

INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN ANTIOQUIA ENTRE 2010 Y 2014

**INTERNATIONALIZATION PROCESS OF THE CONSTRUCTION SECTOR
IN ANTIOQUIA BETWEEN 2010 AND 2014**

**INTERNACIONALIZAÇÃO DO SECTOR DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
EM ANTIOQUIA ENTRE 2010 E 2014**

DOI: rces.v23n34.a9

Recibido: 15/01/2015

Aceptado: 05/05/2015

Ana María Parente-Laverde

Magíster en Mercadeo Internacional, 2013 - Docente de la Escuela de Ciencias
Estratégicas - Universidad Pontificia Bolivariana – Colombia - Grupo de
Investigación en Estudios Empresariales -
Correo electrónico: ana.parente@upb.edu.co.

Érica Yaneth Guisao Giraldo

Magíster en Ingeniería Administrativa, 2015. Docente de la Facultad de Ciencias
Económicas y Administrativas. Universidad de Medellín. Colombia. Grupo de
Investigación en Negocios y Relaciones Internacionales.
Correo electrónico: eyguisao@udem.edu.co.

Rafael Jaime Carmona López

Doctor en Ciencias de la Administración, 2014 - Docente de la Escuela de
Economía Administración y Negocios - Universidad Pontificia Bolivariana.
Colombia. Grupo de Investigación en Estudios Empresariales.
Correo electrónico: Rafael.carmona@upb.edu.co.

INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN ANTIOQUIA ENTRE 2010 Y 2014

Palabras Clave

Internacionalización, construcción,
Antioquia, exportaciones.

Resumen

La industria de la construcción es uno de las proclamadas locomotoras de la economía colombiana. La presente investigación busca estudiar el proceso de internacionalización de las compañías del sector de materiales de construcción en el departamento de Antioquia, en términos de métodos de entrada, tipos de producto, país de destino, aprovechamiento de acuerdos comerciales y tamaño de la compañía. Para cumplir con este objetivo se desarrolló un estudio descriptivo, usando fuentes primarias y secundarias; los resultados muestran que las principales empresas antioqueñas de materiales de construcción han tenido procesos de internacionalización tímidos, fuertemente dependientes de las exportaciones a mercados naturales y tradicionales, como el de Venezuela, Ecuador y Perú. No obstante, se destacan varios casos de empresas con una larga trayectoria nacional e internacional, que han optado por usar modos de entrada a mercados foráneos, más riesgosos, como las adquisiciones o las alianzas estratégicas.

Clasificación JEL: F15, F20, F23

INTERNATIONALIZATION PROCESS OF THE CONSTRUCTION SECTOR IN ANTIOQUIA BETWEEN 2010 AND 2014

Key Words

internationalization, construction,
Antioquia, exports

Abstract

The construction industry was proclaimed by the Colombian government as one of the driving forces of the national economy. This research studies the internationalization process of Antioquia's building materials sector in terms of entry modes used, type of products, country of destination, and use of trade agreements. In order to achieve this objective, a descriptive study was developed, using primary and secondary sources of information. The results show that the main building material companies in Antioquia have had unassertive internationalization processes, strongly dependent on exports to natural and traditional markets such as Venezuela, Ecuador, and Peru. However, the article highlights cases of companies with extensive national and international experience which have implemented riskier entry modes such as acquisitions or strategic alliances.

INTERNACIONALIZAÇÃO DO SECTOR DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO EM ANTIOQUIA ENTRE 2010 E 2014

Palavras-chave

Internacionalização, construção,
Antioquia, exportações

Resumo

A indústria da construção é um das proclamadas locomotoras da economia colombiana. A presente investigação busca estudar o processo de internacionalização das companhias do setor de materiais de construção no departamento de Antioquia, em termos de métodos de entrada, tipos de produto, país de destino, aproveitamento de acordos comerciais e tamanho da companhia. Para cumprir este objetivo se desenvolveu um estudo descritivo, usando fontes primárias e secundárias; os resultados mostram que as principais empresas *antioqueñas* de materiais de construção tiveram processos de internacionalização tímidos, fortemente dependente das exportações a mercados naturais e tradicionais como Venezuela, Equador e Peru. Porém, se destacam vários casos de empresas com uma larga trajetória nacional e internacional que optaram por usar modos de entrada a mercados forâneos, com mais riscos como as aquisições ou as alianças estratégicas.

