos a su consideración el proyecto de grado: **“MAPEO ESTRATÉGICO DE LAS INDUSTRIAS DE LAS ARTES CREATIVAS CASO: SECTOR DE LAS ARTES GRAFICAS DE LA CIUDAD DE CARTAGENA”**, el cual reemplaza al antiguamente titulado **“ ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y COMPETITIVO DEL SECTOR LITOGRAFICO Y DIGITAL EN LA CIUDAD DE CARTAGENA”**; como requisito para optar el título de Administrador de Empresa.

Agradecemos a ustedes la atención prestada.

Atentamente,

Tatiana Paola Arenas Hoyos

María Lucia Hernández Tirado

Cód. 01 11 503

Cód. 00 11 006

AUTORIZACIÓN

Cartagena de Indias, D. T. C. H.,

**Yo _____, identificado con número de
cédula _____, autorizo a la Universidad Tecnológica de
Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catálogo
online de la Biblioteca.**

(Firma)

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Debe registrarse esta autorización ante notario público.

AUTORIZACIÓN

Cartagena de Indias, D. T. C. H.,

**Yo _____, identificado con número de
cédula _____, autorizo a la Universidad Tecnológica de
Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catálogo
online de la Biblioteca.**

(Firma)

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Debe registrarse esta autorización ante notario público.

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado 1

Firma del Jurado 2

Cartagena, 13 de Noviembre del 2007

ARTICULO 107

La institución se reserva el derecho de propiedad intelectual de todos los trabajos de grado aprobados, los cuales no pueden ser explotados comercialmente sin su autorización.

“Agradecemos primero a Dios por darnos la disciplina y la constancia suficiente en este ultimo momento para lograr el objetivo propuesto, a Alberto Gómez, nuestro asesor, por la disposición que siempre tuvo para brindarnos su apoyo, y por aquellos “empujoncitos” en momentos que pensábamos caer. A nuestros padres, quienes depositaron su confianza y apoyo incondicional, y sobre todo a todas aquellas empresas litográficas y digitales del sector que nos abrieron sus puertas brindándonos su tiempo y la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos de este trabajo el cual es especialmente hecho para ellos”

TABLA DE CONTENIDO

| | Pág. |
|---|-------------|
| INTRODUCCION | |
| 0. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 16 |
| 0.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | 16 |
| 0.1.1 Formulación del Problema | 19 |
| 0.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 19 |
| 0.2.1 Objetivo General | 19 |
| 0.2.2 Objetivos Específicos | 19 |
| 0.3 JUSTIFICACION TEORICO-PRACTICA DE LA INVESTIGACION | 20 |
| 0.4 MARCO DE REFERENCIA | 21 |
| 0.4.1 Marco Teórico | 21 |
| 0.4.2 Marco Conceptual | 28 |
| 0.5 METODOLOGÍA | 30 |
| 0.5.1 Tipo de investigación. | 30 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 0.5.2 | Operacionalización de las Variables | 30 |
| 0.5.3 | Población y Muestra | .33 |
| 0.5.3.1 | <i>Diseño de muestreo</i> | .33 |
| 0.5.4 | Recolección y Fuentes de Información | 33 |
| | | |
| 1. | EVALUACION DE IMPACTO | 35 |
| | | |
| 1.1 | COMPORTAMIENTO DE LA INDUSTRIA GRAFICA EN COLOMBIA | .35 |
| | | |
| 1.2 | COMPORTAMIENTO E IMPACTO DE LA INDUSTRIA GRAFICA A NIVEL LOCAL | 39 |
| 1.2.1 | Índice de Precios | 40 |
| 1.2.2 | Empleo | 43 |
| 1.2.3 | Inversiones | 49 |
| 1.2.4 | Comercio Exterior | 56 |
| | | |
| 2. | ANALISIS DE LA ESTRUCTURA Y COMPOSICION | 64 |
| | | |
| 2.1 | CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA | .64 |
| | | |
| 2.2 | COMERCIO EXTERIOR | 70 |

| | |
|--|------------|
| 2.3 TENDENCIAS TECNOLÓGICAS | .72 |
| 2.3.1 Proyección Estratégica a Nivel Nacional | 72 |
| | |
| 3. ANALISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA | 76 |
| | |
| 3.1 DESCRIPCION FUNCIONAL DE LA CADENA | 76 |
| 3.1.1 Relaciones Técnicas y Económicas en el Encadenamiento Productivo | 77 |
| 3.1.2 Relaciones Institucionales | 79 |
| | |
| 4. ANÁLISIS DE CLUSTER | 80 |
| | |
| 4.1 ESTRATEGIA DE LA FIRMA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD | .82 |
| | |
| 4.2 CONDICIONES DE LOS FACTORES | 83 |
| | |
| 4.3 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO | 84 |
| | |
| 4.4 CONDICIONES DE LA DEMANDA | 85 |

| | |
|------------------------|-----------|
| CONCLUSIONES | 87 |
| RECOMENDACIONES | 89 |
| BIBLIOGRAFIA | 90 |

LISTA DE CUADROS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Cuadro 1. Variables e indicadores de los modelos de Evaluación de Impacto para el sector de las Artes Graficas | 52 |
| Cuadro 2. Variables e indicadores de los modelos de Estructura para el sector de las Artes Graficas | 53 |
| Cuadro 3. Variables e indicadores de los modelos de Cadena Productiva para el sector de las Artes Graficas | 54 |
| Cuadro 4. Variables e indicadores de los modelos de Análisis de Clúster del sector de las Artes Graficas | 55 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | Pág. |
|--|------|
| Grafico 1. Tendencias en la producción y ventas en el mercado nacional | 62 |
| Grafico 2. Cartagena. Inflación acumulada II semestre 1999 – 2005 | 66 |
| Grafico 3. Inflación total 1999 – 2005 | 67 |
| Grafico 4. Cartagena. Inflación por grupo de bienes y servicios, II Semestre y total 2005 | 68 |
| Grafico 5. Cartagena. Tasa de desempleo Oct. – Dic. (2000 – 2005) | 72 |
| Grafico 6. Cartagena. Núm. de empleados según posición ocupacional Oct.-Dic. (2000 – 2005) | 76 |
| Grafico 7. Rango de empleados que laboran en el sector de las Artes Graficas en Cartagena 2007 | 78 |
| Grafico 8. Índice de productividad laboral en Cartagena para el sector de la Industria Grafica. I trimestre (Ene – Mar) 2001 – 2007 | 80 |
| Grafico 9. Empresas constituidas, reformadas y liquidadas en Cartagena y la jurisdicción 2005 | 81 |
| Grafico 10. Inversión neta de capitales por actividad económica en Cartagena y jurisdicción 2005 | 84 |
| Grafico 11. Inversión neta de capitales en jurisdicción de Cartagena 2005 | 85 |

| | |
|---|------------|
| Grafico 12. Inversión neta de capitales por tamaño de empresa 2005 | 87 |
| Grafico 13. Empresas constituidas en Cartagena y jurisdicción por actividad económica 2005 | 88 |
| Grafico 14. Inversión neta de capital en el sector de Imprentas, Editoriales e Industrias conexas (2000 – 2004) | 91 |
| Grafico 15. Carga exportadora por las zonas portuarias en Colombia 2005 | 93 |
| Grafico 16. Bolívar. Participación de las exportaciones por país de destino primer semestre 2006 | 96 |
| Grafico 17. Carga importadora por las zonas portuarias en Colombia 2005 | 97 |
| Grafico 18. Bolívar. Participación porcentual de las importaciones según país de destino primer semestre 2006 | 99 |
| Grafico 19. Balanza Comercial para el sector de Imprenta y Editoriales en el departamento de Bolívar 2002 – 2006 | 102 |
| Grafico 20. Existe una declaración formal de la Misión y la Visión? | 133 |
| Grafico 21. Los objetivos son específicos para poder medir su avance? | 134 |
| Grafico 22. La meta final de la empresa es obtener utilidades, rentabilidad, o lograr la satisfacción de los clientes? | 135 |
| Grafico 23. Cuanto tiempo lleva el producto en el mercado? | 136 |
| Grafico 24. Posee alianzas estratégicas con otras empresas? Diga cuales | 138 |
| Grafico 25. Se ha conformado con algunas empresas del sector grupos estratégicos? | 138 |
| Grafico 26. Cuantos empleados laboran en su empresa? | 139 |

| | |
|---|------------|
| Grafico 27. Cree Ud. Que el personal tiene las capacidades y competencias adecuadas? | 140 |
| Grafico 28. El diseño de las instalaciones y la tecnología utilizada están acordes a los requerimientos de la empresa? | 141 |
| Grafico 29. Cuales son los principales proveedores con los cuales maneje relación? | 143 |
| Grafico 30. Cuales son los principales clientes que posean relación con la empresa? | 145 |

LISTA DE FIGURAS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Figura 1. Las industrias creativas en el marco del campo cultural | 21 |
| Figura 2. Modelo de análisis de las industrias creativas | 41 |
| Figura 3. Cadena productiva papel y Artes Graficas | 99 |
| Figura 4. Diamante competitivo de Porter | 103 |

LISTA DE TABLAS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Tabla 1. Crecimiento porcentual anual del valor en dólares de las exportaciones de Colombia por país de destino | 25 |
| Tabla 2. Principales destinos de exportación del sector grafico | 64 |
| Tabla 3. Principales fuentes de origen de importación sector grafico | 64 |
| Tabla 4. Indicadores económicos de Cartagena 2004 – 2005 | 65 |
| Tabla 5. Cartagena. Indicadores laborales 2005 – 2006 | 73 |
| Tabla 6. Cartagena. Población ocupada según rama de actividad Oct. – Dic. 2002 – 2005 | 74 |
| Tabla 7. Empleo generado por la industria | 77 |
| Tabla 8. Exportaciones no tradicionales de Bolívar 2005 – 2006 | 95 |
| Tabla 9. Bolívar. Importaciones registradas primer semestre 2005 – 2006 | 98 |
| Tabla 10. Exportaciones e importaciones en Kgms y valor FOB (us\$) para el sector de Imprenta y Editoriales en el departamento de Bolívar 2002 – 2006 | 102 |
| Tabla 11. Grupos y productos de la industria Grafica | 107 |
| Tabla 12. Valor de la producción de la cadena 2001 | 108 |
| Tabla 13. Establecimientos y empleo en la cadena 2001 | 109 |
| Tabla 14. Importaciones y principales proveedores de la industria 2001–2003 | 112 |

| | |
|--|------------|
| Tabla 15. Principales destinos de exportación | 113 |
| Tabla 16. Exportaciones del sector | 114 |
| Tabla 17. Principales productos exportados por el sector grafico | 115 |
| Tabla 18. Importaciones en el sector 2001 – 2005 | 116 |
| Tabla 19. Principales productos importados por el sector grafico | 117 |
| Tabla 20. Recomendaciones para el subsector Productos Publicitarios y Comerciales | 120 |
| Tabla 21. Recomendaciones para el subsector Editorial | 121 |
| Tabla 22. Recomendaciones para el subsector Empaques | 122 |

INTRODUCCIÓN

Un grupo considerable de los mapeos revisados comprende la realización de estudios sectoriales relacionados con una o más actividades o industrias creativas o culturales, en este caso, y dadas las condiciones antes expuestas, el presente trabajo pretende abordar el análisis de la industria de las artes gráficas a nivel de Cartagena de Indias, partiendo de la base que la selección de la(s) actividad(es) o industria(s) depende de su Importancia estratégica y de la disponibilidad de fuentes de información.



Figura 1. Las industrias creativas en el marco del campo cultural

Es así, que el propósito de las técnicas de análisis identificadas es examinar la importancia de la(s) actividad(es), su estructura, sus interrelaciones con el resto de la economía y aspectos relacionados con su entorno competitivo.

Con esta idea en mente, y con el propósito de alcanzar los objetivos planteados, la presente entrega abarca el análisis de la industria creativa de las artes gráficas de Cartagena de Indias presentando los resultados en cuatro capítulos fundamentales.

En el Capítulo uno, ***Evaluación de Impacto***, se examina la importancia económica directa del sector gráfico en general, en términos de contribución a la producción, ingreso y empleo en la ciudad de Cartagena de Indias. Se habla de importancia directa para diferenciarla de los efectos o impactos indirectos o inducidos que pueden estudiarse a través de otras técnicas de análisis.

El capítulo dos, ***Análisis de estructura y composición***, se estudia la estructura de las actividades o industrias. Esa estructura está representada por la distribución de los agregados macroeconómicos de la industria entre las actividades que las componen.

El capítulo tres, **Análisis de la cadena productiva**, se evalúa, en términos cualitativos y/o cuantitativos, la interacción de la actividad creativa o cultural seleccionada con las demás actividades económicas. Las interrelaciones más comúnmente analizadas en los mapeos revisados son las que se refieren a los proveedores y a los consumidores.

El capítulo cuatro, **Análisis de Clúster**, determina la competitividad de una actividad a partir de las relaciones existentes entre ella y otras industrias relacionadas y de factores asociados a la demanda.

Los distintos capítulos abarcan cada uno aspectos diferentes del tema en estudio, con el cual posteriormente, se darán las respectivas conclusiones que arrojará el análisis del trabajo y unas recomendaciones basándonos en lo que nos arroje dicho trabajo y según como se planteó en los objetivos de este.

0. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

0.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

América Latina registra el segundo crecimiento económico más rápido de todas las regiones del mundo (CEPAL 2.005), según la opinión de algunos expertos su economía se encuentra bien encaminada, luego de años de un proteccionismo atascante se ve en los pequeños empresarios un potencial dinamizador para la economía. Es por ello que el desarrollo económico de Colombia a mediano y largo plazo, debe estar enmarcado en una política industrial, que tenga como principio fundamental el desarrollo de las PYME, convirtiéndolas en un eslabón central dinamizador del sector industrial y de la actividad económica en general. En tal sentido, sobran los motivos para justificar el análisis y la reflexión sobre las pequeñas y medianas empresas, sus problemas de sostenibilidad, exigencias gerenciales, relación con el entorno, estrategias y acciones que impone su realidad.

Tabla 1. Crecimiento porcentual anual del valor en dólares de las exportaciones de Colombia por país de destino

**CRECIMIENTO PORCENTUAL ANUAL DEL VALOR EN DÓLARES, DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA,
POR PAÍS DE DESTINO
ENERO - MARZO DE 2005**

| | Estados Unidos | Venezuela | Ecuador | Japón | Alemania | México | Resto | Total |
|----------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Totales | 22,5 | 58,7 | 42,9 | 47,2 | 38,0 | 24,7 | 44,7 | 35,2 |
| No tradicionales | 21,7 | 59,6 | 36,3 | 12,7 | (8,8) | 21,7 | 27,3 | 28,9 |
| Sector agropecuario | 33,4 | 222,8 | (1,6) | 60,9 | (14,4) | 12,5 | 22,8 | 40,1 |
| Sector industrial | 22,9 | 43,3 | 33,0 | 32,2 | 0,2 | 21,1 | 22,2 | 25,7 |
| Alimentos, bebidas y tabaco | 24,5 | (12,4) | 17,5 | 47,5 | 5,6 | (36,0) | 24,0 | 14,2 |
| Hilados y tejidos | (7,8) | (6,6) | 44,7 | n.a. | 90,9 | 14,8 | 17,5 | 8,0 |
| Confecciones | 7,3 | 51,1 | 53,0 | 66,7 | (3,4) | 79,5 | 36,9 | 20,3 |
| Productos plásticos y de caucho | 61,3 | 40,0 | 1,3 | n.a. | 600,0 | 2,4 | 27,5 | 27,8 |
| Cuero y sus manufacturas | 23,1 | 122,9 | 21,2 | 22,2 | 132,0 | 7,5 | (20,8) | (1,9) |
| Madera y sus manufacturas | 22,5 | 45,7 | 10,2 | (62,5) | 300,0 | 15,6 | 11,1 | 21,3 |
| Artes gráficas y editoriales | 56,6 | (5,7) | 17,9 | 8,1 | (100,0) | 11,3 | 9,6 | 11,4 |
| Industria química | 33,4 | (4,6) | 20,5 | 46,4 | (10,1) | 20,3 | 17,6 | 14,8 |
| Minerales no metálicos | 26,5 | 57,5 | 42,9 | 200,0 | (43,3) | 29,6 | 35,7 | 32,2 |
| Industria de metales comunes | 71,0 | 48,3 | 88,4 | 16,7 | (81,8) | 55,8 | 38,5 | 48,2 |
| Maquinaria y equipo | 11,3 | 2,6 | 6,2 | (75,0) | (70,3) | 44,4 | 9,7 | 9,8 |
| Material de transporte | 56,8 | 515,7 | 101,4 | n.a. | (100,0) | (83,8) | 109,1 | 259,7 |
| Aparatos de óptica, cine y otros | 5,2 | 51,9 | 20,7 | (9,1) | 180,0 | (44,7) | (1,2) | (2,0) |
| Otras industrias | 9,3 | 84,5 | (8,4) | 50,0 | 200,0 | 108,6 | 20,2 | 28,0 |
| Sector minero (*) | (1,7) | 17,1 | 67,5 | (42,7) | 133,3 | 700,0 | 114,3 | 31,4 |

n.a. No es aplicable.

(*) Incluye oro y esmeraldas.

Fuente: DANE y Banco de la República.

Hasta marzo de 2005, y según informe presentado por el Banco de la República en Julio del mismo año, el valor exportado de bienes no tradicionales sumó US\$2.234 m, con una variación anual de 27,6% (US\$483 m) asociada básicamente con el incremento en las ventas de productos industriales (24,1%), entre las cuales se destaca la artes gráficas y editoriales (ver tabla de crecimiento porcentual) con un incremento del 11,4%, siendo el mercado de mayor crecimiento para estos productos colombianos el de Estados Unidos con una variación superior al 50%.

En la última década se ha generado un creciente reconocimiento sobre la importancia que tienen las industrias creativas como sector potenciador del desarrollo económico de las regiones o países. Debido a esto, se ha realizado una considerable cantidad de estudios de medición del impacto de esas industrias en las economías regionales o nacionales.

Muchos de estos estudios han sido basados en mapeos estratégicos orientados a diagnosticar una situación dada, identificando sus elementos constitutivos, las relaciones entre éstos y los resultados de dicha interacción. En esa medida, “el mapeo no es una simple descripción de datos, sino, principalmente, una interpretación, que tiene el propósito de contribuir a la solución de problemas revelados por el diagnóstico o conocidos con anterioridad”.

La industria de artes creativas fundamentada en las artes graficas tiene su origen en Colombia a mediados de la década de los noventa, y es aquí en Cartagena en donde nace y se desarrolla, gracias a la llegada del primer sistema offset, introducida por J.V Mogollón, catalogado como el primer empresario de la industria gráfica en la ciudad. Desde esa época hasta nuestros días la dinámica de los mercados y de la industria litográfica en la ciudad ha cambiado drásticamente, la evolución tecnológica, la apertura de mercados, y otros aspectos tanto

macroeconómicos como de la industria en particular han provocado estas modificaciones.

Estudios de investigación adelantados como el **“Análisis de la situación actual del sector de las artes gráficas y afines en la ciudad de Cartagena y recomendaciones para su mejoramiento”** y **“Análisis Estratégico de las artes graficas litográficas para la formulación de estrategias competitivas que ayuden a su permanencia”**, desarrollados por estudiantes de esta institución y publicadas en los años 1.998 y 2.003 respectivamente, a pesar de presentar dos enfoques diferentes, muestran la existencia de dos grupos estratégicos fundamentalmente, el primero compuesto por pequeños grupos fabriles o microempresas y el segundo compuesto por Pymes.

Al revisar dichos documentos, se obtuvo información realmente interesante que incentivó la posterior profundización de esta investigación. La situación detectada para ese momento se describe a continuación:

- En su mayoría las empresas no poseen estrategias que guíen sus acciones.

- En cuanto a los procesos de producción que realizan, se sienten satisfechos con los mismos; ni el proveedor ni el cliente forman parte del proceso, ya que se preocupan únicamente por el bien o elemento a producir.
- Las prácticas de mantenimiento se enfocan hacia la reparación y no hacia la prevención.
- El control de calidad se realiza principalmente al producto terminado y no en cada una de las etapas de elaboración del mismo.
- Falta de entrenamiento al personal técnico y obrero.
- Limitación de conocimientos técnicos.
- Poseen una estructura informal, por lo tanto carecen de organigramas y manuales.

- No poseen capacidad innovativa para experimentar nuevas formas de trabajar, desarrollando nuevos productos o mejorando los ya existentes.
- Las prácticas de supervisión son deficientes.
- Existe deficiente formación gerencial de los propietarios.
- Se percibe resistencia para delegar a otros algunas áreas de la empresa. El desempeño de la empresa depende fundamentalmente, de las relaciones personales de tipo informal y de la comunicación verbal.
- Tendencia a permanecer independientes y aislados de las agremiaciones del sector de artes gráficos

Ante estos resultados se decide comenzar una investigación profunda sobre la capacidad competitiva de las empresas que conforman esta industria, siendo este sector uno de los que ha mostrado un crecimiento negativo en los últimos años en

la ciudad, caracterizándose como una industria con alto grado de rivalidad viéndose reflejado inclusive en el cierre de algunas empresas, disminuciones en la demanda del servicio y reducción del personal.

0.1.1 Formulación del Problema

¿Cuáles son los aspectos claves que influyen sobre la dinámica de las industrias creativas, específicamente sobre el sector de artes gráficas de la ciudad de Cartagena y que elementos de juicio se pueden ofrecer para mejorar la toma de decisiones para el diseño de políticas orientadas al fortalecimiento de estas industrias?

0.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

0.2.1 Objetivo General

Identificar aspectos claves sobre la dinámica de las industrias creativas a través de un mapeo estratégico, y de esta manera ofrecer elementos de juicio que

mejoren la toma de decisiones para el diseño de políticas orientadas al fortalecimiento de esta industria.

0.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el impacto o contribución directa que el sector de diseño grafico en Cartagena suministre al desarrollo de la economía regional.
- Analizar la estructura en la cual está compuesta el sector de diseño grafico en Cartagena; dichos agentes se representan mediante los agregados macroeconómicos que componen el sector.
- Identificar las fortalezas y debilidades del sector, mediante la aplicación de un modelo en el que se apliquen los conceptos de la Planeación Estratégica, para la industria referente, con el fin de verificar la importancia de este análisis en una mejor toma de decisiones futuras en las organizaciones de este sector.

- Recomendar acciones estratégicas de mejoramiento a través de un Análisis de Clúster en el cual se determine la competitividad del sector con respecto a otros sectores en la región.

0.3 JUSTIFICACIÓN TEÓRICO-PRACTICA DE LA INVESTIGACIÓN

El principal objetivo de los primeros mapeos de industrias creativas que se han realizado en el país ha sido darle una mayor visibilidad al sector mediante la identificación del valor de la cultura y la creación no sólo como expresión de las relaciones entre el hombre y su entorno, sino también por su aporte a la economía de un país o una región¹. Dicho aporte surge en la medida que la cultura da lugar a procesos de creación vinculados con procesos de producción y distribución de bienes y servicios, y a la generación de empleo e ingresos.

Los mapeos deberán proveer información que les permita a los agentes regionales y nacionales identificar aspectos claves sobre la dinámica de las industrias creativas, y de esta manera ofrecer elementos de juicio que mejoren la toma de

¹ Guía para la elaboración de Mapeos Regionales de Industrias Creativas. Ministerio de Cultura. Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales – CRECE. 2.003

decisiones para el diseño de políticas orientadas al fortalecimiento de estas industrias. Así mismo, los mapeos pretenden estimular la organización de individuos y empresas de los sectores creativos y de la cultura para que se perciban como un colectivo y les permita un reconocimiento, un posicionamiento y un empoderamiento como sector económicamente importante.

La organización del sector que, indirectamente, se persigue a través de los mapeos facilita la producción de estadísticas e indicadores que permitan identificar las fortalezas y debilidades del sector.

Mediante la aplicación de un modelo en el que se apliquen los conceptos de la Planeación Estratégica, para la industria referente, se pretende verificar la importancia de este análisis en una mejor toma de decisiones futuras en las organizaciones de este sector; a su vez, recomendar acciones estratégicas de mejoramiento, producto de la investigación planteada, con el fin de que sean útiles para futuras gestiones en cada una de las empresas del sector.

Es necesario realizar esta investigación ya que el sector litográfico y digital en la ciudad de Cartagena carece en su mayoría, como se señaló anteriormente, de planeamientos estratégicos que se dirijan y controlen para una mayor formación

de la organización, se hace pues necesario conocer los aspectos claves que influyen sobre la dinámica de estas industrias creativas y establecer los elementos de juicio que se pueden ofrecer para mejorar la toma de decisiones para el diseño de políticas orientadas a su fortalecimiento.

0.4 MARCO DE REFERENCIA

0.4.1 Marco Teórico

En la última década se ha generado un creciente reconocimiento sobre la importancia que tienen las industrias creativas como sector potenciador del desarrollo económico de las regiones o países. Debido a esto, se ha realizado una considerable cantidad de estudios de medición del impacto de esas industrias en las economías regionales o nacionales. Fuera del Reino Unido y de algunos ejercicios en Estados Unidos, los mapeos más comunes son del segundo tipo: nacionales.

La experiencia del Reino Unido

El Reino Unido tiene una amplia experiencia en la medición de la contribución de la cultura y de las industrias creativas a la economía. Sus antecedentes se remontan a finales de los ochenta con la publicación de La importancia económica de las artes en Gran Bretaña.

Ese país fue pionero en la conceptualización de las industrias creativas y en la adopción del término mapeos (mapping) para referirse a diagnósticos como los realizados para el sector. El documento Mapeo de las Industrias Creativas 1984, del Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (DCMS, por sus siglas en inglés), fue el primer intento de medición sistemática de la contribución del grupo completo de industrias creativas a la economía nacional (Greater London Authority, 2004; British Council Creative Industries Unit, 2004). Ese documento, así como el de 2000, ayudaron a tener un mejor entendimiento sobre la dinámica e importancia del sector.

A diferencia del primero, el del 2000 incluyó la perspectiva regional a través de una sección de dimensiones regionales para algunas de las industrias creativas.

Los mapeos anteriores se transformaron en una serie de boletines estadísticos anuales con información exclusivamente nacional. La perspectiva regional fue promovida por la Unidad Especial de Industrias Creativas creada por el gobierno británico, que conformó un grupo de trabajo de asuntos regionales, que tenía como funciones examinar la contribución económica y social de las industrias creativas en las regiones del Reino Unido e identificar maneras de promover el crecimiento futuro del sector (Reeves, 2002). El grupo y los gobiernos regionales comisionaron auditorias para analizar la contribución de las industrias creativas en las nueve regiones del país. Algunas de las auditorias fueron realizadas por el gobierno y las otras por agencias de desarrollo regional (DCMS, 2000). Además de esas auditorias, se han adelantado en el país otros proyectos dirigidos a medir la importancia del sector creativo en los niveles regional, subregional y local (a nivel de ciudades o condados).

Otras experiencias internacionales

Muchos países tienen progresos significativos en el análisis del impacto del sector de las industrias creativas. Además del Reino Unido, algunas de las experiencias más documentadas son las de Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Singapur y Hong Kong, los países miembros de la Unión Europea, del Mercosur y del Convenio Andrés Bello.

Otras experiencias menos documentadas, pero que presentan propuestas interesantes, son las realizadas para la ciudad de San Petersburgo, para Japón, Taiwán y México. La mayoría de las experiencias realizadas en estos países tienen cobertura nacional. Entre los países de la Unión Europea, se han adelantado estudios de mapeo del sector creativo en Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, España y Suecia. A pesar de no ser tan reconocidas como las del Reino Unido, esas experiencias arrojan resultados importantes acerca de la dinámica económica que el sector genera en esos países. El reconocimiento de la importancia del sector se ha vuelto tan generalizado en ese continente que, por primera vez, la Comisión Europea usó formalmente el término “industria creativa” en una publicación dedicada a examinar el futuro de esas industrias y sus implicaciones en términos de investigación (EC, 2005).

En cuanto a América Latina, tanto los países de MERCOSUR como los que forman parte del Convenio Andrés Bello han venido trabajando en el tema. En los primeros (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) se han realizado estudios sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos. Por su parte, algunos de los países del Convenio Andrés Bello vienen adelantando desde finales de los noventa el proyecto Economía y Cultura. En el marco de este proyecto se desarrollaron algunos

estudios para Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Las experiencias de los continentes y países anteriores alrededor de las industrias creativas y su importancia económica han sido, en general, de cobertura nacional; la perspectiva “regional” ha consistido en comparaciones entre países.

Junto con el Reino Unido, Estados Unidos es uno de los países en donde más se han desarrollado mapeos para regiones específicas (estados). Las experiencias más difundidas son las realizadas para los estados de California, Iowa, Missouri y para la región de Nueva Inglaterra, que comprende los estados de Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire y Rhode Island.

La experiencia colombiana

La experiencia colombiana en la evaluación económica de actividades culturales y creativas es significativa. Desde 1999 el Ministerio de Cultura, en cooperación con el Convenio Andrés Bello, adelantan el Proyecto Economía y Cultura para Colombia. Las primeras dos fases del proyecto consistieron en la evaluación del impacto de las industrias culturales en el país.

Para algunas de esas industrias (sectores fonográfico y cinematográfico) se hicieron, además, estudios específicos.

El hecho de que los resultados del estudio del cine se hayan usado como base para diseñar y justificar la ley nacional de cine refleja la utilidad que pueden tener los mapeos en términos de brindar elementos útiles para la toma de decisiones.

Otro antecedente importante relacionado con el tema es el desarrollo de la Cuenta Satélite de Cultura para el país, proyecto en el que actualmente participan el Ministerio de Cultura y el Departamento Nacional de Estadísticas, DANE.

Con respecto a ejercicios regionales de evaluación de impacto económico de la cultura y las industrias creativas, existen en el país tres experiencias distintas con propósitos y alcances diferentes. La primera es la evaluación de impacto del Carnaval de Barranquilla, trabajo desarrollado por Fundesarrollo y promovido por la Cámara de Comercio de esa ciudad. La segunda, enmarcada en el proyecto de Economía y Cultura, es el estudio de la industria discográfica de Cartagena alrededor de la champeta. A diferencia de los dos anteriores, que examinan actividades o sectores particulares, la tercera experiencia, el mapeo de industrias creativas de Bogotá y Soacha, es el primer intento en el país de hacer una

estimación de la importancia económica del conjunto de industrias creativas en una región específica.

Modelos o tipos de análisis

A partir de la revisión de experiencias en el desarrollo de mapeos de industrias creativas, es posible identificar algunos métodos o técnicas comunes de análisis. Esos métodos varían en función del alcance de los mapeos y de la disponibilidad de información y pueden ser complementarios entre sí.

Para cada uno de los alcances previstos (sector creativo o sector cultura, en general; una o más actividades o industrias creativas o culturales; eventos culturales como festivales y otras actividades), se identificaron una serie de modelos de análisis que se muestran en la figura 2. En su mayoría, se trata de técnicas que emplean información cuantitativa, que puede complementarse con análisis cualitativos. Las variables o indicadores que predominan en esos modelos están referidos a componentes de la oferta, dado que la disponibilidad de datos al respecto es más alta y que el análisis resultante ilustra mejor la dimensión del sector y su aporte a la economía. Sin embargo, es recomendable complementar

esos modelos con información relativa a la demanda, en los casos en que haya datos disponibles o sean viables su recopilación.

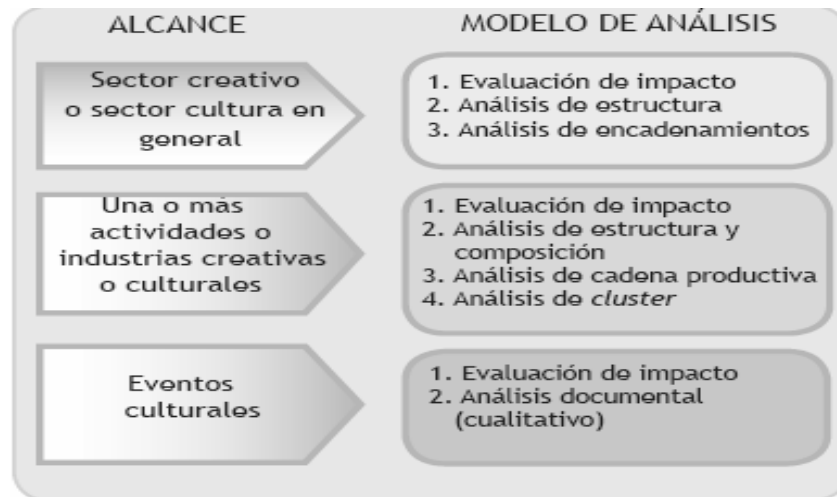


Figura 2. Modelo de Análisis de las Industrias Creativas

A continuación se describe el modelo identificado en los mapeos revisados de acuerdo al alcance de la industria de artes graficas que se plantea²:

² Según el análisis desarrollado y los parámetros que presenta la Guía para la elaboración de Mapeos Regionales de Industrias Creativas. Ministerio de Cultura. Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales – CRECE. 2.003

Modelos para el análisis de una o más actividades o industrias creativas o culturales

Un grupo considerable de los mapeos revisados comprende la realización de estudios sectoriales relacionados con una o más actividades o industrias creativas o culturales.

La selección de la(s) actividad(es) o industria(s) depende de su Importancia estratégica y de la disponibilidad de fuentes de información.

El propósito de las técnicas de análisis identificadas es examinar la importancia de la(s) actividad(es), su estructura, sus interrelaciones con el resto de la economía y aspectos relacionados con su entorno competitivo, entre otros. Esas técnicas son las siguientes:

1. Evaluación de impacto
2. Análisis de estructura y composición
3. Análisis de cadena productiva
4. Análisis de clúster

Evaluación de impacto

La técnica consiste en realizar una estimación del tamaño o contribución directa de la(s) actividad(es) o industria(s) seleccionada(s) a la economía regional en términos de agregados macroeconómicos como producción bruta, valor agregado (o PIB), exportaciones, empleo, entre otros.

Análisis de estructura y composición

Este modelo consiste en el estudio de la estructura de las actividades o industrias. Esa estructura está representada por la distribución de los agregados macroeconómicos de la industria entre las actividades que las componen.

Análisis de cadena productiva

Este modelo consiste en examinar las interrelaciones de la(s) actividad(es) o industria(s) seleccionada(s) con el resto de la economía. Es un modelo similar al

de encadenamientos, con la diferencia de que en este caso no se requiere la construcción de matrices insumo-producto.

La técnica consiste en evaluar, en términos cualitativos y/o cuantitativos, la interacción de la actividad creativa o cultural seleccionada con las demás actividades económicas. Las interrelaciones más comúnmente analizadas en los mapeos revisados son las que se refieren a los proveedores y a los consumidores. Esos dos grupos son precisamente los eslabones más importantes de las cadenas productivas.

Un análisis cuantitativo de la cadena productiva puede incluir la construcción de la cuenta de producción de la actividad y la estimación de las ventas según su destino (en la región, en el país pero fuera de la región, en otro país). La construcción de la cuenta de producción equivale a estimar el valor de la producción menos los costos en que incurre la actividad en el proceso productivo (consumo intermedio), sin incluir los pagos a los factores productivos (remuneraciones, impuestos a la actividad, ingreso mixto y excedente de explotación). Con el fin de examinar la interacción de la actividad creativa con el resto de la economía, los consumos intermedios se clasifican según la rama que provee el tipo de insumo o servicio utilizado (por ejemplo, papel e imprentas, servicios a las empresas, servicio de energía, etc.). Luego se calcularía la

distribución porcentual de cada componente del consumo intermedio en el total, para identificar cuáles son los sectores con los que la actividad creativa tiene mayor interrelación.

Análisis de clúster

Este modelo consiste en determinar la competitividad de una actividad a partir de las relaciones existentes entre ella y otras industrias relacionadas y de factores asociados a la demanda.

La herramienta más usada para este propósito en los estudios revisados es el Diamante de Porter. Esa herramienta consiste en una caracterización de cuatro factores claves de la competitividad: **estrategia de la firma, estructura y rivalidad; las condiciones de los factores productivos; las industrias relacionadas y de apoyo; las condiciones de la demanda.**

De acuerdo con la técnica, la competitividad de una empresa depende de la competitividad de sus proveedores de insumos, cuya competitividad depende, a su vez, de la de sus propios proveedores. Pero la competitividad de la firma también

depende de los proveedores de servicios, las fuentes de investigación y desarrollo (I&D) básico y aplicado, los proveedores de bienes de capital, los distribuidores, las instituciones de formación y capacitación. Incluso los competidores (de la propia firma así como de sus proveedores) son importantes, por la presión que generan para el mejoramiento continuo de procesos y técnicas así como en la búsqueda de nuevas oportunidades.

Además los competidores también proveen oportunidades para cooperación en la búsqueda conjunta de soluciones al problema. Así, el éxito de una actividad puede atribuirse parcialmente al tamaño, profundidad y naturaleza del clúster de actividades relacionadas y de apoyo del cual hace parte.

El análisis de clúster es una técnica cualitativa cuya información se recopila a través de encuestas a representantes claves de las actividades creativas que indagan por las características de los cuatro factores centrales de la competitividad.

0.4.2 Marco Conceptual

A continuación se presentan algunos de los conceptos claves dentro del desarrollo del presente trabajo:

- **Ambiente General:** También se conoce como macroambiente, entorno general, factores no controlables. Está compuesto por los elementos de la sociedad que pueden influir sobre una industria y sus empresas. Dentro de estos elementos encontramos: demográfico, económico, político / legal, socio – cultural, tecnológico, global, etc.

- **Ambiente Industrial:** Conocido también como microambiente, entorno específico, factores que tienden a ser controlables. Es el conjunto de factores (Competidores potenciales, Proveedores, Compradores, Sustitutos, Rivalidad entre competidores) que influyen de manera directa en una compañía y sus acciones y respuestas competitivas.

- **Amenazas:** Condiciones del ambiente general que pueden obstaculizar los esfuerzos de una compañía para lograr la competitividad estratégica. Representan limitaciones potenciales para una empresa.

- **Análisis Estratégico:** Herramienta de la administración utilizada para la evaluación del ambiente externo e interno en una organización y que permite establecer el estado actual de la empresa evidenciando sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

- **Cadenas productivas:** Integración de los productores con los diferentes actores que intervienen en los procesos de: producción, investigación, transferencia de tecnología, procesamiento, comercialización y financiación, que intervienen en la producción de un bien o servicios, complementarios, hacia la búsqueda de la productividad y la conquista de mercados.

Como se dinamiza una cadena productiva a través de la formulación de acuerdos de competitividad, que le permitan ganar productividad, reducir costos de producción y consolidación de los diferentes eslabones.

- **Clúster:** Consiste en un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones conexas, pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarios entre sí". Por su dimensión geográfica, un clúster puede ser urbano, regional, nacional o incluso internacional. La presencia de los clústers deja entrever que buena parte de la ventaja competitiva se encuentra

fuera de la empresa, incluso fuera del sector, en las ubicaciones de sus unidades de explotación. Los clústers son un motor de las exportaciones y un imán de la inversión extranjera. Constituyen un foro en el cual se pueden establecer nuevas formas de diálogo entre las empresas, los organismos públicos y las instituciones (escuelas, universidades, empresas de suministros públicos).

- **Competitividad Internacional:** La CI es un concepto muy utilizado en la discusión corriente para referirse al desempeño de una firma, una industria o un país en la economía internacional. Sin embargo, un concepto aparentemente tan obvio ha dado lugar a las más variadas definiciones, lo cual pone de relieve no sólo la falta de consenso acerca del concepto en la literatura económica sino también la ambigüedad y dificultades que el mismo encierra. La competitividad de una nación o región viene reflejada por su capacidad para desarrollar factores que son clave para el crecimiento económico a largo plazo, como la productividad, la eficiencia, la especialización o la rentabilidad.

De manera más específica, la competitividad de una nación se podría definir como el grado en el que un país, bajo condiciones de libre mercado, es capaz de producir bienes y servicios que satisfagan los tests de los mercados internacionales, mientras que simultáneamente mantiene y amplía a largo plazo la renta real de sus ciudadanos.

- **Mapeos Estratégicos:** Los mapeos son estudios orientados a diagnosticar una situación dada, identificando sus elementos constitutivos, las relaciones entre éstos y los resultados de dicha interacción. En esa medida, el mapeo no es una simple descripción de datos, sino, principalmente, una interpretación, que tiene el propósito de contribuir a la solución de problemas revelados por el diagnóstico o conocidos con anterioridad.

- **Ventaja competitiva:** Una compañía tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas, generando una rentabilidad por encima del promedio de la industria. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas: elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.

La estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser básicamente ofensiva o defensiva, cambiando de una posición a otra según las condiciones del mercado. En el

mundo las compañías han tratado de seguir todos los enfoques concebibles para vencer a sus rivales y obtener una ventaja en el mercado.

0.5 METODOLOGÍA

0.5.1 Tipo de investigación.

El presente trabajo se desarrolla bajo una metodología de investigación de tipo descriptiva.

0.5.2 Operacionalización de las Variables

A continuación se presentan las variables consideradas claves para el desarrollo del estudio³:

³ Según los modelos o análisis que presenta la Guía para la elaboración de Mapeos Regionales de Industrias Creativas. Ministerio de Cultura. Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales – CRECE. 2.003

Evaluación de impacto*

Cuadro 1. Variables e Indicadores de los modelos de evaluación de impacto para el sector de las Artes Gráficas

| Impacto | Variable | Indicador | Tipo | Definición |
|-----------|-------------------|--|--------------|--|
| Económico | Producción | Producción bruta | Cuantitativo | Valor de la producción bruta generada por la(s) actividad(es) |
| | | Contribución a la producción bruta regional | Cuantitativo | Porcentaje de participación de la producción bruta generada por la(s) actividad(es) en el total de la economía |
| | | Crecimiento | Cuantitativo | Tasa de crecimiento de la producción bruta generada por la(s) actividad(es) en un período determinado |
| | Valor agregado | Valor agregado | Cuantitativo | Ingreso primario generado por generada por la(s) actividad(es) |
| | | Contribución al PIB (valor agregado regional) | Cuantitativo | Porcentaje de participación del valor agregado de la(s) actividad(es) en el PIB |
| | | Crecimiento | Cuantitativo | Tasa de crecimiento del valor agregado de la(s) actividad(es) en un período determinado |
| | Productividad | Productividad laboral | Cuantitativo | Ingreso generado por cada trabajador en la(s) actividad(es) |
| | Comercio exterior | Valor de las exportaciones y las importaciones | Cuantitativo | Valor de las exportaciones e importaciones realizadas por la(s) actividad(es) |
| | | Contribución al comercio exterior regional | Cuantitativo | Porcentaje de participación del valor de las exportaciones y las importaciones de la(s) actividad(es) en el total de la economía |
| | | Crecimiento | Cuantitativo | Tasa de crecimiento de las exportaciones y las importaciones de la(s) actividad(es) en un período determinado |
| Empleo | Empleo | Número de personas empleadas | Cuantitativo | Cantidad de empleados en la(s) actividad(es) |
| | | Contribución al empleo regional | Cuantitativo | Porcentaje de participación del empleo generado en la(s) actividad(es) sobre el empleo total |
| | | Crecimiento | Cuantitativo | Tasa de crecimiento del empleo generado en la(s) actividad(es) en un período determinado |

*Para la obtención de estos valores se utilizarán fuentes secundarias

Análisis de estructura y composición**

Cuadro 2. Variables e Indicadores de los modelos de Estructura para el sector de las Artes

Graficas

| Variable | Indicador | Tipo | Definición |
|----------------------|--|--------------|---|
| Producción | Producción bruta de las agrupaciones de cada actividad | Cuantitativo | Valor de la producción bruta de cada agrupación |
| | Distribución por agrupaciones de la producción bruta | Cuantitativo | Porcentaje de participación de la producción bruta de cada agrupación en la respectiva actividad y en el total de la economía |
| Valor agregado | Valor agregado de las agrupaciones de cada actividad | Cuantitativo | Valor agregado de cada agrupación |
| | Distribución del valor agregado por agrupaciones | Cuantitativo | Porcentaje de participación del valor agregado de cada agrupación en la respectiva actividad y en el total de la economía |
| Comercio exterior | Exportaciones e importaciones de las agrupaciones de cada actividad | Cuantitativo | Valor de las exportaciones y las importaciones de cada agrupación |
| | Distribución de las exportaciones y las importaciones por agrupaciones | Cuantitativo | Porcentaje de participación de las exportaciones y las importaciones de cada agrupación en la respectiva actividad y en el total de la economía |
| Empleo | Número de personas empleadas en las agrupaciones de cada actividad | Cuantitativo | Cantidad de empleados en cada agrupación |
| | Distribución del empleo generado por agrupaciones | Cuantitativo | Porcentaje de participación del empleo de cada agrupación en la respectiva actividad y en el total de la economía |
| Dimensión del sector | Número de establecimientos en las agrupaciones de cada actividad | Cuantitativo | Cantidad de establecimientos en cada agrupación |
| | Distribución de establecimientos | Cuantitativo | Porcentaje de participación de los establecimientos de cada agrupación en la respectiva actividad y en el total de la economía |
| | Organización jurídica de los establecimientos | Cuantitativo | Distribución jurídica de las empresas de cada agrupación |

**Para la obtención de estos valores se utilizaran fuentes secundarias

Análisis de cadena productiva***

Cuadro 3. Variables e Indicadores de los modelos de Cadena Productiva para el sector de las Artes Graficas

| Variable | Indicador | Tipo | Definición |
|----------------------------------|---|--------------|--|
| Consumo intermedio | Consumo de bienes y servicios | Cuantitativo | Valor de los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo clasificados por rama |
| | Distribución de los bienes y servicios consumidos | Cuantitativo | Porcentaje de participación de los insumos y servicios consumidos según rama proveedora |
| Ventas | Destino de las ventas | Cuantitativo | Valor de la producción vendida en la región, en el resto del país y en el exterior |
| | Distribución de las ventas por destino | Cuantitativo | Porcentaje de participación de cada destino en el total de las ventas de la actividad |
| Provisión de insumos y servicios | Disponibilidad | Cualitativo | Disponibilidad local de los insumos y servicios requeridos en el proceso productivo |
| | Calidad | Cualitativo | Calidad de los insumos y servicios utilizados en el proceso productivo |
| | Cumplimiento | Cualitativo | Cumplimiento en la provisión de los bienes y servicios necesarios en el proceso productivo |
| | Obstáculos | Cualitativo | Obstáculos en la provisión de los bienes y servicios necesarios en el proceso productivo |
| Distribución de la producción | Canales | Cualitativo | Canales de distribución empleados por la actividad |
| | Dificultades | Cualitativo | Dificultades en la distribución de la producción de la actividad |

***Para la obtención de estos valores se utilizarán fuentes secundarias

Análisis de Clúster****

Cuadro 4. Variables e indicadores de los modelos de análisis de Clúster del sector de las Artes

Graficas

| Factor | Indicador | Tipo | Definición |
|--|----------------------------------|-------------|--|
| Estrategia de la firma, estructura y rivalidad | Competencia | Cualitativo | Principales competidores nacionales e internacionales |
| | Innovación | Cualitativo | Estrategias para reducir costos, mejorar calidad de los productos, buscar nuevos mercados, etc. |
| Condiciones de los factores | Recurso humano | Cualitativo | Calidad del recurso humano disponible en la región |
| | Infraestructura | Cualitativo | Calidad de la infraestructura regional (sistema educativo, servicios públicos, transporte, etc.) |
| | Tecnología | Cualitativo | Acceso y costo de la tecnología |
| Industrias relacionadas y de apoyo | Proveedores | Cualitativo | Disponibilidad local de los insumos y servicios requeridos en el proceso productivo |
| | Entidades de apoyo | Cualitativo | Servicios prestados por las entidades de apoyo |
| Condiciones de la demanda | Características de la demanda | Cualitativo | Principales demandantes de los productos o servicios de la actividad y sus características |
| | Preferencias de los consumidores | Cualitativo | Gustos y exigencias de los consumidores |

****Los Datos a proveer serán obtenidos de fuentes primarias

0.5.3 Población y Muestra

Para la recolección de información primaria a través de un trabajo de campo, se tendrán en cuenta los 68 establecimientos inscritos para el 2.005 en cámara y comercio como la población total de estudio.

Para determinar la muestra sobre la cual se desarrollaría la investigación se utilizará el método de la selección de la muestra propuesta por parte de Kinneary y Taylor.

$$n = \frac{\sigma^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sigma^2}{N}}$$

0.5.3.1 Diseño de muestreo

n = tamaño de la muestra.....24 Establecimientos

N = Tamaño de la población.....68 Establecimientos

(σ) = Desviación estándar.....0,1

E = Error Máximo.....0,04

Z = Margen de Confiabilidad.....1.96

0.5.4 Recolección y Fuentes de Información

Para el desarrollo del trabajo de campo la recolección de la información se basará en los dos tipos de fuentes de recolección de información: las primarias y las secundarias.

Fuentes primarias: Calculadas por los autores a través de diferentes herramientas como entrevistas, encuestas, observación directa y análisis de documentos.

Fuentes secundarias: Se utilizarán fuentes originales y datos suministrados por entes como las mismas empresas, cámara de comercio, DNP, DANE, FENALCO, ACOPI, BANCO DE LA REPÚBLICA, ANDIGRAF, entre otros.