Introducción

La globalización y la liberalización económica han tenido un importante efecto en los mercados, las empresas locales y globales desarrollan sus actividades en mercados cada vez más competitivos y saturados; de este modo los obligan a mejorar sus productos, y procesos, y a buscar nuevos espacios para comercializar su portafolio de productos y servicios (Aulakh, Kotabe, y Teegen, 2000). La industria de la construcción en Colombia no es ajena a esta realidad, con competidores internacionales entrando al mercado y un sector de la edificación saturado, las compañías colombianas han visto la necesidad de buscar nuevos mercados para garantizar un crecimiento del negocio.

Las organizaciones pueden seguir diferentes métodos de entrada o expansión internacional, tales como las exportaciones, los acuerdos contractuales, las alianzas estratégicas y subsidiarias de operación propia. Las exportaciones, son consideradas como la elección inicial más recomendada para compañías que inician procesos de internacionalización, gracias a su bajo riesgo, a la baja necesidad de recursos financieros que implica y al conocimiento del mercado (Morgan y Katsikeas, 1997). Les siguen, en cuanto al riesgo, los acuerdos contractuales, como las licencias y las franquicias, en las que se ceden los derechos de propiedad intelectual a la otra parte para la explotación de estos en otros mercados (PerisOrtiz, Rueda y Osorio, 2013); y las alianzas estratégicas entre varias empresas para compartir los conocimientos, las experiencias y los riesgos que aparecen con la entrada de un nuevo mercado. Finalmente, el método de expansión internacional más riesgoso son las subsidiarias propias, pues si una compañía establece una subsidiaria en otro país, con el 100% de la propiedad sobre esa nueva organización, este tipo de expansión requiere gran conocimiento del negocio, y del nuevo mercado, y acceso a recursos financieros, pero la compañía se beneficia del acceso directo al mercado y al total de las utilidades o pérdidas generadas (Erramilli y Rao, 1993).

Construcción en Colombia

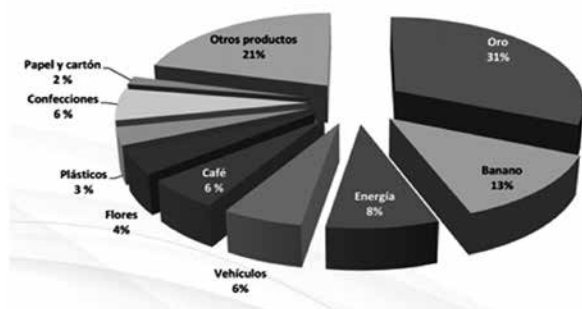
El sector de la construcción en Colombia ha sido tradicionalmente un gran generador de empleo y locomotor de la economía nacional. Este sector representó en el 2013 el 6% del PIB y generó el 6,4% total del empleo nacional; de igual manera, tuvo una de las tasas de crecimiento más altas en el sector industrial, con un 9,8% (Camacol, 2013). El sector colombiano de la construcción, está compuesto por las organizaciones relacionadas con, los servicios de arquitectura e ingeniería, y la producción de materiales para la construcción. Este sector incluye los sub-sectores de edificación y obra civil; ambos subsectores, se han caracterizado a lo largo de su historia por la volatilidad en su desempeño, y esto se debe a que el sector depende altamente de factores externos, como las políticas de inversión en infraestructura y vivienda, las tasas de interés y los ciclos de recesión y expansión económica (Pinto, 2010).