1. EVALUACIÓN DE IMPACTO

En el presente apartado se pretende realizar una estimación del tamaño o contribución directa de la industria de las Artes Gráficas a la economía regional, en términos de agregados macroeconómicos como producción bruta, valor agregado (o PIB), exportaciones, empleo, entre otros.

Este modelo consiste en examinar la importancia económica directa del sector gráfico en general, en términos de contribución a la producción, ingreso y empleo en la ciudad de Cartagena de Indias. Se habla de importancia directa para diferenciarla de los efectos o impactos indirectos o inducidos que pueden estudiarse a través de otras técnicas de análisis.

Existen diferentes indicadores para el propósito de cuantificar el tamaño o contribución directa de este sector en la economía y empleo regional. La selección de los indicadores ha dependido de los recursos disponibles para la ejecución del estudio, en términos de tiempo, dinero e información.

1.1 COMPORTAMIENTO DE LA INDUSTRIA GRAFICA EN COLOMBIA

Según la Encuesta de Opinión Conjunta (EOIC), realizada por ANDI, Andigraf y otros gremios, para el 2005 la economía colombiana creció el 5,13%, presentando comportamientos favorables en sus indicadores de crecimiento, inflación, fruto del aumento de la demanda interna, así como la inversión, ésta última alcanzando niveles de crecimiento del 29%. Igualmente, en términos de intercambio comercial, se elevaron tanto el volumen de exportaciones como de importaciones. Por otra parte, se mantuvieron bajos los niveles en las tasas de interés y se registró un buen nivel de liquidez en la economía⁴.

A nivel comercial las exportaciones tanto de productos tradicionales (café, carbón, banano y petróleo), como no tradicionales presentaron incrementos a lo largo del año, parte de ello, por la recuperación económica de nuestros principales socios comerciales (Estados Unidos y Venezuela) y el repunte en los precios tanto del petróleo como del carbón.

⁴ Comportamiento de la Industria gráfica 2.005-2.006. Asociación Colombiana de la Industria de la comunicación gráfica – ANDIGRAF 2.006.

En cuanto a los indicadores de empleo, el mercado laboral sigue mejorando tanto a nivel urbano como rural, la tasa de desempleo total nacional para el mes de diciembre de 2005 se ubicó en un 10.2%, siendo una de las más bajas de los últimos tres años⁵.

Respecto a la tasa de inflación, se continúa con la tendencia a la baja observada durante los últimos dos años cerrando para el mes de Diciembre de 2005 en 4.8%⁶.

En el último año el peso colombiano registró una de las mayores apreciaciones de la región 4,4%⁷, y la tendencia, aunque se ha moderado, no se ha detenido. Durante el 2005 el Banco de la República ha estado comprometido en la adquisición masiva de divisas, ha comprado en cuantías que superan tres veces el superávit registrado en la balanza de pagos y no ha logrado detener la revaluación. Este fenómeno está poniendo en riesgo la rentabilidad de muchas empresas exportadoras.

⁵ DANE, Encuesta Continua de Hogares, Diciembre, 2005.

⁶ *Ibíd.*

⁷ www.Banrep.gov.co. Fecha de Consulta Marzo de 2.006.

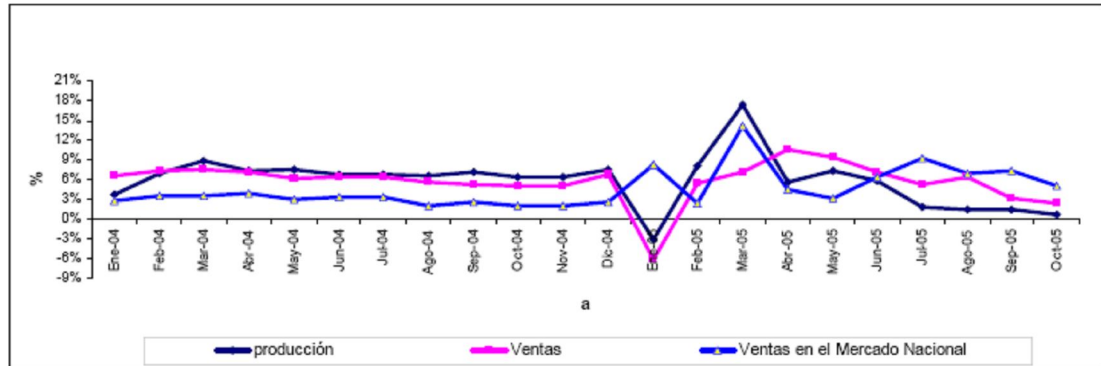
Dentro del análisis de la industria manufacturera, los resultados del cuarto trimestre fueron alentadores, se aprecia cómo la actividad industrial ha mostrado excelentes indicadores de acuerdo con los resultados arrojados por la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta. La producción y las ventas crecieron a niveles cercanos del 7%, la utilización de la capacidad instalada se encuentra en su máximo histórico.

Es importante destacar que no solo estas cifras permiten vislumbrar el buen momento por el cual atraviesa la actividad manufacturera, sino también la economía en general, mostrando signos muy favorables para el 2006.

Para la Industria Gráfica, el panorama también es alentador. Al observar la tendencia del año, se hace evidente una variación positiva. Según cifras del DANE (Marzo 2.006), el crecimiento en producción fue de 3,8%, y ventas de 6,2%, originado principalmente por el crecimiento del sector de productos editoriales seguido de la producción de los productos publicitarios y comerciales y, con un leve decrecimiento el sector de productos de empaque y etiquetas⁸. Esta situación de alguna manera representa el buen comportamiento económico en los mercados internos. (Ver gráfica 1).

⁸ Informe DANE. Marzo de 2.006

**Gráfica 1- Tendencias en la Producción, Ventas y Ventas en el Mercado Nacional
Octubre de 2005**



Fuente: Encuesta de opinión Industrial Conjunta. Octubre 2005

La EOIC para el sector gráfico encontró que la capacidad instalada utilizada se ubicó en 76% para los subsectores de empaques y etiquetas, Impresos editoriales y Productos Publicitarios y comerciales. Igualmente, los indicadores cualitativos de la EOIC señalan un clima propicio para el sector. Dentro de los encuestados del sector gráfico 30% espera que la situación mejore, el 70% restante espera que se comporte de manera similar al desempeño que ha venido registrando en lo corrido del año⁹.

En cuanto al volumen de pedidos esperados para los próximos meses, un 76,2% de los encuestados afirman que su comportamiento va a ser normal y, tan sólo

⁹ Ibíd.

para el 23,8% será regular. En general, la industria gráfica registra unas expectativas favorables frente a lo corrido en el año 2005.¹⁰

Al realizar el análisis por subsectores, se observa que los pedidos esperados para Empaques y Etiquetas sean normales en 91,2%, 88% para productos Publicitarios y comerciales y, 57,9% para Impresos editoriales¹¹.

Finalmente según la EOIC, dentro de los principales obstáculos de los empresarios del sector gráfico se encuentran el capital de trabajo (6,5%), la demanda (23,9%), la cartera (6,5%), la rentabilidad (15,2%) y, el tipo de cambio (4,3%). El problema de demanda afecta en mayor proporción a las empresas que hacen parte de empaques y etiquetas con un 42,9%, seguido por el sector de impresos editoriales con un 20%¹².

Sin embargo, es alentador que el 26,1% de las empresas encuestadas no manifiestan tener mayores problemas que afecten su buen desempeño. Datos del DANE reportan que la balanza comercial de la industria gráfica colombiana es superavitaria con un valor de US\$ 194,64 millones. Las familias que presentan un mayor superávit son libros y publicaciones y artículos escolares y de oficina y empaques de papel y cartón.

¹⁰ Ibíd.

¹¹ Ibíd.

¹² Ibíd.

Las exportaciones de productos gráficos en el 2005 alcanzaron los US\$ 303 millones FOB. Los principales socios comerciales de productos gráficos son Venezuela (19,7%), México (16,3%) y Estados Unidos (10,9%). Estos nichos han mostrado crecimientos significativos frente al 2004 (33%, 31%, 16%, respectivamente. (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Principales destinos de exportación del sector Gráfico

| PAÍS | 2004* | 2005* | Part. 2004 | Part. 2005 | Creci. 04-05 |
|-----------|-------|-------|------------|------------|--------------|
| Venezuela | 44,75 | 59,62 | 18,1% | 19,7% | 33% |
| México | 37,77 | 49,31 | 15,3% | 16,3% | 31% |
| USA | 28,54 | 33,07 | 11,6% | 10,9% | 16% |
| Ecuador | 27,38 | 28,31 | 11,1% | 9,3% | 3% |

Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: ANDIGRAF - Investigaciones Económicas
*Millones de dólares FOB

Las importaciones fueron US\$ 108,35 millones CIF. Los principales países de origen son Perú (18%), Estados Unidos (16%) y China (12%). Cabe destacar, la alta tasa de crecimiento de las importaciones provenientes de China respecto al 2004 (79%). (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Principales fuentes de origen de importación sector Gráfico

| PAIS | 2004* | 2005* | Part. 2004 | Part. 2005 | Creci. 04-05 |
|-----------|-------|-------|------------|------------|--------------|
| Perú | 15,03 | 19,03 | 13% | 18% | 27% |
| USA | 23,79 | 17,38 | 20% | 16% | -27% |
| China | 7,15 | 12,80 | 6% | 12% | 79% |
| Venezuela | 7,65 | 9,57 | 6% | 9% | 25% |
| Ecuador | 5,24 | 6,62 | 4% | 6% | 26% |

Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: ANDIGRAF - Investigaciones Económicas
*Millones de dólares FOB

1.2 COMPORTAMIENTO E IMPACTO DE LA INDUSTRIA GRAFICA A NIVEL

LOCAL. (Tabla 4)

Indicadores económicos de Cartagena, 2004-2005 (trimestral)

| Indicadores Económicos Cartagena | Unidades | 2004 | | | | 2005 | |
|---|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | I | II | III | IV | I | II |
| Precios | | | | | | | |
| IPC (Variación anual) | % | 6,89 | 6,15 | 6,20 | 6,51 | 5,46 | 4,90 |
| IPC (Variación corrida) | % | 3,73 | 5,35 | 6,00 | 6,1 | 2,70 | 3,85 |
| Empleo | | | | | | | |
| Tasa de desempleo | % | 15,9 | 15,3 | 15,6 | 16,3 | 13,7 | 15,9 |
| Tasa global de participación | % | 52,9 | 51,5 | 51,9 | 53,9 | 52,6 | 53,9 |
| Tasa de subempleo | % | 20,1 | 18,1 | 17,9 | 10,4 | 24,1 | 24,9 |
| Tasa ocupación | % | 44,5 | 43,6 | 43,8 | 45,2 | 45,4 | 46,3 |
| Población económicamente activa | Miles | 363 | 355 | 361,0 | 333 | 371,0 | 383,0 |
| Total población | Miles | 918 | 924 | | | | |
| Movimiento de sociedades | | | | | | | |
| Sociedades constituidas | Millones \$ | 3.963 | 2.762 | 7.214 | 5.765 | | |
| Sociedades reformadas | Millones \$ | 10.536 | 11.228 | 66.368 | 11.872 | | |
| Sociedades disueltas | Millones \$ | 543 | 525 | 275 | 2.525 | | |
| Inversión neta | Millones \$ | 13.956 | 13.466 | 73.326 | 15.112 | | |
| Sociedades constituidas | Número | 294 | 301 | 318 | 259 | | |
| Sociedades disueltas | Número | 55 | 38 | 47 | 87 | | |
| Comercio exterior | | | | | | | |
| Exportaciones | Miles US | 178.019 | 208.528 | 271.603 | 228.326 | 229.245 | 269.634 |
| Importaciones | Miles US | 188.421 | 302.791 | 263.642 | 241.288 | 364.954 | 424.145 |
| Balanza comercial | Miles US | 12.402 | 94.263 | -7.961 | 12.962 | 135.709 | 71.489 |
| Sistema financiero (1) | | | | | | | |
| Fuentes de recursos | Millones \$ | 940.673 | 971.264 | 993.813 | 1.064.939 | 1.056.048 | 1.075.603 |
| Cartera neta | | 1.270.660 | 1.267.635 | 1.279.353 | 1.248.565 | 1.296.202 | 1.258.900 |
| Finanzas públicas - Acumulados | | | | | | | |
| Administración central departamental | | | | | | | |
| Ingresos totales | Millones \$ | 87.542 | 169.619 | 256.697 | 347.118 | 89.171 | 174.887 |
| Ingresos corrientes | Millones \$ | 87.542 | 169.619 | 256.697 | 347.118 | 89.171 | 174.887 |
| Ingresos de capital | Millones \$ | - | - | - | - | - | - |
| Gastos totales | Millones \$ | 82.169 | 148.014 | 227.437 | 347.195 | 74.085 | 186.903 |
| Gastos corrientes | Millones \$ | 82.169 | 145.672 | 218.525 | 321.224 | 70.724 | 178.272 |
| Gastos de capital | Millones \$ | - | 2.342 | 10.912 | 25.971 | 3.361 | 10.631 |
| Déficit o ahorro corriente | Millones \$ | 25.373 | 23.948 | 29.260 | -77 | 15.104 | -12.008 |
| Administración central municipal - Acumulados trimestrales | | | | | | | |
| Ingresos totales | Millones \$ | 121.501 | 217.481 | 288.332 | 366.051 | 144.160 | 240.009 |
| Ingresos corrientes | Millones \$ | 121.501 | 217.481 | 288.332 | 366.051 | 144.160 | 240.009 |
| Ingresos de capital | Millones \$ | - | - | - | - | - | - |
| Gastos totales | Millones \$ | 62.717 | 174.078 | 242.332 | 379.352 | 77.181 | 185.513 |
| Gastos corrientes | Millones \$ | 54.827 | 156.621 | 190.367 | 294.434 | 73.485 | 172.423 |
| Gastos de capital | Millones \$ | 7.890 | 17.457 | 51.965 | 84.918 | 3.696 | 23.090 |
| Déficit o ahorro corriente | Millones \$ | 66.674 | 60.659 | 46.669 | -236 | 70.675 | 67.588 |
| Turismo | | | | | | | |
| Entrada de turistas | | | | | | | |
| Extranjeros vía marítima (Cruceros)(2) | Personas | 14.562 | 9.564 | nd | 15.421 | 23.918 | 6.748 |
| Extranjeros vía aérea | Personas | 9.139 | 8.564 | 9.958 | 12.911 | 10.140 | 9.578 |
| Nacionales vía aérea | Personas | 100.669 | 95.460 | 104.145 | 123.420 | 98.764 | 104.588 |
| Ocupación hotelera | % | 63,1 | 59,9 | 63,3 | 68,7 | 55,0 | 66,2 |
| Construcción | | | | | | | |
| Área aprobada total | M ² | 11.522 | 37.267 | nd | 56.202 | | |
| Área aprobada para vivienda | M ² | 6.648 | 26.962 | nd | 6.312 | | |

(1) La temporada de cruceros en Cartagena se suspende a inicios de mayo comienza nuevamente en octubre.

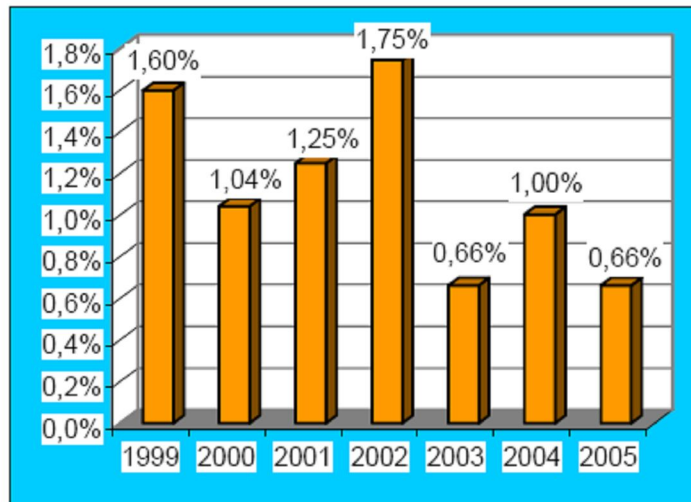
nd: No disponible

Fuente: DANE, Cámara de Comercio de Cartagena, Superintendencia Bancaria, Gobernación de Bolívar y Alcaldía de Cartagena

1.2.1 Índice de Precios.

En el segundo semestre de 2005, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró en Cartagena una variación de 0,66% (ver Grafica N° 2), el menor incremento en los últimos siete años, junto con la registrada en los últimos seis meses del 2003. Comparada con la registrada en el nivel nacional, la inflación de Cartagena (medida a través de la variación del Índice de Precios al Consumidor) fue inferior por primera vez en los últimos siete años¹³. No obstante lo anterior, el comportamiento de los precios de los bienes y servicios en el nivel nacional, durante la primera mitad del año, también fue el más bajo de los últimos seis años.

Gráfica 2. Cartagena. Inflación acumulada II Semestre 1.999 - 2.005

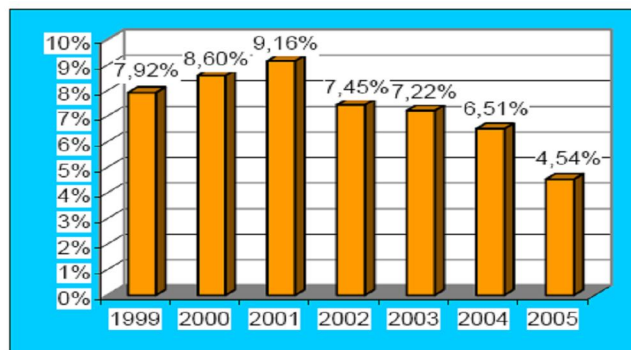


Fuente: DANE

¹³ Banco de la República. Cuadernos de Coyuntura Económica N. 20. Indicadores Económicos de Cartagena. IV Semestre de 2.005

Este buen comportamiento de los precios también contribuyó a que la inflación de todo 2005 fuera del 4,54%, cifra inferior a la meta establecida (del 5%) que representa también el menor incremento de los precios de los últimos años¹⁴ (Grafico Nro. 3)

Grafico 3. Inflación total 1999-2005



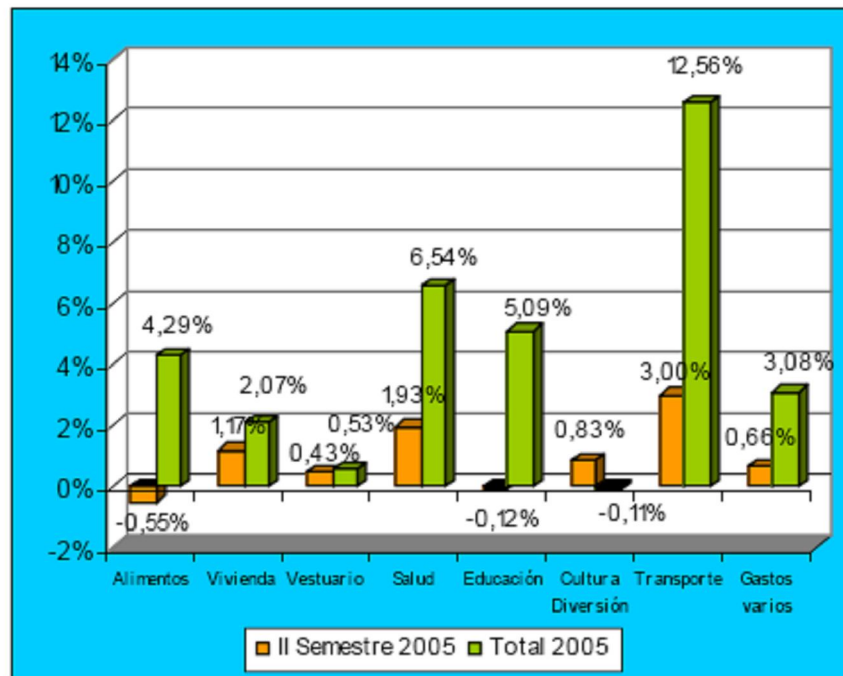
Fuente: DANE

Por grupos de bienes y servicios, fueron el transporte con un 3%, la salud con un 1,93%, vivienda con 1,17%, y diversión, cultura y esparcimiento con un 0,83% los bienes que reflejaron mayores incrementos. En contraste los alimentos y la educación tuvieron para esta época bajas en los precios, con un -0,55% y el 0,12% respectivamente, en comparación con el semestre anterior del mismo periodo, en el cual, según datos registrados por el DANE, estos dos últimos reflejaron unas de las mayores alzas en la canasta familiar; con un 4,9% y 5,2%

¹⁴ Banco de la República. Cuadernos de Coyuntura Económica N. 20. Indicadores Económicos de Cartagena. IV Semestre de 2.005

respectivamente; y los que reflejaron los menores incrementos en los precios fueron el grupo de diversión, cultura y esparcimiento (-0,9%), los que en el segundo semestre reflejaron mayores crecimientos. (Ver Gráfica N° 4.)

Gráfica 4. Cartagena. Inflación por grupo de bienes y servicios, II Semestre y total 2.005



Fuente: DANE

❖ Comportamiento de los Precios en el Sector

La industria gráfica produce diversidad de bienes como artículos escolares y de oficina, variados tipos de empaques y etiquetas, libros y publicomerciales, que se orientan especialmente al mercado externo.

Para el departamento de Bolívar, de acuerdo a la encuesta hecha al sector, según el muestreo arrojado por el cálculo expuesto en el anteproyecto y también en este trabajo, para la pregunta ¿Qué productos se ofrecen en el sector?, el 40% contestó que ofrecen variedad de productos solo en impresión litográfica offset, en su mayoría el fuerte se encuentra en el ámbito de la tarjetería y productos de contabilidad como factureros, recibos de caja y todo lo relacionado con papelería; el 50% contestó que no solamente se encargan de ofrecer todo lo relacionado a la impresión offset, sino que también han incurrido en el competitivo mercado de la impresión digital empezando a ofrecer productos como afiches y pendones. El otro 10% restante solo se ocupa de ofrecer soluciones digitales, con ayuda de los llamados negativos los cuales son unas películas digitales que, luego de dada la aprobación, se pasa el negativo a una lamina metálica que colocan en un rodillo el cual mediante calor va pegando la imagen al papel y luego otro rodillo le pasa el color. Según la información recolectada el proveedor Nro. 1 en este tipo de

planchas es La Editora del Mar más conocida como El Universal, y la única empresa digital que posee su propio departamento de diseño y reproduce sus propias planchas, se conoce como Organización Digital Casa Editorial, ubicada en el sector de la Avenida El Bosque.

Para obtener información y lograr una comparación de los precios, se invitó a algunas empresas del sector a cotizar ciertos artículos tomando como referencia lo expuesto en el año 2003, según proyecto de grado **“Análisis estratégico de la empresa de Artes Graficas Litográficas para la formulación de estrategias que ayuden a su permanencia”**, presentado por estudiantes de Administración de empresas. Entre los productos cotizados se encontraban artículos tales como libretas, tarjetas, comprobantes, hojas membreteadas, etc. De este ejercicio se obtuvo que desde la fecha del estudio en mención, hasta el día de hoy, los precios de los artículos mencionados presentan en promedio una variación de 21%¹⁵.

Como ejemplos de estos incrementos se tiene que para un artículo como 20 LIBRETAS DE FACTURAS, ORIGINAL Y 2 COPIAS, PAPEL BOND, 3 TINTAS,

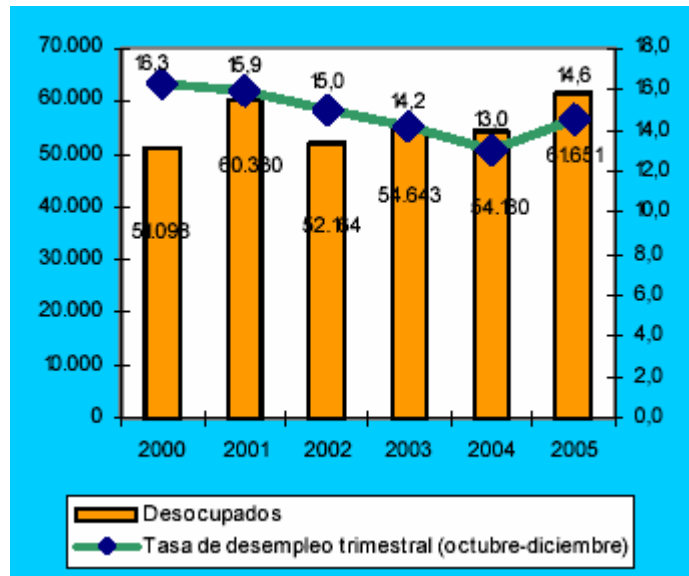
¹⁵ Dato calculado por los autores teniendo como referencia los precios presentados en el documento referenciado y las cotizaciones realizadas como ejercicio propuesto.

TAMAÑO MEDIA CARTA, presentaba en el 2003, teniendo como referencia las cotizaciones de cinco establecimientos diferentes, un precio promedio de \$ 196.500, hoy en día este mismo artículo tiene un valor de \$ 262.500, correspondiente a una variación del 44%. Así mismo, 1000 HOJAS MEMBRETEADAS PAPEL BOND, 3 TINTAS, TAMAÑO CARTA, en el mismo año costaban en promedio, para el mismo número de establecimientos, \$ 185.400, al día de hoy tienen un valor promedio en el mercado de \$ 206.000, correspondientes a una variación del 11% respectivamente.

1.2.2 Empleo

Cartagena en el último trimestre de 2005 mostró un sorpresivo aumento de la desocupación, al ubicarse la tasa de desempleo en 14,6%, 1,6 puntos porcentuales por encima del mismo periodo de 2004. En la actualidad Cartagena presenta la tercera mayor tasa de desocupación del país, después de Ibagué y Manizales, y fue una de las pocas ciudades del país, junto con Cúcuta y Villavicencio, donde se incrementó el desempleo.

Gráfica 5. Cartagena. Tasa de Desempleo. Octubre - Diciembre 2.000 - 2.005



Fuente: DANE

De hecho, la tasa de desocupación pasó del 13.0% al 14.6% de la población activa, lo que significa que hoy hay en la ciudad casi 7.471 nuevos desempleados más que en el cuarto trimestre de 2004, y 14 mil más que hace cinco años. La suma total de desempleados llega a junio de 2005 a 61.651¹⁶.

¹⁶ Banco de la República. Cuadernos de Coyuntura Económica N. 20. Indicadores Económicos de Cartagena. IV Semestre de 2.005

Tabla 5. Cartagena. Indicadores laborales 2005 – 2006

| Concepto | 2005 | 2006 |
|------------------------------------|---------|---------|
| % población en edad de trabajar | 75,0 | 75,3 |
| Tasa global de participación | 53,8 | 55,9 |
| Tasa de ocupación | 45,3 | 48,2 |
| Tasa de desempleo | 15,9 | 13,7 |
| T.D. Abierto | 15,0 | 13,1 |
| T.D. Oculto | 0,9 | 0,6 |
| Tasa de subempleo | 24,8 | 30,0 |
| Insuficiencia de horas | 1,4 | 4,1 |
| Empleo inadecuado por competencias | 3,5 | 10,4 |
| Empleo inadecuado por ingresos | 24,8 | 28,8 |
| Población total | 949.411 | 975.593 |
| Población en edad de trabajar | 711.794 | 734.143 |
| Población económicamente activa | 382.950 | 410.627 |
| Ocupados | 322.170 | 354.218 |
| Desocupados | 60.780 | 56.409 |
| Abiertos | 57.414 | 53.980 |
| Ocultos | 3.366 | 2.429 |
| Inactivos | 328.844 | 323.516 |
| Subempleados | 95.099 | 123.263 |
| Insuficiencia de horas | 5.534 | 16.653 |
| Empleo inadecuado por competencias | 13.245 | 42.864 |
| Empleo inadecuado por ingresos | 94.876 | 118.193 |

Fuente: DANE

De abril a junio de 2006, la tasa de desempleo de Cartagena disminuyó en 2,2 puntos porcentuales respecto al mismo trimestre de 2005, mientras la tasa de ocupación aumentó en 2,9 puntos y la tasa de subempleo en 5,2 puntos porcentuales (tabla 5). La tasa global de participación se incrementó en 2,1 puntos como consecuencia de un incremento del 7,22% en la población económicamente activa y del 3,14% en la población en edad de trabajar¹⁷.

Es preocupante que la tasa de destrucción de puestos de trabajo en Cartagena esté creciendo mucho más -casi al doble de la velocidad- que el ritmo de

¹⁷ ICER 2006

generación de empleo. Esto significa que el empleo neto no mejora. En efecto, el último año la generación de empleo crece 7% pero el número de desocupados 12%. Este hecho es más inquietante si se considera que la creación de empleo de calidad se contrajo 5% (unos 9.700 empleos menos) el último año.

En 2005 se crearon en la ciudad cerca de 36 mil nuevos empleos, en contraste con 2004 cuando se perdieron cerca de dos mil empleos. Los sectores más dinámicos en la generación de empleo fueron el transporte y las comunicaciones y los servicios comunales, sociales y personales, Otros sectores que mostraron también un importante dinamismo fueron la industria y el comercio. (Ver Tabla N° 6).

Tabla 6. Cartagena. Población Ocupada Según rama de Actividad.

Octubre - Diciembre 2.002 - 2.005

| Año | Total ocupados | Industria | Construcción | Comercio | Transporte, almacenamiento y comunicaciones | Servicios Financieros | Actividades Inmobiliarias | Servicios, Comunales, sociales y personales | Otras ramas^a | No informa |
|------------------|-----------------------|------------------|---------------------|-----------------|--|------------------------------|----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------|
| 2002 | 301.357 | 38.707 | 19.844 | 99.923 | 29.234 | 4.832 | 12.178 | 86.867 | 9.772 | 0 |
| 2003 | 324.361 | 38.833 | 29.577 | 110.730 | 31.047 | 5.607 | 15.372 | 86.158 | 7.037 | 0 |
| 2004 | 322.183 | 39.574 | 23.966 | 97.867 | 38.502 | 4.726 | 18.338 | 89.865 | 9.345 | 0 |
| 2005 | 358.649 | 45.486 | 26.643 | 102.776 | 49.982 | 4.758 | 20.189 | 102.369 | 6.446 | 0 |
| 2005-2004 | 36.466 | 5.912 | 2.677 | 4.909 | 11.480 | 32 | 1.851 | 12.504 | -2.899 | 0 |

Fuente: DANE-ECH.

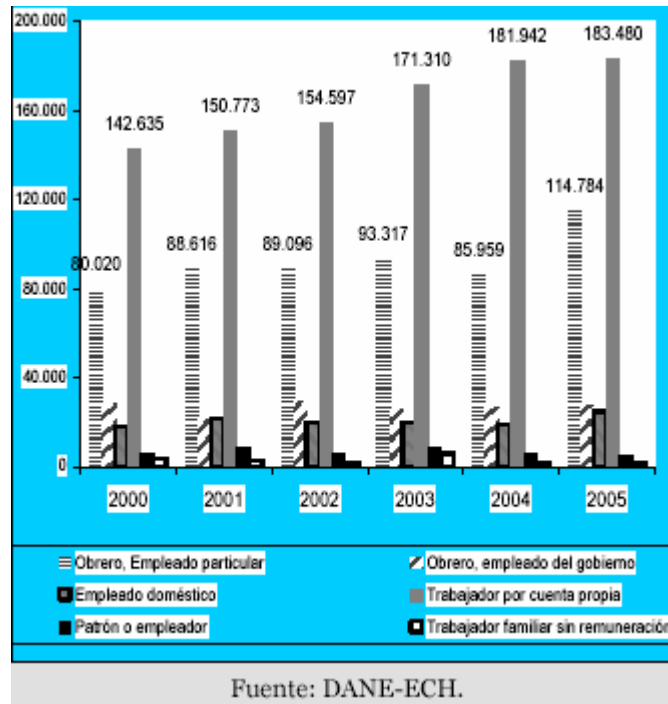
a: Comprende la agricultura, silvicultura y pesca, las actividades pecuarias y mineras.

2005 paso a la historia como el año en que más aumentó el subempleo (o el trabajador por cuenta propia); lo que es sinónimo de malas condiciones de trabajo, y de inconformidad de los trabajadores por los ingresos que derivan de su actividad laboral. Solo en el último trimestre de 2005 Cartagena registró 52 mil nuevos subempleados con respecto a 2004. Durante todo el año fueron en promedio 32 mil nuevas personas en esta situación, y la cifra total de subempleados cerró en 103 mil personas subempleadas, cuando hace cinco años se contaban casi 35 mil. Este aumento hizo cerrar la tasa de subempleo en 28,6%, cuando en el año 2000 fue del 10,4%¹⁸.

No obstante, según posición ocupacional, EL 51,2% de los empleados son los llamados trabajadores por cuenta propia, que según definición son personas que se consiguen sus propios oficios, en Cartagena este índice aumenta cada año. Para el 2005 suman 183.480 personas, aproximadamente 1.500 personas más que el año anterior. Aunque también debemos destacar el aumento del empleo en el sector privado, en el cual se contrataron para finales de 2005 cerca de 30.000 personas. (Ver Grafica N° 6).

¹⁸ DANE-Cámara de Comercio de Cartagena. Junio de 2.006

Gráfica 6. Cartagena. Número de Empleados según posición ocupacional. Octubre-Diciembre 2.000 - 2.005



❖ El empleo en el Sector

Al 2005 a nivel nacional, las empresas constituidas como Actividades de Impresión y Actividades de servicios relacionadas con las de impresión suman un total de 305 establecimientos según el informe publicado por el DANE, que en términos de personal ocupado en estos establecimientos llegan a ser 14.484 empleados en

este sector a nivel nacional; de los cuales 9.555 de los empleados son permanentes y 3.075 se compone de empleados temporales.

Tabla 7. Empleo Generado por la Industria

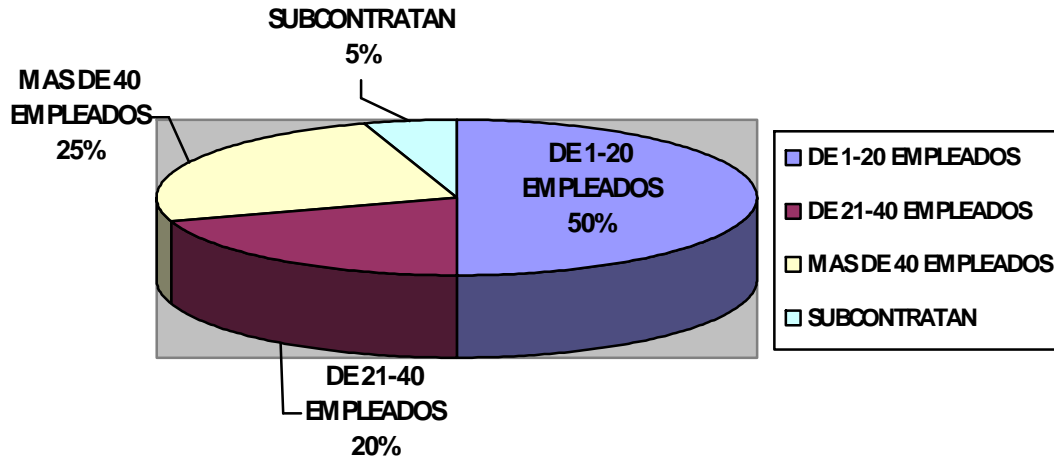
| Actividad | Nº de Establecimientos | Total Personal Ocupado | Personal Remunerado | |
|---|------------------------|------------------------|---------------------|----------|
| | | | Permanente | Temporal |
| <i>Actividades de Impresión</i> | 274 | 13.596 | 8.769 | 2.997 |
| <i>Actividades de servicios relacionadas con las de impresión</i> | 31 | 888 | 786 | 78 |

Fuente: DANE

El restante que comprende a la diferencia entre permanentes y temporales no se define en el informe.

En respuesta a la pregunta ¿Cuántos empleados laboran en su empresa actualmente?, como se puede observar en el gráfico N° 7 se obtuvo que:

Grafico 7. Rango de empleados que laboran en el sector de las Artes Graficas en Cartagena - 2007



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

Según la muestra, de 25 empresas encuestadas, el 50% respondió que en estos momentos tienen contratados de 1 a 20 empleados, el 25% más de 40%, el 20% de 21 a 40, y el 5% restante se dedican a subcontratar. Según los datos arrojados podemos observar que el sector todavía sigue siendo pequeño en términos de recurso humano, pero en el transcurso del tiempo se ha ido fortaleciendo ya que el 25%, cifra todavía representativa, asegura tener más de 40 empleados en su nómina, cifra que aumento si se compara la ultima tesis realizada para este sector sustentada en el 2003 denominada: **“Análisis estratégico de la empresa de Artes Graficas Litográficas para la formulación de estrategias que ayuden a su permanencia”**, realizada por estudiantes egresadas de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica de Bolívar. En dicho

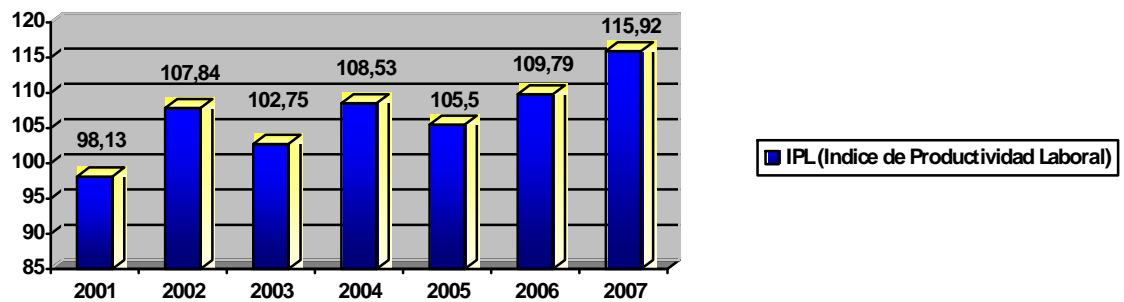
trabajo se dirige la misma pregunta a los encuestados , y se calculo en esa época que, solo el 19% de los encuestados tenia de 40 a 50 empleados contratados, así que a través de esta comparación se puede deducir que el sector ha contribuido al empleo local en mayor cuantía; sin embargo, al revisar el porcentaje restante (5%), correspondiente a la subcontratación, se puede observar que este año existen más microempresas de Artes Graficas que han sumergido, y que según las mismas, existen motivos para que subcontratar sea una estrategia viable para el fortalecimiento de las microempresas. A continuación se presentan algunos de los motivos que se pudieron deducir de los análisis realizados:

- No invierten en tecnología, ya que es costosa y disponen de pocos recursos para trabajar, lo que ganan lo invierten para la sobrevivencia del mismo, es por esto que se dedican a la subcontratación de otras empresas del mismo mercado para satisfacer las necesidades de su clientela.
- Subcontratan por disminuir costos
- Mantenimiento maquinas costoso
- Evitar nomina operarios
- Evitar manejo de cartera

Con base en datos suministrados por el DANE (2007), desde el 2001 al primer trimestre del 2007, analizamos que el índice de productividad laboral ha tenido un comportamiento creciente en el transcurso de los últimos 6 años, y a la fecha se sigue presentando dicho comportamiento, el cual para el primer trimestre del año muestra una productividad de 115,92; 6,13 más que el año pasado en el mismo periodo. Esto se puede interpretar como un mejoramiento en los procedimientos de manufactura y una mayor eficiencia de la producción del personal. (Ver gráfica N° 8)

Grafica 8. Índice de Productividad Laboral en Cartagena para el sector de la Industria

Grafica, I Trimestre (Ene-Mar) 2001-2007



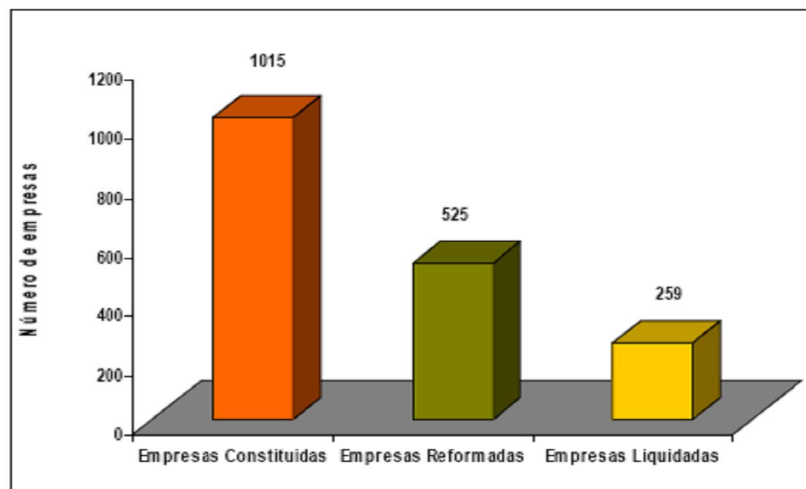
Fuente: Indicadores Laborales DANE 2007

1.2.3 Inversiones.

Durante el cuarto semestre de 2005 Cartagena experimentó un extraordinario desempeño del movimiento empresarial. Por una parte, se constituyeron en Cartagena y en la jurisdicción de la Cámara de Comercio 1.015 nuevas empresas, a lo que se sumó la reforma (ampliación) de otros 525 establecimientos. Este resultado refleja el afán de regenerar el tejido productivo en la ciudad y el área circunvecina, que sin embargo se vio afectado por el cierre de 259 unidades productivas durante el periodo (Ver grafico N° 9).

Grafico 9. Empresas constituidas, reformadas y liquidadas en Cartagena y la jurisdicción

2005



Fuente: Cuaderno de Coyuntura Económica Nro. 20, Cámara de Comercio de Cartagena

En cuanto a la inversión neta de capitales, definida como la suma del capital constituido de las nuevas empresas, más las reformas de capital hechas a las existentes, menos el capital de las empresas liquidadas, El análisis de la inversión neta de capitales presenta durante el periodo analizado significativo crecimiento con respecto a 2004 del 650,4%, lo que en valores absolutos significa el incremento de \$753.511 millones de pesos. Este comportamiento favorable es atribuible en gran medida a las reformas de capital de muchas empresas para responder a las exigencias del mercado, principalmente las dedicadas a las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler¹⁹.

De acuerdo al periodo referenciado, correspondiente al IV semestre de 2005, las reformas a capital representaron un 84,9% del total de la inversión neta de capitales, porcentaje significativo que demuestra la expansión de activos dentro de empresas ya existentes en la ciudad y en la jurisdicción. Las altas inversiones se realizan en las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (que constituyen 43% del total de la inversión neta de capitales), y en el comercio al por mayor y al por menor (con 25%). Este comportamiento contrasta con las actividades más dinámicas identificadas en 2004, donde fue la industria manufacturera la que concentró el mayor nivel de inversión neta.

¹⁹ Banco de la República. Cuadernos de Coyuntura Económica N. 20. Indicadores Económicos de Cartagena. IV Semestre de 2.005

Este alto incremento en la inversión en las actividades inmobiliarias obedece más a la reforma de 108 establecimientos, en un monto equivalente a los \$370.3 mil millones, que a la misma constitución de 252 unidades productivas, donde se invirtió un capital de \$4.288,4 millones.

Igual comportamiento se presentó en el comercio al por mayor, donde las reformas de capital en 129 establecimientos comerciales dinamizaron la inversión neta en esta actividad.

En contraste, llama la atención la disminución de la participación del sector industrial, el cual se encuentra en un 40%, como también se observa en el sector de la construcción (0,3%), y hoteles y restaurantes (0,4%); (Ver Gráfico N° 10).

Grafico 10. Inversión neta de capitales por actividad económica en Cartagena y jurisdicción

2005

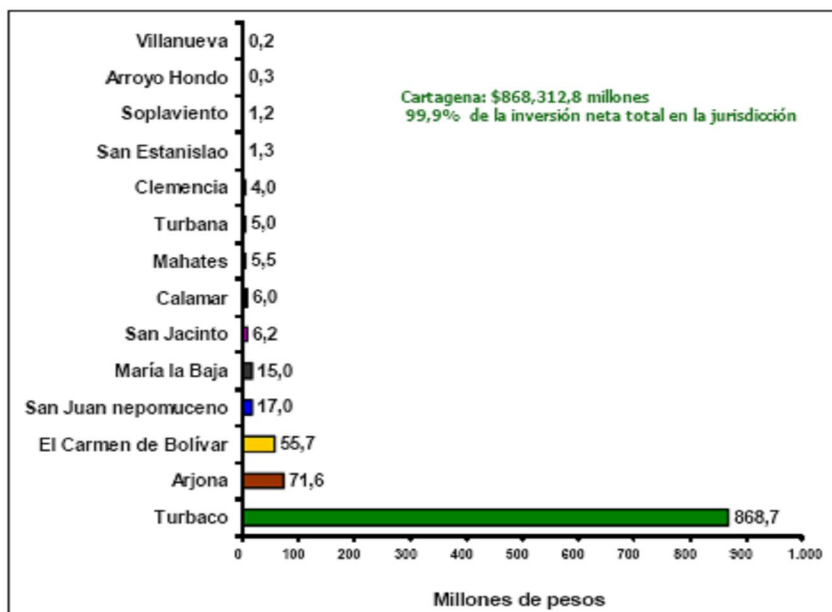


Fuente: Cuaderno de Coyuntura Económica Nro. 20, Cámara de Comercio de Cartagena

Como era de esperarse, el análisis por municipios permite señalar que en el 2005 Cartagena fue la ciudad con mayor concentración de esta variable (99.9%), lo cual se explica por la condición de ciudad industrial, comercial, portuaria, turística e histórica. Sin embargo, vale la pena señalar el desempeño de otros municipios como Turbaco, El Carmen de Bolívar y Arjona, donde se invirtieron en este periodo recursos del orden de \$868.7; \$55.7 y \$71.6 millones, respectivamente (Gráfico N° 11.).

Grafico 11. Inversión neta de capitales en jurisdicción de Cartagena

2005



Fuente: Cuaderno de Coyuntura Económica Nro. 20, Cámara de Comercio de Cartagena

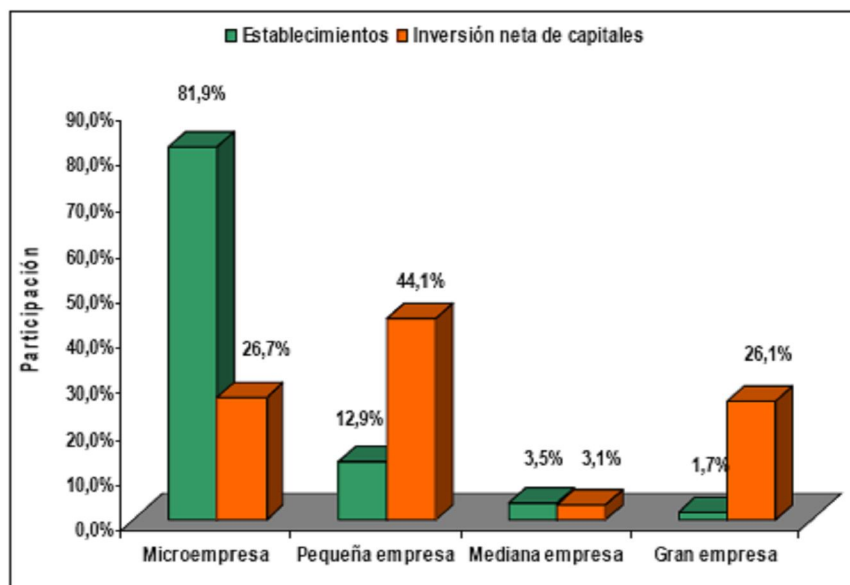
Con relación a la concentración de la inversión neta de capitales según tamaño de empresa, hay que destacar la alta participación de la pequeña empresa (44.1%) y la microempresa (26.7%), motivada principalmente por las reformas a capital de un significativo número de establecimientos (167 microempresas y 95 pequeñas empresas reformaron sus capitales en un monto equivalente a los \$ 573.497,8 millones). Sin duda, esto refleja la importancia que ha venido ganando en la ciudad y en la jurisdicción este tipo de unidad productiva, como una alternativa de organización formal y generación de empleo, y además, demuestra la efectividad de las políticas públicas dirigidas al fortalecimiento de este sector. Este hecho

contrasta con lo observado en el sector de la gran empresa, en donde se refleja una participación de 26.1%, 0.6 puntos porcentuales menos que las microempresas (Gráfico Nro. 12). Según esto, podemos tener una dimensión del papel que juegan las microempresas en la región, la cual en los últimos años, se ha constituido como una organización de la producción y en una estructura económica. Reforzamos su importancia con el siguiente texto de la OIT, el cual cita lo siguiente: “En todo el mundo, la microempresa ha demostrado su capacidad como medio efectivo para propiciar el desarrollo social y económico y para combatir la pobreza. Además, el autoempleo es, sin duda, una forma eficaz por la cual las familias de bajos ingresos pueden incrementarlos, realizando una actividad productiva que incorpora la mano de obra familiar. Durante la década de los noventa, el crecimiento de las microempresas en América Latina, estuvo asociado en la mayoría de los casos, a políticas gubernamentales encaminadas hacia la generación de empleo. Sin embargo, es frecuente encontrar en muchos países que la creación de las microempresas ha obedecido más a iniciativas de carácter individual que a las políticas estatales y colectivas, que simplemente buscan superar las necesidades de empleo en la población”²⁰.

²⁰ Promicrc, OIT, “La microempresa en América Latina”. Documento del Proyecto Centroamericano de Apoyo a Programas de Microempresas –1999.