El sector de los materiales de construcción es estimulado por la industria de la construcción, especialmente por el subsector de la edificación; Gracias a las buenas proyecciones para el sector de la edificación en los próximos años, se espera que la demanda de materiales de construcción se incremente en Colombia. Pero este sector también tiene una gran oportunidad internacionalmente: José María Escobar, gerente de Gerfor, afirma que las empresas Colombianas de materiales de construcción se caracterizan por sus altos niveles de calidad, que cumplen con los estándares y la normatividad internacional de construcción. Así mismo, identifica que la principal barrera de estas compañías al internacionalizarse es el precio de los fletes, y es por eso que el modo de entrada más común es el establecimiento de operaciones en otros países, para atender la demanda internacional. Lamentablemente este tipo de procesos requiere amplios recursos financieros, por lo que la internacionalización se dificulta y se limita solo a las grandes y medianas empresas (El Mundo, 2013). Esto se ejemplifica cuando se hace un recuento de las principales compañías del sector que se han internacionalizado, como - Cementos Argos, Colcerámica y Compañía Pintuco (Grupo Orbis).

En Antioquia, el sector de la construcción cuenta con una gran tradición en la participación de la economía local. En el 2007 aportó el 6,3% del PIB de la región y generó el 6,2% del empleo local, constituyéndose, después de Bogotá, en el segundo mercado de construcción en Colombia. En la región existían en el 2007, 9.270 empresas relacionadas con las actividades de construcción, de las cuales el 80,2% son microempresas, 14,5% pequeñas empresas, 4,2% medianas y 1,1 grandes empresas (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2009).

Aunque el sector de la construcción jalona la economía local, tiene poca participación en las exportaciones de la región. Según un informe de la Cámara de Comercio, entre enero y abril del 2014, este sector no encajaba entre las principales Diez tipologías de productos exportados (ver el gráfico #1). Productos tradicionales como el oro, el banano, el café y las flores siguen siendo los más exportados.

Gráfico 1. Exportaciones en Antioquia por producto (enero y abril del 2014)



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2014

Esta investigación tiene como principal objetivo, estudiar el proceso de internacionalización de las compañías del sector de la construcción en términos de métodos de entrada, tipos de producto, país de destino, aprovechamiento de los acuerdos comerciales y tamaño de la compañía.

Metodología

La presente investigación es un estudio descriptivo que busca caracterizar los procesos de internacionalización de las principales empresas del sector de la construcción en Antioquia. En esta exploración no experimental se analizan las categorías de tipo de producto, país destino, método de entrada, aprovechamiento de los acuerdos comerciales y tamaño de la empresa, así como su efecto en la internacionalización de cada compañía.

La muestra seleccionada para el estudio corresponde a las treinta compañías productoras de materiales de construcción más grandes en el 2014, en términos de ventas en Antioquia. Para obtener esta información se acudió a los informes que publica cada año Supersociedades. Se descartaron las empresas con información incompleta en relación con las categorías propuestas, y las compañías de origen no colombiano o solo dedicadas a la comercialización de materiales de construcción y no a la producción. La muestra final obtenida fue de 26 empresas, pues cuatro de ellas no reportaban información correspondiente a actividades internacionales.

Para cumplir con este objetivo se recolectó, a través de una revisión de material bibliográfico, información secundaria cualitativa y cuantitativa proveniente de informes sectoriales, gubernamentales, empresariales, y de la base de datos BACEX. Adicionalmente, se consultaron páginas web y catálogos de las empresas objeto de estudio. Esta información se complementó con fuentes primarias, provenientes de entrevistas a expertos del sector de la construcción en Colombia. Se usaron técnicas de estadística descriptiva para analizar los datos cuantitativos y técnicas de análisis de contenido para los datos cualitativos.