Grafico 12. Inversión neta de capitales por Tamaño de Empresa

2005

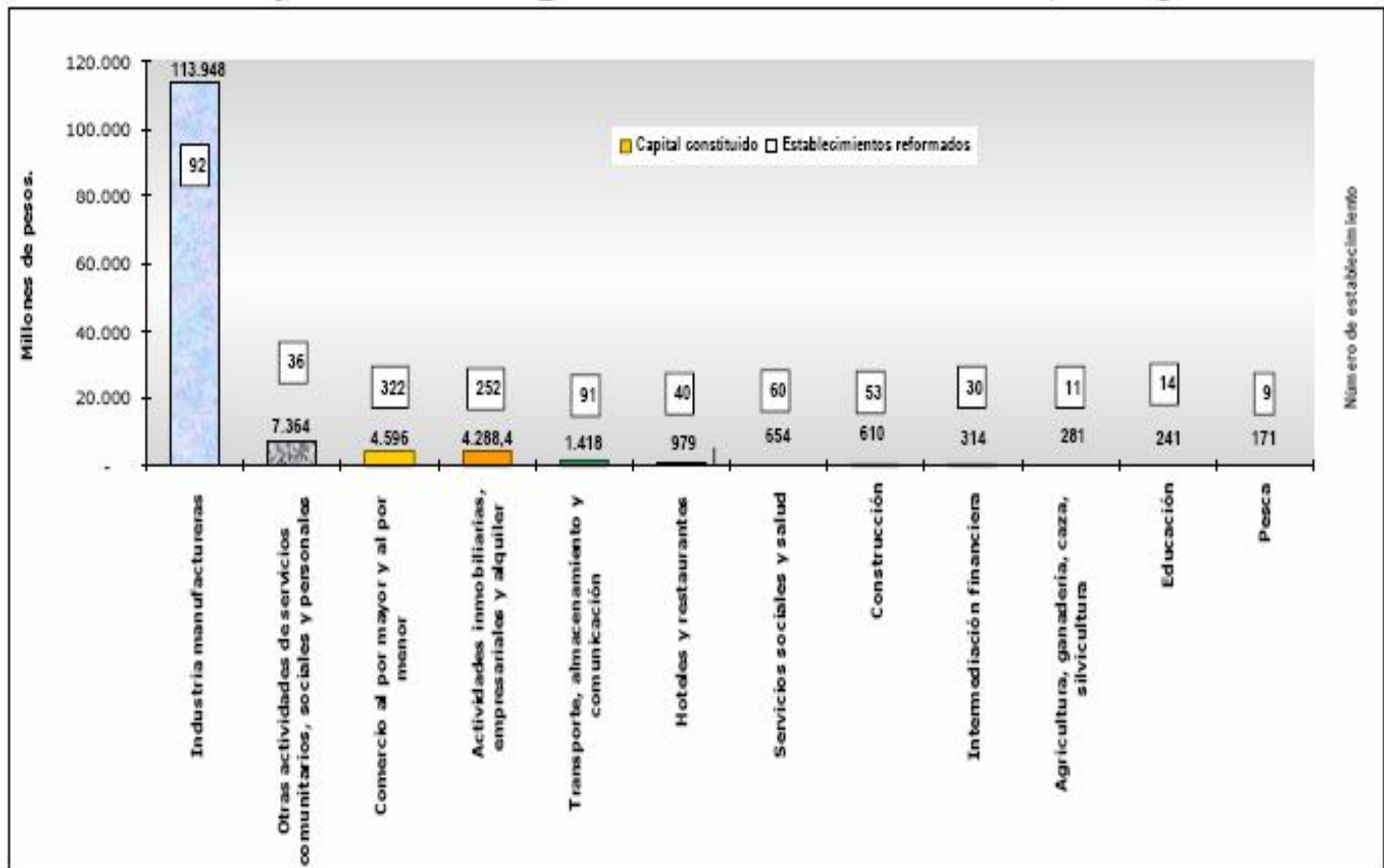


Fuente: Cuaderno de Coyuntura Económica Nro. 20, Cámara de Comercio de Cartagena

En el año 2005 se registro un comportamiento favorable con respecto al 2004 en la constitución de empresas. En Cartagena y la jurisdicción, representadas en su gran mayoría por microempresas (584,7%) –cerca de 1.015 establecimientos-, inyectó a la economía \$134.915,5 millones en el 2005. Este es un comportamiento favorable si se tiene en cuenta lo observado en el periodo de 2004, cuando ingresaron a la economía por este mismo concepto \$19.704,4 millones, lo que representa un incremento significativo de 85.3% en el capital de las sociedades constituidas.

Dentro de la constitución de las nuevas empresas se identifican por su mayor capital actividades como la industria manufacturera (84,5% del capital constituido), otras actividades de servicio comunitario (5,5%), el comercio al por mayor y al por menor (3,4%), y las actividades inmobiliarias (4,2%), por concentrar el mayor capital constituido durante el periodo. La concentración de capital en el resto de actividades económicas fue menor (Grafica N° 13).

Grafico 13. Empresas constituidas en Cartagena y Jurisdicción por actividad económica



Fuente: Cuaderno de Coyuntura Económica Nro. 20, Cámara de Comercio de Cartagena

Las reformas a capital siguen siendo el rubro de mayor participación en la inversión neta de capitales en el 2005. Durante este periodo, 525 empresas realizaron reformas a su capital en un monto de \$738.206 millones. Por tamaño de empresa, son las microempresas y la pequeña empresa las que ocupan mayor participación dentro del capital reformado, abarcando cada una 30,1% y 51,4% respectivamente.

Por actividad económica sobresalen dentro de este grupo con un 50,2% de participación empresas que se desempeñan en actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, junto al comercio al por mayor y al por menor con una participación de 28,9%. Otro sector que recibió una importante participación fue el de la industria manufacturera, con un 16,1%. En efecto, este grupo de empresas contribuyó con el 95.2% del capital reformado. Otros sectores como el transporte, la pesca, la industria manufacturera, hoteles y restaurantes y la construcción, realizaron reformas a su capital en menor cuantía.

En cuanto al cierre de empresas en Cartagena, cabe señalar que en 2005 se cerraron 259 unidades productivas. Esto causó una reducción en el periodo, tanto en la inversión neta de capitales, en un monto equivalente a los \$3.751 millones, como el número de puestos de trabajo.

Por actividad económica, el mayor cierre de empresas se evidenció en el comercio al por mayor y al por menor, actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, industria manufacturera y construcción, donde se liquidaron 162 establecimientos, que representaron un capital liquidado de \$2.619, 4 millones de pesos (69.8% del capital liquidado).

El mayor cierre de empresas lo hubo en la microempresa y pequeña empresa, donde en conjunto cerraron 255 establecimientos, los cuales representaron un capital liquidado de \$3.001 millones. En el caso de las microempresas, existen varios factores que hacen que sea tradicional la corta duración de este tipo de unidades productivas; mencionamos algunas:

- a)** La baja capitalización, lo que limita su adecuado funcionamiento y su inserción en los mercados;

- b)** Su operatividad bajo riesgo propio del mercado;

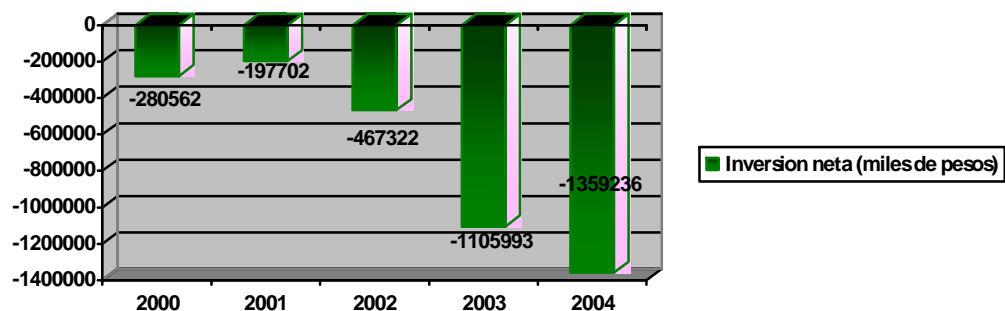
- c)** Baja productividad de la mano de obra; y

d) Sus bajos ingresos y su escasa capacidad de reinversión productiva que termina reduciendo sus posibilidades de operación en el mercado.

En cuanto a las actividades económicas más afectadas fueron: el comercio, con un 32.8% del capital liquidado y actividades inmobiliarias con un 21.8% en la microempresa; y construcción (38.7%) y comercio (36.1%) en la pequeña empresa. No obstante la mediana empresa fue el sector más afectado en cuanto al cierre de empresas (53.3% del capital liquidado).

❖ Comportamiento de la inversión en el sector

Grafico 14. Inversión neta de capital en el sector de Imprentas, Editoriales e Industrias conexas (2000 - 2004)



Fuente: Observatorio del Caribe, Cámara de Comercio de Cartagena

Teniendo en cuenta el Grafico N° 14., se puede observar un comportamiento negativo en la variable de estudio. Según el grafico, al 2004, año hasta donde se tiene información, se reportaba para el sector de Imprentas, Editoriales e Industrias conexas en Cartagena una inversión de capital de \$-1.359.236.000, cifra que aumento negativamente si se compara con los datos del año anterior, el cual fue de \$-1.105.993.000; aproximadamente un 18,6% menos que el año anterior, indicando en términos porcentuales. Entonces, al calcular la variación que ha tenido la inversión neta de capitales en el sector de Imprentas, Editoriales e Industrias conexas desde el histórico que se tiene como referencia (año 2000) al 2004, se obtiene un 79,3% de variación negativa, esto quiere decir que, en el periodo en estudio se dejaron de capitalizar en un 79,3% las empresas del sector, corresponde en dinero \$1.078.674.000 menos para el desarrollo de la industria.

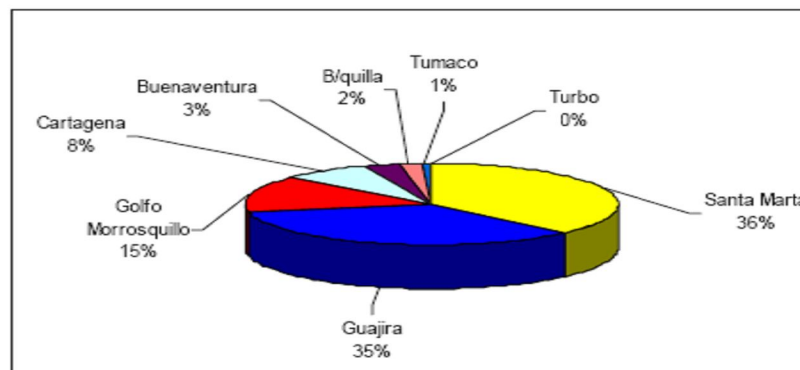
1.2.4 Comercio Exterior

En 2005, las zonas portuarias de Colombia movilizaron 92.751.553 toneladas (Ton) en comercio exterior (importaciones más exportaciones), con un crecimiento del 6,1% con respecto al año 2004. El 82,7% fue carga exportada que totalizó

76.715.010 ton, de las cuales el 63.2% corresponde a carbón, el 18% a petróleo y el 18,8% a otros productos²¹.

La zona portuaria de Cartagena tuvo una participación de 7,7% con respecto al total de la carga exportada por mar en el país, sumando 5.892.377 Ton, y se ubico en cuarto lugar después de Santa Marta, La Guajira y el Golfo de Morrosquillo (Grafico N° 15).

Grafico 15. Carga Exportada por las zonas portuarias en Colombia 2005



Fuente: Superintendencia de Puertos y Transporte

Según la tabla Nro. 8; se puede observar que a nivel regional el sector de las artes graficas no favorece a este en términos de participación, la cual corresponde a un

²¹ Banco de la República. Cuadernos de Coyuntura Económica N. 20. Indicadores Económicos de Cartagena. IV Semestre de 2.005

0,00% (US \$1.000 FOB). Esto para la región no es representativo si se compara por ejemplo con el sector de Fabricación de sustancias y productos químicos el cual cubre una participación del 65,74% en el Año 2005 a jun-2006.

Para el año 2006 se puede observar que las exportaciones no tradicionales del departamento de Bolívar, durante el primer semestre de 2006, llegaron a 495.977 miles de dólares FOB superior en 0,21% a las del mismo periodo de 2005.

El departamento participó del total nacional con el 8,44%. Por sector, el industrial constituyó el 98,32% del total exportado por este departamento, y dentro de este sector se destacaron las ventas de sustancias y productos químicos (66,86%), productos de caucho y plástico (9,92%) y productos metalúrgicos básicos (9,40%), siendo los primeros los que más contribuyeron a la variación del período.

Tabla 8. Exportaciones no tradicionales de Bolívar 2005-2006

Bolívar. Exportaciones no tradicionales registradas por valor, variación, contribución y participación, según clasificación CIU Rev. 3 2005 - 2006 (enero - junio)

| CIU | Descripción | Valor FOB (miles de dólares) | | Variación porcentual | Contribución a la variación | Participación porcentual |
|---|-------------|------------------------------|-------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------|
| | | 2005 ^F | 2006 ^F | | | |
| Total | | 494.930 | 495.977 | 0,21 | 0,21 | 100,00 |
| A Sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura | | 4.572 | 8.048 | 76,02 | 0,70 | 1,62 |
| 01 Agricultura, ganadería y caza | | 4.496 | 7.923 | 76,23 | 0,69 | 1,60 |
| 02 Silvicultura y extracción de madera | | 76 | 125 | 63,75 | 0,01 | 0,03 |
| B Pesca | | 372 | 167 | -55,27 | -0,04 | 0,03 |
| 05 Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas | | 372 | 167 | -55,27 | -0,04 | 0,03 |
| C Sector minero | | 66 | 97 | 47,27 | 0,01 | 0,02 |
| 14 Explotación de minerales no metálicos | | 66 | 97 | 47,27 | 0,01 | 0,02 |
| D Sector industrial | | 489.885 | 487.665 | -0,45 | -0,45 | 98,32 |
| 15 Productos alimenticios y bebidas | | 41.604 | 23.087 | -44,51 | -3,74 | 4,65 |
| 16 Fabricación de productos de tabaco | | 284 | 0 | -100,00 | -0,06 | 0,00 |
| 17 Fabricación de productos textiles | | 59 | 23 | -61,59 | -0,01 | 0,00 |
| 18 Fabricación de prendas de vestir; preparado y teñido de pieles | | 36 | 8 | -78,32 | -0,01 | 0,00 |
| 19 Curtido y preparado de cueros; calzado; artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y similares; artículos de talabartería y guarnicionería. | | 5.170 | 5.186 | 0,32 | 0,00 | 1,05 |
| 20 Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; Fabricación de artículos de cestería y espartería | | 638 | 1.577 | 147,07 | 0,19 | 0,32 |
| 21 Fabricación de papel, cartón y productos de papel y cartón | | 356 | 300 | -15,76 | -0,01 | 0,06 |
| 22 Actividades de edición e impresión y de reproducción de grabaciones | | 1 | 1 | 28,10 | 0,00 | 0,00 |
| 23 Coquización, Fabricación de productos de la refinación del petróleo, y combustible nuclear | | 6 | 0 | -100,00 | 0,00 | 0,00 |
| 24 Fabricación de sustancias y productos químicos | | 303.919 | 326.032 | 7,28 | 4,47 | 65,74 |
| 25 Fabricación de productos de caucho y plástico | | 42.649 | 48.380 | 13,44 | 1,16 | 9,75 |
| 26 Fabricación de otros productos minerales no metálicos | | 22.806 | 23.649 | 3,70 | 0,17 | 4,77 |
| 27 Fabricación de productos metalúrgicos básicos | | 66.510 | 45.837 | -31,08 | -4,18 | 9,24 |
| 28 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo | | 1.201 | 751 | -37,48 | -0,09 | 0,15 |
| 29 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p | | 2.757 | 3.553 | 28,88 | 0,16 | 0,72 |
| 30 Fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática | | 4 | 1.224 | * | 0,25 | 0,25 |
| 31 Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos n.c.p | | 510 | 1.835 | 259,93 | 0,27 | 0,37 |
| 32 Fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones | | 345 | 2.014 | 483,70 | 0,34 | 0,41 |
| 33 Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y fabricación de relojes | | 5 | 163 | * | 0,03 | 0,03 |
| 34 Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques | | 147 | 2.375 | * | 0,45 | 0,48 |
| 35 Fabricación de otros tipos de equipo de transporte ncp | | 194 | 775 | 299,38 | 0,12 | 0,16 |
| 36 Fabricación de muebles; industrias manufactureras ncp | | 645 | 847 | 31,43 | 0,04 | 0,17 |
| 38 No asignada | | 40 | 48 | 19,49 | 0,00 | 0,01 |
| O Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales | | 33 | 0 | -100,00 | -0,01 | 0,00 |
| 02 Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas | | 33 | 0 | -100,00 | -0,01 | 0,00 |

Fuente: DANE - DIAN Cálculos: DANE

* Variación superior a 500%

n.c.p. No Clasificado Previamente

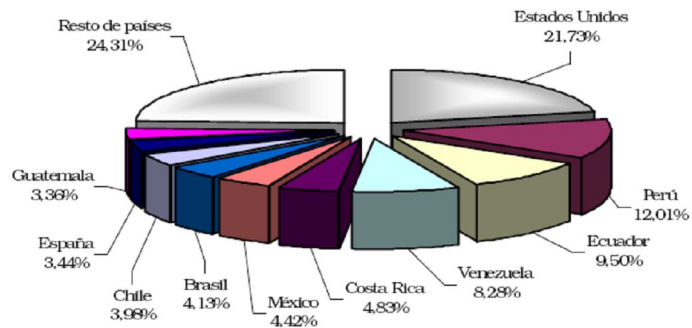
Los principales productos exportados en este período fueron: policloruro de vinilo, polipropileno y copolímeros de propileno.

Los mayores compradores del departamento fueron Estados Unidos (21,73%), Perú (12,01%) y Ecuador (9,50%) (Ver Grafico Nro. 16).

Grafico 16. Bolívar. Participación de las Exportaciones por País de Destino

Primer Semestre 2006

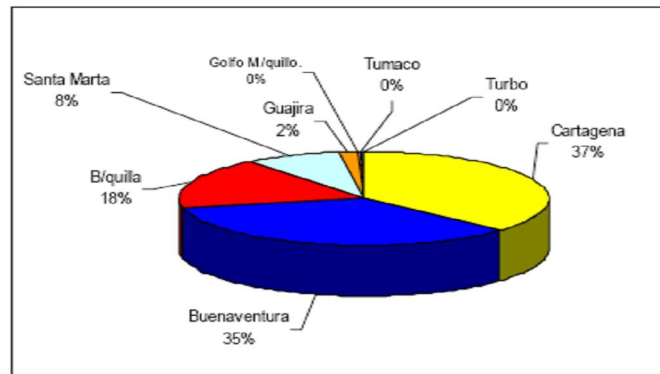
Bolívar. Participación porcentual de las exportaciones, según país de destino 2006 (enero - junio)



Fuente: DANE - DIAN Cálculos: DANE

Con respecto a las importaciones en Cartagena, estas ascendieron en el año 2005 a 16.036.543 Ton, tuvieron un incremento relativo con respecto al año anterior de 14,9%, la cual fue la de mayor participación con un 37,1%, que en términos absolutos suman un total de 5.946.195 Ton, teniendo el mayor incremento porcentual en todas las zonas (Grafico N° 17).

Grafico 17. Carga importada por las zonas portuarias en Colombia 2005



Fuente: Superintendencia de Puertos y Transporte

Como se puede observar en la tabla N° 9, según los datos suministrados por el DANE (2006), el sector de Actividades de Edición e Impresión y de reproducción de grabaciones en la región de Bolívar muestra un decrecimiento en las importaciones en los últimos dos años, para el 2005 de US \$600.000, y 2006 US \$341.000 respectivamente. Esto en términos de participación tan solo se refleja sobre el total del mercado en el departamento un 0,03%. Aunque es poco si comparamos con las exportaciones, se puede interpretar que, en los últimos 2 años ha sido más lo que se importa que lo que se exporta.

Tabla 9. Bolívar. Importaciones Registradas primer Semestre 2005-2006

Bolívar. Importaciones registradas por valor, variación, contribución y participación, según CIU Rev.3 2005 - 2006 (enero - junio)

| CIU | Descripción | Valor CIF (miles de dólares) | | | | |
|--------------|--|------------------------------|------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------|
| | | 2005 | 2006 | Variación porcentual | Contribución a la variación | Participación porcentual |
| Total | | 811.298 | 1.024.106 | 26,23 | 26,23 | 100,00 |
| A | Sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura | 8737 | 14274 | 63,38 | 0,68 | 1,39 |
| 01 | Agricultura, ganadería y caza | 8.723 | 14.241 | 63,26 | 0,68 | 1,39 |
| 02 | Silvicultura y extracción de madera | 13 | 33 | 141,31 | 0,00 | 0,00 |
| B | Pesca | 2 | 1 | -10,48 | 0,00 | 0,00 |
| 05 | Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas | 2 | 1 | -10,48 | 0,00 | 0,00 |
| C | Sector minero | 27.612 | 17.034 | -38,31 | -1,30 | 1,66 |
| 11 | Extracción de petróleo crudo y gas natural | 25.417 | 14.664 | -42,30 | -1,33 | 1,43 |
| 14 | Explotación de minerales no metálicos | 2.196 | 2.370 | 7,91 | 0,02 | 0,23 |
| D | Sector Industrial | 774.944 | 992.790 | 28,11 | 26,85 | 96,94 |
| 15 | Productos alimenticios y bebidas | 11.818 | 20.312 | 71,88 | 1,05 | 1,98 |
| 17 | Fabricación de productos textiles | 1.373 | 1.740 | 26,76 | 0,05 | 0,17 |
| 18 | Fabricación de prendas de vestir, preparado y teñido de pieles | 567 | 151 | -73,39 | -0,05 | 0,01 |
| 19 | Curtido y preparado de cueros; calzado; artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y similares; artículos de talabartería y guarnicionería. | 2.172 | 2.920 | 34,44 | 0,09 | 0,29 |
| 20 | Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; Fabricación de artículos de cestería y espartería | 503 | 181 | -64,04 | -0,04 | 0,02 |
| 21 | Fabricación de papel, cartón y productos de papel y cartón | 14.398 | 15.846 | 10,06 | 0,18 | 1,55 |
| 22 | Actividades de edición e impresión y de reproducción de grabaciones | 600 | 341 | -43,27 | -0,03 | 0,03 |
| 23 | Coquización, Fabricación de productos de la refinación del petróleo, y combustible nuclear | 34.190 | 45.871 | 34,17 | 1,44 | 4,48 |
| 24 | Fabricación de sustancias y productos químicos | 469.775 | 516.928 | 10,04 | 5,81 | 50,48 |
| 25 | Fabricación de productos de caucho y plástico | 6.409 | 7.322 | 14,25 | 0,11 | 0,71 |
| 26 | Fabricación de otros productos minerales no metálicos | 7.755 | 8.544 | 10,17 | 0,10 | 0,83 |
| 27 | Fabricación de productos metalúrgicos básicos | 68.185 | 59.465 | -12,79 | -1,07 | 5,81 |
| 28 | Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo | 3.915 | 22.039 | 462,86 | 2,23 | 2,15 |
| 29 | Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p | 58.011 | 81.070 | 39,75 | 2,84 | 7,92 |
| 30 | Fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática | 6.661 | 15.406 | 131,28 | 1,08 | 1,50 |
| 31 | Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos n.c.p | 7.460 | 9.604 | 28,74 | 0,26 | 0,94 |
| 32 | Fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones | 47.746 | 111.591 | 133,72 | 7,87 | 10,90 |
| 33 | Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y fabricación de relojes | 4.334 | 3.717 | -14,25 | -0,08 | 0,36 |
| 34 | Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques | 20.996 | 41.110 | 95,80 | 2,48 | 4,01 |
| 35 | Fabricación de otros tipos de equipo de transporte ncp | 5.844 | 24.960 | 327,11 | 2,36 | 2,44 |
| 36 | Fabricación de muebles; industrias manufactureras ncp | 2.133 | 3.526 | 65,33 | 0,17 | 0,34 |
| 38 | No asignada | 100 | 148 | 48,37 | 0,01 | 0,01 |
| K | Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler | 0 | 3 | * | 0,00 | 0,00 |
| 74 | Otras actividades empresariales | 0 | 3 | * | 0,00 | 0,00 |
| O | Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales | 3 | 3 | -6,30 | 0,00 | 0,00 |
| 92 | Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas | 3 | 3 | -6,30 | 0,00 | 0,00 |

Fuente: DANE - DIAN Cálculos: DANE

* Variación superior a 500%

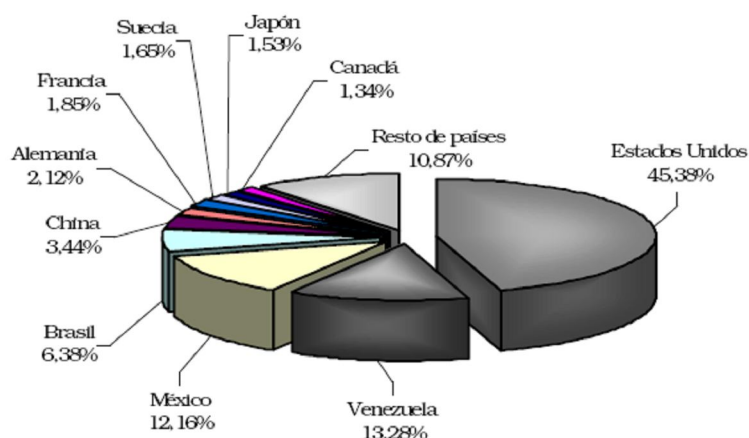
n.c.p. No Clasificado Previamente

Así mismo, en el Grafico N° 18, se puede observar para el departamento de Bolívar los principales países, en términos porcentuales, a los cuales se importa:

Grafico 18. Bolívar. Participación Porcentual de las Importaciones según País de Destino.

Primer Semestre 2006

Bolívar. Participación porcentual de las importaciones, según país de destino 2006 (enero - junio)



Fuente: DANE - DIAN Cálculos: DANE

Las importaciones del departamento de Bolívar durante el primer semestre de 2006 ascendieron a 1.024.106 miles de dólares CIF, mayor en 26,23% a las del mismo periodo de 2005; el departamento participó con el 8,51% del total importado. El 96,94% de las importaciones provinieron del sector industrial y dentro de este sector, se destacaron los productos y sustancias químicas (52,07%) y equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones (11,24%). Sin embargo, los productos que más contribuyeron a la variación fueron los últimos. Los principales productos importados en el departamento fueron propeno (propileno), cloruro de vinilo y los demás receptores de televisión.

Balanza Comercial

Según registros reportados por la DIAN (2007), para el sector de Imprentas y Editoriales a nivel nacional, la balanza comercial presento un comportamiento superavitario en lo que termino el año 2006, alcanzando un valor de US\$113.939,3 millones, US\$2.688,7 millones más que el año anterior.

| IMPORTACIONES | | | | | | | |
|----------------------|----------------------------|------------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|---------|
| CIU | DESCRIPCIÓN | VALOR CIF US\$ (MILES) | | | | | |
| | | 2006 | | 2005 | | VARIACIÓN % 2006/2005 | |
| | | DICIEMBRE (P) | ENE-DIC | DICIEMBRE (P) | ENE-DIC | DICIEMBRE | ENE-DIC |
| 342 | IMPRENTAS Y EDITORIALES | 17.984,6 | 113.203,8 | 14.010,3 | 100.404,4 | 28,4 | 12,7 |
| EXPORTACIONES | | | | | | | |
| CIU | DESCRIPCIÓN | VALOR FOB US\$ (MILES) | | | | | |
| | | 2006 | | 2005 | | VARIACIÓN % 2006/2005 | |
| | | DICIEMBRE | ENE-DIC | DICIEMBRE | ENE-DIC | DICIEMBRE | ENE-DIC |
| 342 | IMPRENTAS Y EDITORIALES | 19.351,8 | 227.143,1 | 18.521,1 | 211.654,9 | 4,5 | 7,3 |
| BALANZA COMERCIAL | | | | | | | |
| | | 113.939, 100 | | 111.250, | | | |
| | | 1.367,2 | 3 | 4.510,8 | 6 | (0,7) | 0,0 |

En términos de contribución a la variación, este aumento todavía no sigue siendo representativo para la economía ya que a nivel nacional, en términos de variación porcentual, registra el 0.0% de contribución.

Esto quiere decir que, aunque el sector se esté expandiendo en los nichos de mercados, todavía su contribución a la economía no es representativa, es por esto que para fortalecer esta industria se deben desarrollar mecanismos que ayuden al fortalecimiento del sector aumentando su competitividad.

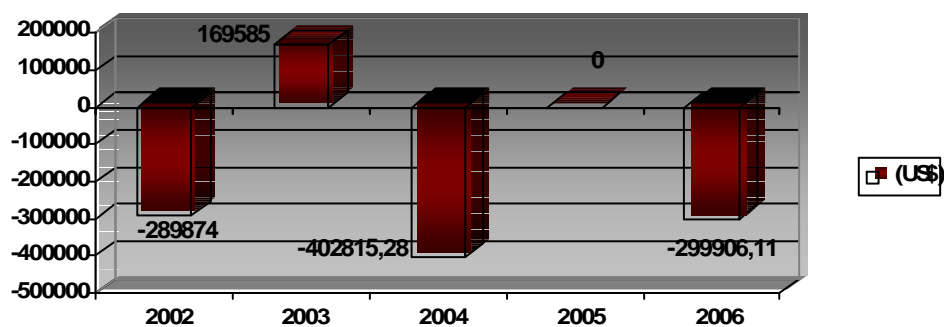
Para Cartagena, con respecto al sector de imprentas y editoriales presentamos la siguiente tabla que refleja las exportaciones e importaciones desde el 2002 al 2006, con su respectiva balanza comercial:

Tabla 10. Exportaciones e Importaciones en kgm y valor FOB (US\$) para el sector de
Imprenta y Editoriales en el Departamento de Bolívar 2002 - 2006

| DESCRIPCIÓN | AÑO | EXPORTACIÓN | EXPORTACIÓN | IMPORTACIÓN | IMPORTACIÓN | BALANZA |
|-----------------------|------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | PESO NETO (KGM) | VALOR FOB (US\$) | PESO NETO (KGM) | VALOR FOB (US\$) | COMERCIAL SECTOR |
| IMPRESA Y EDITORIALES | 2002 | 21846.00 | 88164.00 | 162890.67 | 378038.00 | -289874.00 |
| IMPRESA Y EDITORIALES | 2003 | 122813.00 | 310324.00 | 51251.51 | 140739.00 | 169585.00 |
| IMPRESA Y EDITORIALES | 2004 | 5019.20 | 7427.10 | 68629.79 | 410242.38 | -402815,28 |
| IMPRESA Y EDITORIALES | 2005 | 22049.01 | 52149.68 | - | - | - |
| IMPRESA Y EDITORIALES | 2006 | 11457.50 | 160637.64 | 118799.81 | 460543.75 | -299906,11 |

Fuente: www.dian.gov.co/Siex

Grafico 19. Balanza comercial para el sector de Imprenta y Editoriales en el departamento de Bolívar
2002-2006



Fuente: Cálculos de autor a partir de los datos obtenidos por la Dian

A pesar de que a nivel nacional el sector posee un buen panorama, a nivel regional no se vislumbra el mismo comportamiento como se puede observar en el gráfico N° 19., podemos analizar que el sector ha tenido altibajos en el manejo de sus exportaciones e importaciones, en su mayoría han sido los años en donde se presenta un déficit en el cual las importaciones superan las exportaciones. Si empezamos por el 2002, podemos ver en el gráfico que para ese año la balanza es deficitaria ya que en dicho año se importaron 141044.67 Kgms mas de insumos y productos para el uso del objeto, dando esto un total de US \$289874, cosa que para el 2003 cambio ya que la balanza dio un vuelco presentando un superávit por valor de US \$169585, producto de las 122813 Kgms de productos que se exportaron, exactamente 100967 Kgms mas que el año anterior y 71561.49 más de la carga importada.

Para el 2004 las cosas empeoraron para el sector constituyéndose ese año como el peor en términos de comercio exterior, ya que si observamos el gráfico notamos que fue ese año el de mayor déficit, con un valor de US \$402815.28. Básicamente este comportamiento se presentó por la caída que tuvo la carga exportada ese año, la cual fue de un 92% menos que la del año anterior, dando como resultado un total de 117793.8 Kgms menos exportados.

En el 2006 siguió manteniendo el mismo comportamiento negativo. Aunque aumentaron los Kgms de carga exportada con respecto al 2004, al observar el año inmediatamente anterior la carga exportada por Kgm disminuyo para el último año aprox. 51%. Mas sin embargo en términos monetarios la carga se valorizo, para el 2006 la carga exportada fue de US \$160637.64, con respecto al 2005 es representativa ya que para este periodo la carga estuvo por un valor de US \$52149.68, aproximadamente un 32% menos.

2. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

Este modelo consiste en el estudio de la estructura de las actividades o industrias. Esa estructura está representada por la distribución de los agregados macroeconómicos de la industria entre las actividades que las componen.

2.1 CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA

Según el informe presentado por ANDIGRAF, luego de una investigación llevada a cabo dentro de la industria de artes graficas del país para el 2.005²², se presentaron las siguientes conclusiones con respecto a las características de la cadena productiva del sector:

- Existe una alta concentración de establecimientos en la ciudad de Bogotá y en el Valle del Cauca principalmente.

²² Situación General de la Industria Gráfica en Colombia. Departamento de investigaciones económicas ANDIGRAF. 2.005

- Más del 75% de las empresas de la cadena productiva son PYMES
- Se ubica dentro de los veinte sectores más competitivos de Colombia
- La demanda recibida por esta industria es por pedidos o a la medida, no acumulan stock de inventarios.
- El sector presenta una alta dependencia de la demanda derivada y del ciclo económico
- Se ha consolidado como sector altamente exportador
- Existe un alto componente importado en el costo del producto final exportado

El proceso de impresión es el eje principal de la producción de la industria gráfica, que se divide en tres etapas: preprensa, impresión y posprensa. A continuación se muestra los diferentes productos que se ofrecen en el sector, de acuerdo a la cadena productiva analizada:

Tabla N° 11: Grupos y Productos de la Industria Gráfica

| Grupos y productos de la industria gráfica | |
|---|--|
| 1. Comercial y publicitario | Tarjetas en blanco y de cartón, directorios telefónicos, postales, calcomanías, afiches, calendarios, almanaques, carteles y avisos, tarjetas plásticas, papeles impresos. |
| 2. Escolar y oficina | Sobres de Manila, fólderres, archivadores A.Z., sobres impresos, blocks, cuadernos escolares, agendas, libretas, talonarios |
| 3. Formas y valores | Billetes de banco, bonos y títulos, papel sellado, boletería, billetes para lotería, tiquetes para transporte aéreo y terrestre, formularios, pasaportes. |
| 4. Editorial-periódicas | Periódicos, revistas |
| 5. Editorial-libros | Libros científicos y técnicos, animados, religiosos, cuadernos para dibujo, libros de arte y literatura. |
| 6. Editorial-otros | Mapas y láminas didácticas, cubiertas para libros. |
| 7. Juguetería y juegos de salón | Serpentinas y confetis, naipes, juegos de salón y otros juegos de sala. |
| 8. Empaques plásticos | Películas impresas de polietileno, cloruro de polivinilo, polipropileno y bolsas impresas |
| 9. Empaques plegadizos | Cajas de cartón acanalado, estuches de cartón, cajas de cartón liso, paneles, divisiones y particiones de cartón, protectores de pulpa o cartón, empaques de cartón para huevos. |
| 10. Etiquetas | Etiquetas en blanco, impresas, impresas autoadhesivas de papel, tapas de papel, aluminio impresas. |

Para la industria gráfica son representativos los empaques de cartón y cartulina produciendo de \$687.983 millones anuales aprox., con la mayor participación con un 15,8%; impresos editoriales de publicaciones periódicas (revistas y periódicos y otros impresos editoriales como libros) con un 12,8% de la producción, aprox. \$558.201 millones; e impresos editoriales-libros con un 10,6%. Es importante resaltar que la clasificación de materiales comerciales, artículos escolares y formas comerciales y de valores han ganado participación en esta actividad. Los tres eslabones tienen una participación de 16,9%, sumando un total de \$722,946 millones en la producción de la cadena (Tabla N° 12).

Tabla N° 12. Valor de la Producción de la Cadena 2001

Valor de la producción (2001)

| Eslabón | Número de productos | | Producción en fábrica | |
|--|---------------------|--------------------------------------|-----------------------|-------------------|
| | CIIU ¹ | Posiciones arancelarias ² | Valor (\$ millones) | Participación (%) |
| Pulpa para papel y cartón | 5 | 10 | 130.143 | 3,00 |
| Papeles y cartones para imprenta y escritura | 26 | 22 | 386.085 | 8,89 |
| Papeles para empaques (bolsas, sacos y cajas) | 14 | 32 | 372.162 | 8,57 |
| Otros papeles y cartones especializados | 38 | 36 | 390.384 | 8,99 |
| Papeles para empaques y envolturas de uso industrial | 4 | 1 | 13.772 | 0,32 |
| Papel para uso doméstico o industrial | 9 | 2 | 63.727 | 1,47 |
| Papeles suaves higiénicos (<i>hssue</i>) | 7 | 4 | 397.501 | 9,16 |
| Preprensa y edición | 7 | 4 | 14.090 | 0,32 |
| Materiales comerciales y publicitarios | 35 | 15 | 202.304 | 4,66 |
| Artículos escolares y de oficina | 25 | 6 | 338.630 | 7,80 |
| Formas comerciales y valores | 10 | 7 | 182.012 | 4,19 |
| Prod. empaque de cartón y cartulina | 34 | 12 | 687.983 | 15,85 |
| Etiquetas | 7 | 3 | 139.479 | 3,21 |
| Impresos editoriales - libros | 7 | 4 | 461.609 | 10,63 |
| Impresos editoriales - publicaciones periódicas | 4 | 3 | 558.201 | 12,86 |
| Impresos editoriales - otros impres. Edit. | 1 | 3 | 69 | 0,00 |
| Juguetería y juegos de salón | 3 | 8 | 3.715 | 0,09 |
| Total cadena | 236 | 172 | 4.341.868 | 100 |

¹ Clasificación Internacional Industrial Uniforme, 8 dígitos.

² Arancel Armonizado de Colombia, 10 dígitos.

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (2001), Dane.

En cuanto al empleo según informes del DANE (2002), se creó un índice que refleja el nivel de dedicación por establecimiento y empleo. Este índice se define como el nivel de vinculación del empleo en cada línea de producción, descritas anteriormente. Constituye en la relación existente entre el número de empleados que operan en una línea de producción, sobre el total de empleados que conforman la cadena, igualmente para los establecimientos posee la misma interpretación.

Tabla N° 13. Establecimientos y Empleo en la Cadena 2.001

Establecimientos y empleo: número e índice de dedicación (2001)

| Eslabón | Establecimientos | | Empleo | |
|--|------------------|------------------------------------|---------------|------------------------------------|
| | Número | Índice de dedicación ^{1/} | Número | Índice de dedicación ^{1/} |
| Pulpa para papel y cartón | 5 | 0,01 | 116 | 0,00 |
| Papeles y cartones para imprenta y escritura | 25 | 0,04 | 3.103 | 0,08 |
| Papeles para empaques (bolsas, sacos y cajas) | 35 | 0,05 | 4.831 | 0,12 |
| Otros papeles y cartones especializados | 42 | 0,06 | 3.894 | 0,10 |
| Papeles para empaques y envolturas de uso industrial | 14 | 0,02 | 2.272 | 0,06 |
| Papel para uso doméstico o industrial | 21 | 0,03 | 2.955 | 0,07 |
| Papeles suaves higiénicos (<i>tissue</i>) | 10 | 0,01 | 3.063 | 0,08 |
| Preprensa y edición | 23 | 0,03 | 1.140 | 0,03 |
| Materiales comerciales y publicitarios | 340 | 0,49 | 14.728 | 0,37 |
| Artículos escolares y de oficina | 280 | 0,40 | 9.577 | 0,24 |
| Formas comerciales y valores | 38 | 0,05 | 3.398 | 0,09 |
| Prod. Empaque de cartón y cartulina | 192 | 0,28 | 8.786 | 0,22 |
| Etiquetas | 184 | 0,26 | 6.901 | 0,18 |
| Impresos editoriales - libros | 141 | 0,20 | 9.899 | 0,25 |
| Impresos editoriales - publicaciones periódicas | 135 | 0,19 | 10.861 | 0,28 |
| Impresos editoriales - otros impresos editoriales | 4 | 0,01 | 102 | 0,00 |
| Juguetería y juegos de salón | 10 | 0,01 | 530 | 0,01 |
| Total cadena | 698 | | 39.430 | |

^{1/} Ver Nota técnica No. IV-2.

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (2001), Dane. Cálculos DNP - DDE.

Como se aprecia en la tabla anterior, las actividades correspondientes al sector en estudio, los cuales se definen como materiales comerciales y publicitarios, y artículos escolares y de oficina, los dos corresponden un índice de empleo de 0,37 y 0,24 respectivamente; un índice cercano a uno que nos quiere decir que por una unidad de empleo en cada una de estas actividades, el nivel de empleo en el sector de impresión grafica representa un 61% del total de la cadena productiva; cifra representativa si comparamos con la cadena del papel, la cual es extensa y que, si sumamos todos los valores se alcanza a obtener un 54% del total de la cadena. Esta comparación la interpretamos como que del total de la cadena, la mayoría de los empleados se encuentran en la Industria Grafica.

En cuanto al número de establecimientos, podemos observar en el cuadro e interpretar, que el mayor número de establecimientos en Colombia, se encuentra en las actividades que componen el sector de la Industria Grafica, con un porcentaje para las dos actividades que suman un 89% de participación en la cadena productiva, a diferencia del papel que solo posee un 22% de participación. Podemos decir que son directamente proporcionales estas variables (establecimientos-empleados), ya que según el estudio a mayor cantidad de establecimientos, mayores serán los índices de empleo en el sector.

En cuanto a las importaciones, Los principales abastecedores de pulpa para papel y cartón son Chile y Estados Unidos con un 47,7% y 40,2% respectivamente. En lo

que se refiere a productos de papel para imprenta Canadá es el principal país de origen, con un 32%, en especial de papeles kraft, recubierto para escritura.

Canadá es el país abastecedor de papel periódico, país del que se importa cerca de 80% del papel periódico consumido en el país. En la actividad de papel para empaques, Estados Unidos es el principal abastecedor ocupando un 77,7% del total de importaciones en esta actividad, al igual que en las industrias de editoriales. Dentro de la cuota estadounidense sobresalen las importaciones de materiales comerciales (26,7%), artículos escolares y de oficina (6,9%), productos de empaque y de cartón (33,9%) e impresos editoriales-libros (17,6%). (Ver tabla N° 14).

Tabla N° 14. Importaciones y Principales Proveedores de la Industria 2.001 - 2.003

Colombia: importaciones y principales proveedores
(Promedio anual 2001-2003)

| Eslabón | Importaciones totales (US\$ miles) | Origen (Participación %) | | | | |
|---|---------------------------------------|--------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| | | Estados Unidos | Chile | Canadá | España | Otros |
| Pulpa para papel y cartón | 61.562 | 40,2 | 47,7 | 2,3 | - | 9,8 |
| Papeles y cartones para imprenta y escritura | 120.866 | 13,3 | 5,6 | 32,0 | 2,6 | 46,5 |
| Papeles para empaques (bolsas, sacos y cajas) | 52.626 | 77,7 | 4,1 | 1,5 | 3,1 | 13,6 |
| Otros papeles y cartones especializados | 54.286 | 26,5 | 0,8 | 0,9 | 5,7 | 66,1 |
| Papeles para empaques y envolturas uso industrial | 77 | 0,6 | - | 4,8 | - | 94,6 |
| Papel para uso doméstico o industrial | 566 | 40,6 | 22,5 | - | 0,1 | 36,8 |
| Cartulinas para plegadizas | 14.660 | 8,2 | 75,7 | 12,7 | - | 3,4 |
| Papeles suaves higiénicos (<i>tissue</i>) | 13.696 | 10,3 | 10,5 | 1,8 | 0,4 | 77,0 |
| Preprensa y edición | 2.070 | 54,4 | 0,3 | 0,3 | 1,6 | 43,4 |
| Materiales comerciales y publicitarios | 13.422 | 26,7 | 2,9 | 2,8 | 1,7 | 65,9 |
| Artículos escolares y de oficina | 6.464 | 6,9 | 2,1 | - | 1,7 | 89,3 |
| Formas comerciales y valores | 1.388 | 86,2 | 0,9 | 3,2 | - | 9,7 |
| Prod. empaque de cartón y cartulina | 13.353 | 33,9 | 6,8 | - | 1,3 | 58,0 |
| Etiquetas | 8.862 | 22,6 | 2,5 | 1,4 | 1,7 | 71,8 |
| Impresos editoriales - libros | 43.191 | 17,6 | 0,7 | 0,1 | 42,8 | 38,8 |
| Impresos editoriales - publicaciones periódicas | 6.243 | 41,2 | 0,9 | - | 28,6 | 29,3 |
| Impresos editoriales - otros impresos editoriales | 171 | 37,7 | 0,3 | 0,3 | 15,2 | 46,5 |
| Juguetería y juegos de salón | 14.745 | 30,0 | 0,1 | 0,1 | 11,7 | 58,1 |
| Total cadena | 428.246 | 29,5 | 12,5 | 10,3 | 7,2 | 40,5 |

Fuente: Dane - Dian. Cálculos: DDE - DNP

La industria de imprentas y artes gráficas se caracteriza por presentar gran cantidad de empresas de pequeño y mediano tamaño. La industria gráfica produce diversidad de bienes como: artículos escolares y de oficina, variados tipos de empaques y etiquetas, libros y publicomerciales, que se ven orientadas especialmente al mercado externo. Las exportaciones de la industria del papel de la línea de producción de papeles y cartones para imprenta, papeles para empaque y otros papeles y cartones especiales representan cerca del 30% de las ventas al exterior de esta cadena. Las exportaciones en los últimos tres años se han orientado principalmente hacia Ecuador, Venezuela y Perú. Los productos contenidos en la actividad de impresos editoriales-libros y de impresos editoriales

publi-comerciales han logrado consolidarse como líderes en la oferta exportable de esta cadena (37% del total de la cadena) con cerca de US\$120 millones promedio anual entre 2001-2003. En estos últimos tres años, las ventas externas de libros y demás impresos han sido favorables, así como los demás diarios y publicaciones periódicas impresos, orientados a los mercados de Venezuela, México y Ecuador.

Tabla N° 15. Principales Destinos de Exportación

Colombia: exportaciones y principales destinos
(Promedio anual 2001-2003)

| Eslabón | Exportaciones totales (US\$ miles) | Destinos (Participación %) | | | | |
|--|---------------------------------------|----------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| | | Venezuela | Ecuador | Mexico | Perú | Otros |
| Pulpa para papel y cartón | 146 | - | 96,20 | - | - | 3,80 |
| Papeles y cartones para imprenta y escritura | 52.477 | 20,06 | 30,52 | 1,86 | 18,38 | 29,18 |
| Otros papeles y cartones especializados | 24.273 | 35,37 | 21,34 | - | 8,13 | 35,15 |
| Papeles para empaques (bolsas, sacos y cajas) | 20.103 | 15,08 | 21,54 | 2,30 | 13,51 | 47,58 |
| Papeles para empaques y envolturas de uso industrial | 144 | - | 60,10 | - | 16,80 | 23,10 |
| Papel para uso doméstico o industrial | 4.332 | 60,65 | 27,69 | - | - | 11,65 |
| Papeles suaves higiénicos (<i>tissue</i>) | 22.223 | 11,57 | 26,61 | 0,87 | 2,84 | 58,11 |
| Preprensa y edición | 603 | 4,72 | 3,51 | 88,11 | 0,82 | 2,84 |
| Materiales comerciales y publicitarios | 17.612 | 26,89 | 10,61 | 5,30 | 8,03 | 49,16 |
| Artículos escolares y de oficina | 30.237 | 30,99 | 15,02 | 19,37 | 4,23 | 30,39 |
| Formas comerciales y valores | 1.670 | 37,27 | 8,94 | - | 20,57 | 33,22 |
| Prod. Empaque de cartón y cartulina | 15.597 | 26,10 | 7,69 | 1,60 | 4,47 | 60,13 |
| Etiquetas | 3.968 | 13,75 | 41,87 | 2,16 | 12,50 | 29,71 |
| Impresos editoriales - libros | 98.100 | 13,80 | 10,02 | 28,14 | 5,80 | 42,23 |
| Impresos editoriales-otros impresos editoriales | 20.296 | 27,44 | 8,47 | 12,40 | 13,08 | 38,63 |
| Impresos editoriales - publicaciones periódicas | 231 | 28,05 | 9,03 | 7,02 | 15,03 | 40,87 |
| Juguetería y juegos de salón | 7.807 | 34,66 | 4,25 | 4,56 | 6,41 | 50,12 |
| Total cadena | 319.819 | 21,45 | 16,95 | 12,44 | 8,79 | 40,37 |

Fuente: Dane - Dian. Cálculos DNP - DDE.

La cadena productiva de pulpa, papel e industria gráfica presenta en conjunto una balanza comercial deficitaria en más de 97 millones de dólares. Gran parte de este comportamiento obedece a las importaciones de los eslabones de papeles y cartones, papeles para empaques y otros papeles especializados, que

representan el 53% de la cuota importadora en el total de la cadena productiva. Las actividades de impresos editoriales-libros y publi-comerciales reducen el efecto deficitario de la balanza comercial exportando más de lo que se importa.

Esta industria ha sido históricamente bastante competitiva y particularmente en productos libres de aranceles como son los bienes de carácter científico y cultural (editoriales, libros y revistas). En otros productos, ha venido ganando y consolidando mercados, como es el caso de las agendas, los cuadernos y las publicaciones periódicas, entre otros.

2.2 COMERCIO EXTERIOR

Tabla N° 16. Exportaciones del Sector

| EXPORTACIONES EN EL SECTOR DE LAS ACTIVIDADES DE EDICION E IMPRESION EN COLOMBIA | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Año | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
| MMS USD | 211 | 188 | 186 | 217 | 231 |
| FOB | | | | | |
| Participación (%) | 1,71 | 1,57 | 1,42 | 1,29 | 1,09 |

Fuente: DANE

Según datos suministrados por el DANE (2006), en el año 2005 las Exportaciones del sector de Actividades de Edición e Impresión ocuparon el 1,09% de participación en el total nacional con respecto a otros sectores, que en términos monetarios se calculo en US \$231 millones FOB. Así mismo por lo que se puede apreciar en la tabla Nro. 16, dicha participación ha ido disminuyendo en términos porcentuales si observamos los últimos cuatro años; si vamos a un ejemplo, con respecto al año 2004 la participación de la industria en Colombia se ubico en un 1,29% que representa US \$217 millones FOB, lo cual constituye una disminución de 0,2 puntos porcentuales.

Los principales productos de exportación durante 2005 fueron (Ver Tabla 17):

Tabla Nº. 17. Principales Productos Exportados por el Sector Gráfico

| Productos | Vlr. Exportado (en millones de dólares) | Países de Destino |
|--|--|-----------------------------|
| Libros | US\$ 132,74 | México, Venezuela y USA |
| Artículos escolares y de oficina | US\$ 56,24 | Venezuela, México y Ecuador |
| Empaques de papel y cartón | US\$ 34,84 | Costa Rica, Venezuela, Perú |
| Empaque de plástico y sus sustratos | US\$ 28,45 | USA, México y Ecuador |

Fuente: ANDIGRAF. 2.005

Podemos observar en la Tabla N° 17, que los países destinos por excelencia en términos de exportaciones son México, Venezuela; USA, Ecuador, Costa Rica y Perú en los cuales los libros, productos mayor exportados por el sector (US\$ 132,74 millones FOB), ocupan el primer lugar en países como México, Venezuela y USA, constituyéndose como los más representativos en términos monetarios para el sector.

Por su parte, y teniendo en cuenta la información de la tabla N° 18., podemos observar que las importaciones registradas al 2005 mantuvieron el mismo comportamiento que las exportaciones:

Tabla N° 18. Importaciones en el Sector 2001 – 2005

| IMPORTACIONES EN EL SECTOR DE LAS ACTIVIDADES DE EDICION E IMPRESION EN COLOMBIA | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Año | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
| MMS USD | 105 | 105 | 101 | 105 | 129 |
| CIF | | | | | |
| Participación (%) | 0,82 | 0,83 | 0,73 | 0,62 | 0,61 |

Fuente: DANE

Según el historial que provee la tabla, se observa que ha existido un aumento en la compra de insumos y materiales necesarios para la producción de productos impresos. Insumos como los empaque de plástico y sustratos ocupan el primer lugar en importaciones por el sector con un valor de US \$26,41 millones CIF. En la tabla N° 19 se puede apreciar más claramente dicho comportamiento.

Tabla N° 19. Principales Productos Importados por el Sector Gráfico

| <i>Productos</i> | <i>Vir. Importado (en millones de dólares)</i> | <i>Países de Destino</i> |
|---|--|----------------------------------|
| <i>Empaque de plástico y sus sustratos</i> | US\$ 26,41 | USA, Venezuela y Chile |
| <i>Material publicitario y Comercial</i> | US\$ 22,08 millones | Perú, USA, Argentina y China |
| <i>Artículos escolares y de oficina</i> | US\$ 20,34 millones | Ecuador, Perú, Venezuela y China |
| <i>Empaques de papel y cartón</i> | US\$ 8,01 millones | Chile, USA y Brasil |

Fuente: ANDIGRAF. 2.005

2.3 TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

Según la misma encuesta de opinión, los bajos costos y la alta calidad ofrecida por las actuales tecnologías para impresión en gran formato surgen como fuertes motivaciones para ingresar -o permanecer- en un nicho de mercado de alta demanda.

De acuerdo con estimaciones para el período comprendido entre 2006 y 2009, las ventas de impresos en formatos grandes y supergrande pasarán de cerca de US\$6 mil millones en 2005 a casi US\$8 mil millones en 2009, lo que señala una tasa de crecimiento de 25%²³. Estos indicadores se enmarcan bien dentro de la tendencia observada en el mercado general de impresión en prensas digitales.

La versatilidad de las aplicaciones de gran formato hace que su uso se extienda a la satisfacción de una variada gama de necesidades, aunque algunos grupos de usuarios se destacan por el aprovechamiento que hacen de las propiedades de alta resistencia y calidad. Esto además de favorecer al consumidor, el cliente comercial que utiliza las impresiones de gran formato para comunicar ideas, vender productos y mostrar los conceptos a sus propios clientes y que representa

²³ Según proyecciones realizadas por ANDIGRAF para los años comprendidos entre 2.006-2.009.

el motor principal para el crecimiento de la industria, permitiendo conocer las razones que los llevan a optar por el gran formato como la mejor respuesta a sus necesidades promocionales y para potenciar sus estrategias comerciales al cual se le ofrece impresión a mayor calidad, de mayor formato; le genera al proveedor retornos de manera exponenciales.

2.3.1 Proyección Estratégica a Nivel Nacional

En el mismo estudio citado, se hacen las siguientes recomendaciones estratégicas, con el fin de darle una orientación y proyección a la industria.

Entre los subsectores analizados, considerados estratégicos, por la importancia que representan para ella se encuentran los productos publicitarios y comerciales, editorial (libros, periódicos y revistas) y el subsector empaques.

- **Subsector Productos Publicitarios y Comerciales. (Ver Tabla Nº 20)**

Tabla Nº 20. Recomendaciones para el Subsector Productos Publicitarios y Comerciales

| Recomendaciones | Factores a Favor | Factores en Contra |
|--|--|---|
| 1. Ampliar la demanda a través de la conquista de mercados externos. | 1. Existe probada competitividad internacional de los productos. | 1. Existe sobreoferta gráfica, exceso de capacidad instalada. |
| 2. Creación de un sistema de información e investigación de mercados nacionales e internacionales con proyección. | 2. Oportunidad de negocios por tratados comerciales. | 2. Competencia estatal (Imprenta Nacional como monopolio). |
| 3. Generar procesos y estrategias asociativas a nivel comercial. | 3. Realización de Proyección estratégica | 3. Falta de apoyo estatal en programas de competitividad, productividad y promoción. 4. Dependencia del éxito de otras industrias (demanda 5. No existe una política, ni programas de promoción de 6. No existen alianzas estratégicas y trabajo como equipos. |

- **Subsector Editorial (Libros, Revistas y Periódicos). (Ver Tabla N° 21)**

Tabla N° 21. Recomendaciones para el Subsector Editorial

| Recomendaciones | Factores a Favor | Factores en Contra |
|--|---|--|
| 1. Generación de una política para el abastecimiento de textos escolares en la educación pública. | 1. Generación de una adecuada cultura y procesos administrativos. | 1. Inadecuada infraestructura vial y portuaria del país. |
| 2. Acabar el monopolio de la imprenta nacional y redefinir su papel. | 2. Estructura administrativa concedora del negocio. | 2. Incremento del narcotráfico en el transporte a nivel nacional e internacional. |
| 3. Concertación de condiciones de negociación y metodologías de trabajo entre impresores y editores. | 3. Gremio creciente por empresas y subsectores. | 3. Mercado impresor regulado por el editorial. |
| 4. Realización de consultas específicas con impresores del sector con el fin de identificar actividades específicas a trabajar con la Cámara del Libro. | 4. Tasa de cambio favorable para importación de materias primas e insumos. | 4. Relación mercado escrito y virtualidad. |
| 5. Definición de mecanismos de integración y asociación para la participación de mercados nacionales e internacionales. | 5. Mejoramiento de la dinámica económica de principales socios comerciales. | 5. Baja dinámica del consumo local. 6. No contar con mecanismos eficientes contra la piratería. |

- Subsector Empaques. (Ver tabla N° 22).

Tabla N° 22. Recomendaciones para el Subsector Empaques

| Recomendaciones | Factores a Favor | Factores en Contra |
|--|--|---|
| 1. Promoción de exportaciones: plan exportador. | 1. Mercado dinámico, en crecimiento y en expansión. | 1. Migración de los clientes a otros países. |
| 2. Acercamientos con entidades como Proexport, Analdex. | 2. Diversidad de sustratos. | 2. Infraestructura del país: seguridad, vías. |
| 3. Recopilación y seguimiento de normas relacionadas con el sector de empaques y etiquetas. | 3. Nuevos productos de exportación que requieren de empaque. | 3. Falta de especialización en el subsector. |
| 4. Realización de estudios que permitan conocer dichas normas. | 4. Capacidad instalada del subsector. | 4. Trabajar de manera individualista. |
| 5. Agilización de trámites de importación de productos controlados | 5. La ubicación geográfica facilita la integración con el cliente usuario. | 5. Carencia de capacitación y formación del recurso humano. |
| 6. Propender por la eliminación de aranceles a materias primas (se agrupa con publico comerciales). | | |
| 7. Levantar el censo de parque industrial. | | |
| 8. Análisis de coexportación o exportación directa. | | |
| 9. Buscar mecanismos para facilitar la complementación en mercados y productos. | | |
| 10. Observatorio de competitividad y plan exportador | | |
| 11. Estudios de necesidades de actualización tecnológica | | |

3. ANÁLISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA

Este modelo consiste en examinar las interrelaciones de la(s) actividad(es) o industria(s) seleccionada(s) con el resto de la economía. Es un modelo similar al de encadenamientos, con la diferencia de que en este caso no se requiere la construcción de matrices insumo-producto.

La técnica consiste en evaluar, en términos cualitativos y/o cuantitativos, la interacción de la actividad creativa o cultural seleccionada con las demás actividades económicas. Las interrelaciones más comúnmente analizadas en los mapeos revisados son las que se refieren a los proveedores y a los consumidores. Esos dos grupos son precisamente los eslabones más importantes de las cadenas productivas.

3.1 DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE LA CADENA

El sector del papel y artes gráficas engloba dos subsectores de actividad, el del papel y el de las artes gráficas, estrechamente vinculados entre sí, aunque con características sensiblemente diferenciadas, tanto desde un punto de vista del

tejido empresarial (el tamaño medio de las empresas papeleras es sensiblemente superior al de las empresas de artes gráficas) como de la evolución de su actividad. En ese contexto, dentro de la visión global del sector, parece adecuado aportar un análisis diferenciado de ambas actividades, en la medida que la información disponible lo permita.

El subsector de pasta y papel se ha caracterizado en estos últimos años por una cada vez mayor internacionalización de su actividad, con una estrecha interrelación entre las tendencias observadas en los diferentes mercados, aspectos que conducen a la fijación de precios a nivel internacional.

Existen una serie de factores que hacen de éste un sector caracterizado por el marcado carácter cíclico de su actividad y por su sensibilidad ante los cambios económicos. Cabe señalar en ese sentido los bruscos movimientos de precios, los tipos de cambio entre las divisas, los cambios repentinos en los ciclos comerciales entre Latinoamérica, Norteamérica y Europa, las políticas de almacenaje y, por último, la entrada de nueva capacidad productiva en el mercado.

La dinámica de la actividad en los Estados Unidos es fundamentalmente la que marca la pauta de la evolución cíclica del subsector a nivel mundial, ejerciendo

una labor de arrastre en el resto de los mercados, y estando a su vez estrechamente ligada a la evolución de la economía estadounidense.

Por lo que respecta al subsector de artes gráficas, su actividad está estrechamente relacionada con la industria papelera, y más concretamente con la rama de actividad de papel para usos gráficos (que es su principal proveedor de materias primas), aunque sus características específicas difieren notablemente.

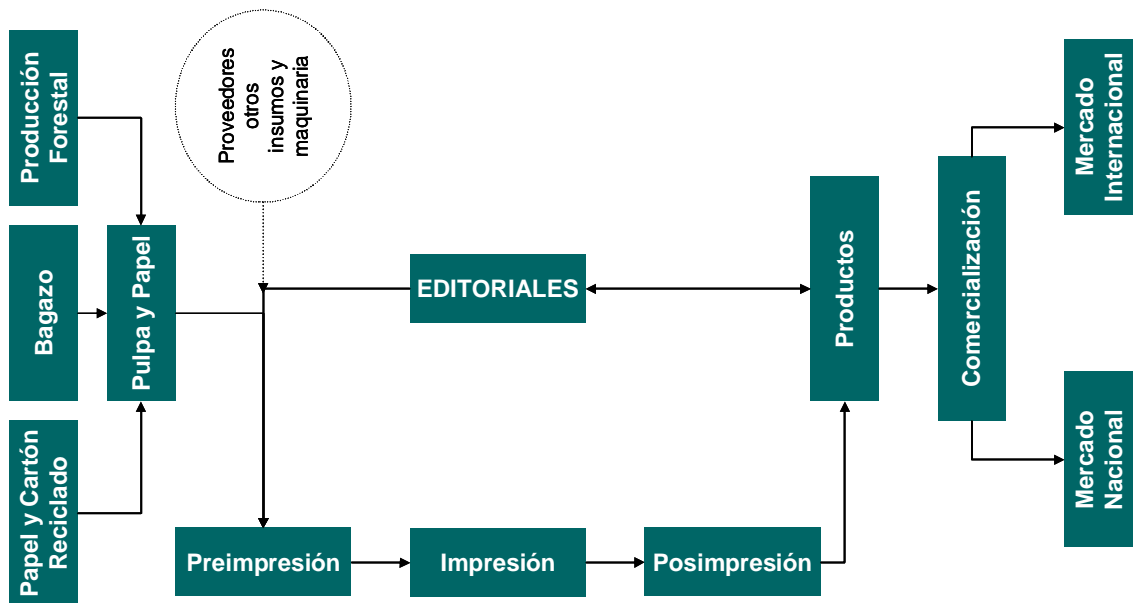
Con el fin de hacer una presentación del encadenamiento productivo que posteriormente facilite el análisis del clúster, enseguida se describirá en forma breve la cadena productiva desde una perspectiva técnica, económica e institucional.

3.1.1 Relaciones Técnicas y Económicas en el Encadenamiento Productivo

Tal como se ha descrito en los trabajos de Rodríguez (2000) y Malvare (2002 a), la cadena productiva conformadas por las actividades forestales, pulpa, papel, cartón, artes gráficas y editoriales, en la conformación del encadenamiento productivo está compuesto por unas relaciones técnicas y económicas que son

movilizadas a partir de la demanda de un producto gráfico en la actividad editorial, que concibe un documento del cual las actividades de artes gráficas y de impresión efectúan su producción y reproducción mediante la generación de copias idénticas del mismo. Ese ciclo de generación, producción, reproducción y venta de estos materiales impresos da lugar a unas relaciones técnicas y económicas que configuran el encadenamiento productivo que, a grandes rasgos y a través de sus principales actividades o nodos, se describen en la figura N° 3 y en las líneas que siguen. Dichas relaciones tienen la peculiaridad de originar actividades que configuran una especie de terciarización de la producción industrial.

Figura N° 3. Cadena Productiva Papel y Artes Gráficas



Fuente: Diseño de los autores con base en lo propuesto por Malaver (2002 a)

Las actividades de producción de pulpa y papel, que se originan en la obtención de pulpa y papel derivados del renglón forestal, del bagazo o papel y cartón reciclado, es decir, en la obtención de las materias primas básicas. Estas actividades en conjunto conforman la industria papelera²⁴.

La producción gráfica está conformada por las actividades: *i)* editoriales y publicomerciales. Estas corresponden, en general, a la demanda de los productos gráficos. En ellas se origina el proceso, con la concepción del documento o producto gráfico (forma y contenido), así como la negociación de los derechos de autor, cuando se trate de un editorial. *ii)* preimpresión. Incluyen las actividades de diseño, composición, diagramación y montaje, para obtener la forma gráfica que va a ser impresa; la fotomecánica, que por descomposición del color genera las películas obtenidas del original; y finalmente, el quemado de las planchas para la impresión. *iii)* impresión. Mediante éstas se transfiere la tinta desde un portaimagen (plancha) al sustrato (papel, plástico, cartón, etc.) con el fin de reproducir una determinada cantidad de documentos gráficos idénticos al original. *iv)* postimpresión. Estas se encargan de manipular los documentos impresos con el fin de obtener el producto gráfico en su forma final. Incluye, las actividades de

²⁴ Teniéndose solo en cuenta en la medida en que sus relaciones inciden en la evolución de la industria gráfica.

plegado, compaginado, costura o pegado, refileado, encartado, barnizado, y el empaque (ver Rodríguez, 2000).

Las actividades de comercialización están compuestas por la publicidad, distribución y venta de los productos gráficos, bien sea en el mercado nacional o en el mercado internacional.

Además de las actividades que desde una perspectiva funcional dan lugar a una serie de relaciones técnico económicas como las descritas, también es posible efectuar una relectura de las mismas con el fin de mostrar los productos que en cada etapa o eslabón del encadenamiento productivo se obtiene.

En el diagrama en mención se puede observar cómo las materias primas tienen su origen en la actividad forestal (madera), en la obtención de derivados de la agricultura comercial (caña de azúcar) y el reciclaje de los productos de la cadena. La pulpa obtenida de las materias primas básicas se transforma luego en papel y cartón que dan origen a artículos sanitarios, empaques y la industria de artes gráficas, imprentas y editoriales, dentro de la cual, se elabora la mayor cantidad de productos, de valor agregado y exportaciones dentro de la cadena.

3.1.2 Relaciones Institucionales

Este encadenamiento productivo cuenta con un importante desarrollo institucional. Entre ellos se destacan: en el ámbito gremial, ANDIGRAF, que agrupa especialmente a las grandes empresas de esta industria, y Feimpresores, conformada por las PYMES del sector; la Cámara Colombiana del Libro, etc. a ello se adicionan los desarrollos institucionales relacionados con el apoyo del avance tecnológico del sector, en particular, el Cigraf (antiguo Iftag), dedicado a la industria gráfica. Por su parte en el ámbito educativo se destaca la labor efectuada por el SENA y algunos de los programas de educación superior. A ello se adiciona la legislación específica, relacionada directamente con el apoyo de esta industria. Por ejemplo, la ley 74 de 1973, también llamada “ley del libro”, o la ley 98 de 1993, vigente, que reglamenta los derechos de autor. También se ve favorecida de la legislación e institucionalidad de fomento económico.

A estas condiciones institucionales vigentes debe agregarse la activa participación del gremio y las empresas del sector en las políticas de productividad y competitividad; tal es el caso de los acuerdos sectoriales de productividad y competitividad; en el ámbito nacional, la Mesa Sectorial de la Industria Gráfica (SENA, 2000).

4. ANÁLISIS DE CLÚSTER

Este modelo consiste en determinar la competitividad de una actividad a partir de las relaciones existentes entre ella y otras industrias relacionadas y de factores asociados a la demanda.

La herramienta más usada para este propósito en los estudios revisados es el Diamante de Porter. Esa herramienta consiste en una caracterización de cuatro factores claves de la competitividad: estrategia de la firma, estructura y rivalidad; las condiciones de los factores productivos; las industrias relacionadas y de apoyo; las condiciones de la demanda.

De acuerdo con la técnica, la competitividad de una empresa depende de la competitividad de sus proveedores de insumos, cuya competitividad depende, a su vez, de la de sus propios proveedores. Pero la competitividad de la firma también depende de los proveedores de servicios, las fuentes de investigación y desarrollo (I&D) básico y aplicado, los proveedores de bienes de capital, los distribuidores, las instituciones de formación y capacitación. Incluso los competidores (de la

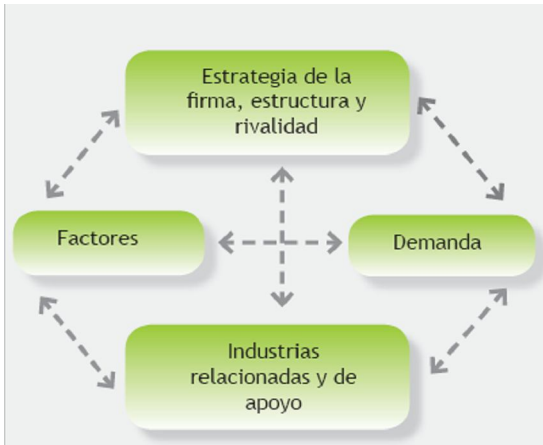
propia firma así como de sus proveedores) son importantes, por la presión que generan para el mejoramiento continuo de procesos y técnicas así como en la búsqueda de nuevas oportunidades²⁵.

Además los competidores también proveen oportunidades para cooperación en la búsqueda conjunta de soluciones al problema. Así, el éxito de una actividad puede atribuirse parcialmente al tamaño, profundidad y naturaleza del clúster de actividades relacionadas y de apoyo del cual hace parte.

El análisis de clúster es una técnica cualitativa cuya información se recopila a través de encuestas a representantes claves de las actividades creativas que indagan por las características de los cuatro factores centrales de la competitividad. Ver Figura 4.

²⁵ Porter, M. Ser Competitivo. Editorial Deusto. España.

Figura 4. Diamante Competitivo de Porter

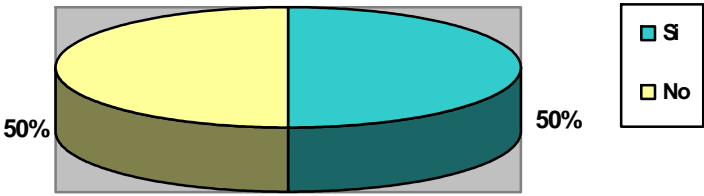


Según información obtenida en la recolección de los datos, podemos analizar que, al día de hoy la industria de Artes Graficas es una industria que aun carece de lineamientos estratégicos definidos, es una industria que, a pesar de tener empresas de muchos años de estar en la industria, y de tener a sus mandos administradores poco les interesa expandirse aun mas en nuevos mercados y lograr una mayor contribución a la economía regional; es por esto el normal desinterés por parte del sector en crear presupuestos de inversión para I&D así como las barreras de entrada bajas existentes al día de hoy todavía.

Empezando por lo básico encontramos ideologías que a la vista administrativa son preocupantes. Como podemos observar en el grafico 20; a la primera pregunta que realizamos ¿Existe una declaración formal de la misión y visión de la

organización?, recogimos que sorprendentemente el 50% respondió que sí y el otro 50% respondió que no. Cabe recordar que el muestreo fue aleatorio y que en el sector, la mayoría de empresas corresponden a micros que se crearon a partir de la gran viabilidad de crear un negocio más de este tipo en la ciudad. El argumento que uso en general el 50% que respondió que no fue que esos lineamientos ya no se utilizan, aunque todavía se expongan en las instalaciones de la empresa no lo divulgan o simplemente no los tienen constituidos ya que aseguran que no sirven de nada actualmente, ya que no son aplicados, y aseguran que sin ellos la empresa marcha muy bien. Estadísticamente en el grafico se observa lo analizado anteriormente.

Grafico 20 . Existe una declaracion formal de la mision y vision?

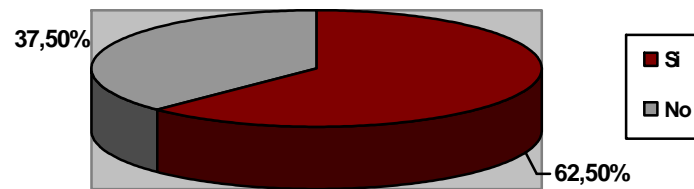


Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

Según grafico 21, a la pregunta ¿Los objetivos son específicos para poder medir su avance?, los encuestados respondieron que si el 62,5%, y no el 37,5% afirman que, aunque no posean misión y visión la mitad de ellas, en cuanto a objetivos

creen que es fundamental tenerlos ya que creen que es parte de un factor motivacional para los empleados ya que les da la sensación de tener un norte.

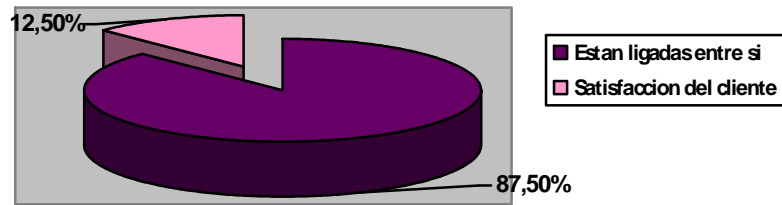
Grafico 21. Los objetivos son especificos para poder medir su avance?



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

Para conocer el pensamiento de cada una de las personas encuestadas en representación de las empresas, se formuló la siguiente pregunta, ¿La meta final de la empresa es obtener utilidades, rentabilidad o lograr la satisfacción de los clientes?; el 87,5% respondió que las tres están ligadas entre sí y que son directamente proporcionales, el 12,5% restante argumenta que la satisfacción del cliente es lo más importante ya que un cliente satisfecho "vale por dos". Grafico 22.

Grafico 22. La meta final de la empresa es obtener utilidades, rentabilidad o lograr la satisfaccion de los clientes?



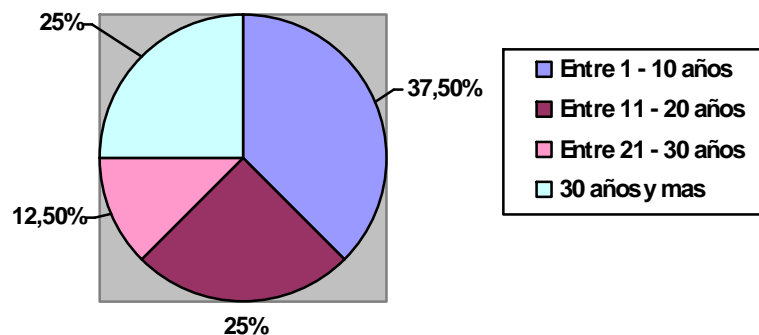
Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

4.1 ESTRATEGIA DE LA FIRMA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD

Según nuestro trabajo de campo analizamos que el sector todavía es un sector que carece de estrategias que lleven a la consecución de los logros y objetivos propuestos por ellas mismas, es algo colectivo inclusive existe en las mas nuevas microempresas que nacen con el fin de solo mantener una estabilidad en el mercado sin preocuparse por diseñar estrategias para el fortalecimiento de la misma con respecto a la competencia; ninguna posee bases ni directrices que le permitan utilizar los conceptos de administración estratégica, simplemente se preocupan por resolver el día a día y así es que continúan vigentes en el mercado. Esta ``Estrategia`` por llamarla así, ya que es el común denominador del sector, es aplicada tanto por las más antiguas y reconocidas, de 20 años en adelante, las

cuales ocupan el 32,5% de la encuesta; así como las más recientes 67,5% (grafico 23). Dentro de las más antiguas como Espitia Impresores, Graficas El Cheque, Graficas Koral, Impresora Lourdes Ltda., estas argumentan con respecto a su estrategia, que para ellos el mejor punto a favor que poseen para seguir en el mercado es que son empresas ya posicionadas por su experiencia, investigación de mercado y por la fidelidad de muchos de sus clientes que han permanecido con ellos desde sus inicios y han sido gustosos de sus trabajos. Para las más pequeñas y mas nuevas argumentan que les ha tocado duro empezar ya que al principio la competencia se ve más, inclusive pensando en un principio que el mercado esta ``monopolizado`` por los más antiguos, barrera que después se rompe ya que muchas de las pequeñas ofrecen otras soluciones como la Impresión digital la cual las más antiguas en su mayoría no la poseen, solo Casa Editorial.

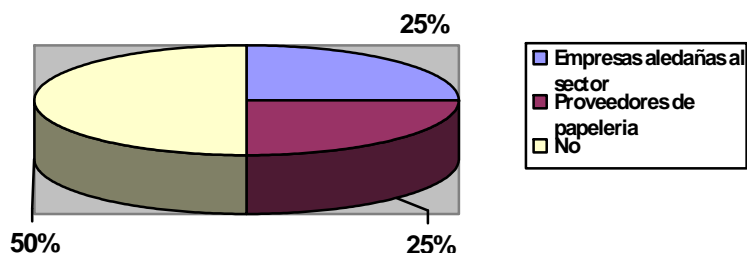
Grafico 23. Quanto tiempo lleva el producto en el mercado?



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

En este sector la competencia antes que por antigüedad y años en el mercado, es por precio, lo cual hace que esta barrera sea más baja. De la información que obtuvimos, el 12,5% de empresas encuestadas se dedican a la subcontratación, esto quiere decir que en cuanto a precios, en este tipo de nicho de microempresas sus precios podrán ser más competitivos que los demás ya que ellos no incurren en costos fijos (solo en papelería), y el margen de utilidad es mayor permitiendo ofrecer a un mejor precio y entrar en la competencia. Según la encuesta pudimos observar que este tipo de microempresas atienden las necesidades de importantes Hoteles y Hospitales de la ciudad a la par de las más grandes y reconocidas del sector, de hecho para las más grandes, estas temen de las más pequeñas ya que creen que las barreras de entradas a este sector son bajas y que cualquier persona natural puede entrar a la competencia fácilmente sin mucha inversión, y además de no tener un registro Mercantil, y de privarse de los pagos tributarios que le corresponden a las personas Jurídicas, provocando una mayor utilidad en sus rubros y mejorando en precios. El 25% de ellas poseen alianzas estratégicas con empresas que pertenecen al mismo sector y otro 25% con proveedores de papelería con el cual mantienen exclusividad con el fin de mantener pedidos constantes y a buen precio (grafico 24).

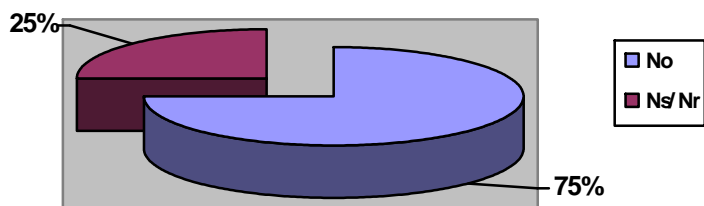
Grafico 24. Posee Alianzas estrategicas con otras empresas? Diga Cuales



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

En cuanto a Grupos Estratégicos (Grafico 25), el 75% dijo que no pertenecen a ningún grupo estratégico y el 25% no conoce el concepto, esto nos da un indicio del nivel de preparación que poseen ciertos administradores del sector, los cuales como toda empresa en crecimiento deben tener los estudios necesarios para contribuir de manera positiva al desarrollo de la organización.

Grafico 25. Se ha conformado con algunas empresas del sector Grupos Estratégicos?

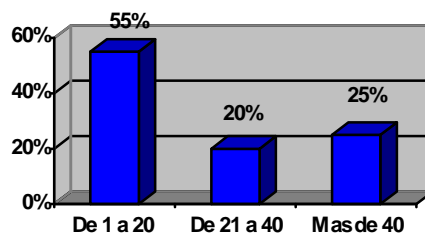


Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

4.2 CONDICIONES DE LOS FACTORES

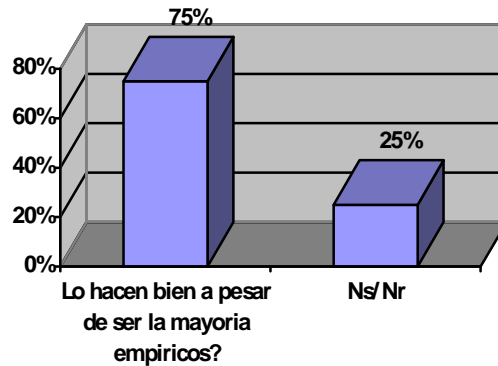
Según gráfico 26, en cuanto a Recurso Humano 55% de los encuestados dicen tener entre 1 a 20 empleados contratados, de 21 a 40 el 20% y más de 40, el 25%, por lo que podemos inferir que más de la mitad son empresas con baja nomina. Para la pregunta ¿Cree Ud. que el personal tiene las capacidades y competencias adecuadas? El 75% respondieron que aunque no tienen los estudios necesarios para desempeñar las tareas ya que en su mayoría son empíricos, han aprendido y cumplido con los requisitos y estándares exigidos por administradores y propietarios y así han permanecido con ellos desde sus inicios. Se puede decir que es un sector relativamente estable en términos de empleo, sobre todo a nivel operativo ya que dueños y propietarios del sector se preocupan por su aprendizaje y todos los años tienen jornadas de capacitación en temas de la actualidad en Artes Graficas con el fin de reforzar conocimientos y especializarlos mas en el campo, así van obteniendo destrezas y habilidades en el manejo operativo. Lo siguiente se representa en el gráfico 27.

Gráfico 26. Cuantos Empleados laboran en su empresa?



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

Grafico 27. Cree Ud. Que el personal tiene las capacidades y competencias adecuadas?

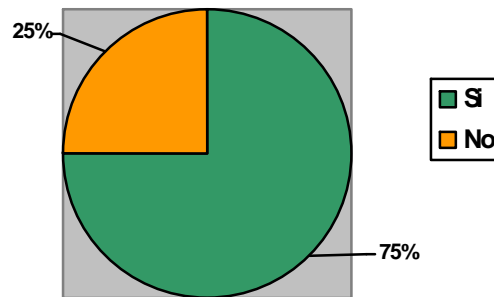


Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

En cuanto a infraestructura 75% de los encuestados asegura estar de acuerdo con que el diseño de las instalaciones y la tecnología son adecuadas para los requerimientos de la empresa, este porcentaje es generalizado con respecto a tipos de empresas ya que si hablamos de las grandes su infraestructura se compone en su mayoría de plantas ubicadas en sectores como el de la Avenida el Bosque, en donde los espacios para establecimientos les permiten desempeñar el trabajo a los operadores de la mejor manera. Las que se dedican a subcontratar no necesitan nada más que unos computadores, menos de 5 empleados encargados de la parte administrativa y pocos activos para desempeñar su actividad. El otro 25% se refleja principalmente en pequeñas microempresas las cuales algunas se ubican en el sector del centro de la ciudad, y algunas en Centros Comerciales, zonas que cuentan con poco espacio y con establecimientos

pequeños lo cual es incomodo y a veces entorpece el desarrollo de las actividades (Grafico 28).

Grafico 28. El diseño de las instalaciones y la tecnología utilizada estan acordes a los requerimientos de la empresa?



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

Las maquinas utilizadas en su gran mayoría, el 95%, son maquinas de segunda con las cuales han continuado desde sus inicios y con las que satisfacen la demanda, las más demandadas del sector son principalmente la marca Heidelberg GTO y la Ryobi con un 50% de preferencia repartidas entre las dos, hay otras también como la Multilith, Kors, Chandler y Bourg BB pero representan una minoría en el sector.

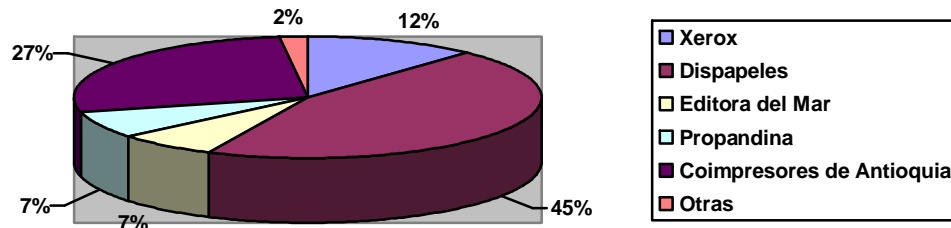
Uno de los motivos expuestos anteriormente por los cuales las microempresas del sector están tomando la alternativa de subcontratar es que la Tecnología que se implementa para desarrollar este tipo de negocios es costosa. Para poner un ejemplo, investigamos el costo de una Heidelberg Printmaster GTO 52 de 4 colores mod 2001 de segunda, solo esta máquina está costando US\$ 125,000, alrededor de \$262,500 millones, cifra representativa para estas empresas que buscan posicionarse en el mercado. Es por esto que ninguna cuenta con presupuesto destinado a I&D ya que las oportunidades para invertir son pocas y esto conlleva a lo que se vislumbra en estos momentos, conformismo y sobrevivencia.

4.3 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO

Los Proveedores de insumos con los cuales el sector se relaciona están comprendidos por los proveedores de papelerías, tintas y proveedores de planchas (negativos utilizados para la impresión digital), por preferencia son: En papelería, La empresa Dispapeles con un 45% de preferencia, le sigue Coimpresores de Antioquia con 27%, Xerox 12% proveedores de papelería igualmente, le sigue Propandina con un 7% al igual que la Editora del Mar más conocida como El Universal, quien es el único proveedor en la ciudad encargado

de desarrollar las planchas de negativos a las empresas que ofrecen el servicio de Impresión Digital (Grafico 29).

Grafico 29. Cuales son los principales proveedores con los cuales maneje relacion?



Fuente: Encuestas. Cálculos de autor.

Cabe resaltar que la única empresa del sector quien prepara sus propias planchas es La Organización Digital Casa Editorial. El otro 2% restante se componen de varios proveedores que aunque no sean preferidos por el sector entran en la clasificación por presentar una minoría; varios de ellos son Tintas S.A, Sicpa, Faste Print, Distintas, Graficandina, Ditar (proveedor de papel en bobinas) y otros más. La relación con estos es totalmente cordial y fiel, en muchas existen acuerdos de pago los cuales son cumplidos por las empresas.

Así mismo existen otros tipos de pequeños proveedores llamados ``marañeros`` quienes le compran por grandes unidades a los proveedores mas grandes con el

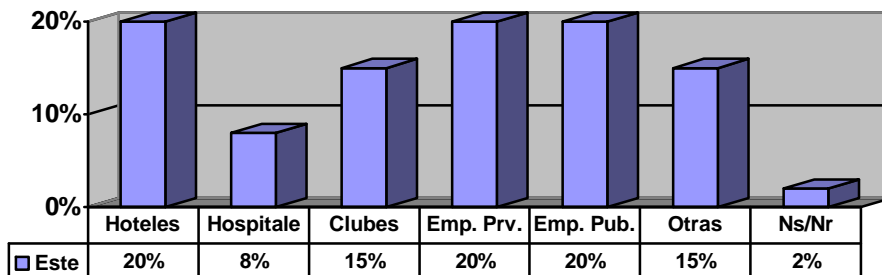
fin de revender estos insumos al minoreo a las microempresas que participan en el sector ya que estas son quienes principalmente solicitan el servicio de este tipo de personas. El objetivo de este tipo de proveedor es abastecer al consumidor de insumos en menor cantidad que los más grandes, con el fin de brindar una solución oportuna en un momento indicado cuando los más grandes no pueden. Un ejemplo de esto es cuando las micros se encuentran con escasos insumos para continuar con una operación que no pueden detener y el pedido que habían hecho hace unos días se ha retrasado, necesitan solucionar el inconveniente antes de que la operación se vea afectada y les toque detenerse, situación que representa tiempo y dinero. Simplemente el empresario se comunica con el ``marañero`` y le hace un pequeño pedido el cual es despachado en el menor tiempo y con el que cree que va a poder abastecerse mientras llega el pedido grande.

Las entidades de apoyo en la región son Acopi principalmente quien ha velado siempre por unir al sector e invitar a las que se encuentran en la informalidad a que se integren y conformen un sector más unido que trabaje para el beneficio de la economía regional. Según Acopi esto ha sido inútil por las barreras de entrada bajas al sector que causa que sigan entrando más empresas en la informalidad y también por el individualismo existente, que impide la formación de Grupos Estratégicos.

4.4 CONDICIONES DE LA DEMANDA

Según grafico 30; entre los consumidores de estos productos se encuentran cualquier persona Natural o Jurídica que solicite el servicio, sin embargo los principales solicitantes de este tipo de servicios son las Personas Jurídicas. Entre los principales se encuentran las empresas privadas, públicas y hoteles con 20% respectivamente, le siguen los clubes y otros como universidades, empresas constructoras y empresas industriales con un 15%, y por último los hospitales con un 8%.

Grafico 30. Cuales son los principales clientes que posean relacion con la empresa?



En cuanto a preferencias en productos ofrecidos por el sector se encuentra una tendencia en los consumidores personas naturales especialmente en la tarjetería

ya sea matrimonial, de grado, o convencional; y en personas jurídicas encontramos todo lo relacionado con contabilidad, volantes, afiches y pendones.

Según lo arrojado por la encuesta el cliente solicita un producto a veces con medidas y detalles específicos, luego de que el cliente pasa la solicitud el departamento de diseño se encarga de evaluar la propuesta dándole la respectiva aprobación, se estudia la relación costo-beneficio y por último se le da respuesta al cliente. En caso de que el producto solicitado por el cliente no cumpla con los estándares de la empresa se ofrece una contrapropuesta.

CONCLUSIONES

El subsector de artes gráficas se caracteriza por su baja propensión exportadora, sensiblemente inferior a la media industrial. Nos encontramos por tanto ante una actividad "local", enfocada principalmente al abastecimiento del mercado interior (exceptuando en algunos casos las grandes empresas editoriales), existiendo una relación directa entre la demanda y la producción (las imprentas raramente suelen fabricar material para tener en existencias, sino que suministran fundamentalmente bajo pedido).

Para los microempresarios del sector, la baja recuperación de cartera es una de las mayores problemáticas que afronta el sector, ya que, esto afecta sensiblemente el capital de trabajo que impide el crecimiento de la empresa, que causa la disminución de presupuesto destinado a mejoras en el sistema productivo y a mayor capacitación del recurso humano.

Por otra parte, el subsector de artes gráficas es una actividad madura, de crecimiento moderado y firme, que disfruta de una menor sensibilidad a los cambios económicos en comparación con otros medios de comunicación. Los

principales factores económicos que influyen sobre la demanda gráfica son: la renta disponible, el crecimiento de la actividad en el mundo de los negocios y del número de empresas que las realizan, y la evolución de la demanda publicitaria, factor este último fundamental en los últimos años.

Actualmente se trata de una industria que se encuentra en un rezago tecnológico producto de los altos costos en que se incurren para adquirir la maquinaria necesaria que permita obtener una capacidad innovativa que haga de la industria una mucho más moderna. Efecto de esto son las barreras de entrada bajas existentes que convierten al sector en una industria atractiva y con la cual con poca inversión inicial, se puede entrar a la competencia fácilmente.

Aunque ha aumentado la contribución del empleo a la región la participación todavía es poca si comparamos con otras industrias, causa de esto es que el sector en su gran mayoría está comprendido por micros y pequeñas empresas las cuales no necesitan una nomina tan amplia y preparada para satisfacer la demanda del mercado. En esta industria optan por empleados con pocos conocimientos técnicos los cuales han aprendido el oficio empíricamente y por medio de capacitaciones esporádicas que los especializa y los estabiliza más laboralmente.

Por medio de este trabajo también pudimos percatarnos del auge que ha venido teniendo la subcontratación en estos últimos años como mecanismo de sobrevivencia en un mercado altamente competitivo, en donde la competencia se basa en la guerra de precios y la falta de estandarización del mismo el cual se ha mantenido bajo ese comportamiento según estudios anteriores.

Sigue manteniéndose la falta de asociatividad lo que a nuestro parecer es una de las principales causas de las debilidades que tiene el sector, lo que impide la formación de grupos estratégicos y como consecuencia de esto aumento de las barreras de entrada con lo que se regula la informalidad.

Por tanto, su actividad está sometida a una continua reestructuración al hilo del desarrollo de las tecnologías de la información, y las telecomunicaciones amenazan el futuro de la producción basada en papel, aunque los cambios implícitos en ese proceso requieren un largo período de maduración. Así, en el medio plazo, la expansión económica y el incremento de la demanda de información en todas sus facetas permitirán un aumento sostenido de la producción del sector.

En ese contexto, la industria de Artes Gráficas se enfrenta más que nunca al desafío que suponen las tendencias que afectan al conjunto del mercado de la comunicación, y consecuentemente tiene que ser capaz de responder al incremento de la competencia, los cambios de los mercados, y el rápido desarrollo de las tecnologías.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados arrojados por este mapeo, presentamos a consideración del sector las siguientes recomendaciones:

- ✓ Como primera instancia recomendamos estrategias que permitan aumentar las barreras de entrada las cuales frenaran a mediano plazo que sigan ingresando empresas al informalismo lo cual es lo que principalmente afecta al sector. Un primer paso para lograrlo es invitando nuevamente al gremio a que se asocien, uniéndose todas las que deseen combatir con la informalidad logran que la industria se fortalezca y trabajen por un bien común el cual será acabar con esta tendencia que se está presentando y que vuelve al sector sensible. Con este primer paso disminuirá la variación en los precios de los artículos ofertados y se abrirán muchas alternativas de crecimiento para el sector.

- ✓ El capital de trabajo con el que disponen (el cual es escaso en el sector en su mayoría) es el necesario para sobrevivir en un mercado tan competitivo.

Hoy en día gracias al impulso del gobierno de dar apoyo a microempresas para incentivar el crecimiento económico, es posible acceder a mecanismos de microcréditos con cómodas modalidades de pago que permitan destinar dichos recursos como capital de trabajo para el fortalecimiento de la empresa. Se recomienda invertir principalmente en I&D y en la continua capacitación del Recurso Humano.

- ✓ Es fundamental para el crecimiento de un sector su actividad exportadora. Y aunque en el sector de las Artes Graficas en los últimos años ha aumentado, todavía refleja una participación mínima a la contribución del país. Esta contribución es principalmente por la participación de ciudades como Cali, Bogotá, y Medellín las cuales en el exterior son reconocidas por la calidad de sus trabajos. Creemos que esto no se da en la ciudad de Cartagena por la poca visión estratégica que poseen los administradores y propietarios del sector. Invitamos a todos ellos a que, mediante los distintos entes competentes se vinculen, se preparen e incentiven a otras empresas de la región a que desarrollen estrategias que permitan empezar a abarcar mercados internacionales. Es algo de lo cual requiere inversión pero es una realidad necesaria para el desarrollo de la industria en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- ➔ REPÚBLICA DE COLOMBIA, Ministerio de Cultura, Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales, CRECE. Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas

- ➔ CONVENIO DE PULPA, PAPEL, INDUSTRIA GRAFICA, EDITORIALES Y CONEXAS. Ministerio de Comercio, industria y turismo. Febrero de 2.001

- ➔ ESTUDIO DE CASO: ANÁLISIS IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA Documento DIFP-SPSD – 50. Departamento Nacional de Planeación. Bogota Febrero de 2.005

- ➔ MALAVER, Florentino y Perdomo, Jesús. Metodología de Referenciación Competitiva en Cluster estratégicos regionales aplicación cluster de artes gráficas - Cali. Centro de Investigaciones para el Desarrollo. Universidad Nacional de Colombia. Bogota Noviembre de 2.002

- MALAVER, Florentino. Las transformaciones empresariales en la industria de artes gráficas: los retos analíticos de las historias por contar. Innovar N° 19. Universidad Nacional de Colombia. Bogota Noviembre de 2.002

- HILL, Charles. Jones, Gareth. Administración Estratégica, un enfoque integrado. Tercera edición

- FRED, David. Conceptos de Administración Estratégica. Quinta edición. México, Prentice Hall, 1.997

- MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Bogotá, McGraw Hill, 1.995

- PORTER, Michael. Ser competitivo. Editorial Deusto. España

- ➔ SANTUE, Eric. “El Diseño Grafico desde sus orígenes desde sus orígenes hasta nuestros días”. www.google.com

- ➔ LUPTON, Ellen y ABBOTT M, J. “El ABC de la Bauhaus y la Teoría de Diseño”. www.google.com

- ➔ SALVAT Enciclopedia. Tomos 8 y 12 Salvat Editores. Barcelona. 1978

- ➔ ICER. Informe de Coyuntura Económica Regional 2006

- ➔ ANDIGRAF, Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Grafica. Comportamiento de la Industria Grafica 2005 – 2006

- ➔ ANDIGRAF, Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Grafica. Situación general de la Industria Grafica en Colombia. Departamento de investigaciones económicas, ANDIGRAF 2005

- DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Encuesta continua de hogares. Diciembre 2005

- DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Informe Marzo 2006

- OBSERVATORIO DEL CARIBE COLOMBIANO. Boletín N° 19 de Indicadores Económicos de Cartagena. Primer Semestre de 2.005

- BANCO DE LA REPÚBLICA, Cuadernos de coyuntura económica Nro. 20

- INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA REGIONAL, Departamento de BOLÍVAR, Segundo semestre de 2005

- PROMICRC, OIT. “La microempresa en América Latina”. Proyecto centroamericano de apoyo a programas de microempresas. 1999

→ OBSERVATORIO DEL CARIBE, Cámara de Comercio de Cartagena. 2007

→ DANE, Cámara de Comercio de Cartagena. Junio 2006

→ www.banrep.gov.co

→ www.dian.gov.co/siex

→ www.dnp.gov.co

→ www.dane.gov.co

→ www.andigraf.com.co

→ www.artesgraficas.com