El periodo elegido para la obtención de la información de este estudio, se delimita según la disponibilidad de la información entregada por la base de datos BACEX, pues esta solo entregaba información del periodo comprendido

entre el 2010 y el 2014. Es importante aclarar que, aunque la información de sobre exportaciones está limitada por el periodo de tiempo ya mencionado, la información sobre otros métodos de entrada usados por las compañías de la muestra, corresponde a su historia a lo largo del tiempo.

Resultados

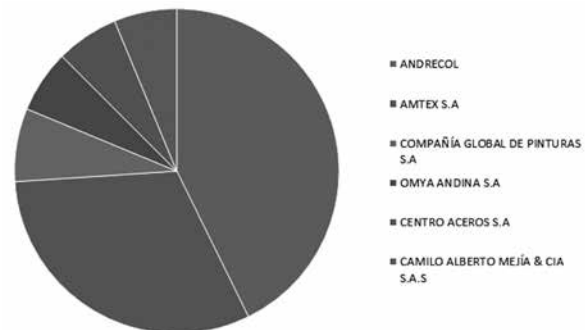
Al consultar y procesar los datos de las 26 más grandes empresas de materiales de construcción, en términos de ventas en Antioquia, en fuentes primarias y secundarias se pudo encontrar la siguiente información:

Modos de entrada y tamaño de la empresa

La internacionalización del sector de materiales de construcción en Antioquia es liderada por el grupo económico Orbis, conocido anteriormente como Inversiones Mundial S. A; específicamente por sus compañías ANDERCOL y Compañía Global de Pinturas, las cuales entre el 2010 y el 2014 contribuyeron con el 41% del total de las exportaciones de la muestra (ver el gráfico 2). Adicionalmente estas compañías han usado otros métodos de entrada a los mercados, en su mayoría americanos, como la adquisición y el establecimiento de plantas propias en México, Chile, Ecuador, Brasil, Costa Rica, Panamá, entre otros países. Países. Acerca de estas dos empresas del grupo Orbis, se puede destacar que ambas tienen una larga trayectoria en el mercado local. La Compañía Global de Pinturas tiene más de setenta años de experiencia en el mercado colombiano y ANDERCOL más de 45 años. Ambas compañías iniciaron su proceso de internacionalización en los años noventa, con exportaciones, y luego, con el crecimiento de su experiencia en el mercado internacional, usaron otros métodos ya descritos (Ramírez y Rodríguez, 2004).

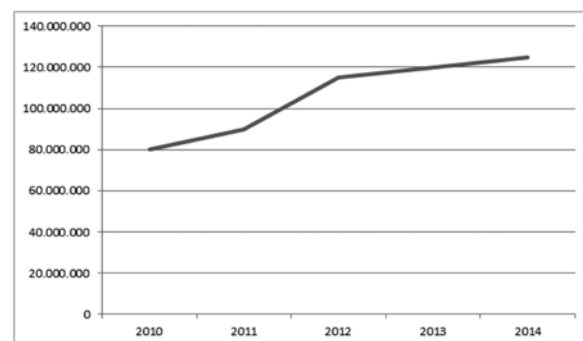
Continuando con las cifras de las exportaciones de la muestra, en este periodo se exportaron aproximadamente USD 534 millones, con una leve tendencia al crecimiento. Las compañías exportaron en el 2010 USD 81 millones y en el pasado año lograron una cifra de 123 millones (ver el gráfico 3). Esto se debe principalmente a la entrada a la promoción de nuevos productos y la entrada a nuevos mercados, como los de Bahamas, Emiratos Árabes, Kenia y Pakistán. El crecimiento de las exportaciones de la región en los últimos años no ha presentado altas tasas de incremento, debido a los problemas económicos que enfrentaron sus principales socios económicos, como Venezuela, Estados Unidos y Brasil (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2014).

Gráfico 2. Distribución de exportaciones 2010-2014 por valor FOB y compañía (top 6)



Fuente: Adaptado de Bacex, 2015

Gráfico 3. Valor FOB de exportaciones entre el 2010 y el 2014



Fuente: Adaptado de Bacex, 2015

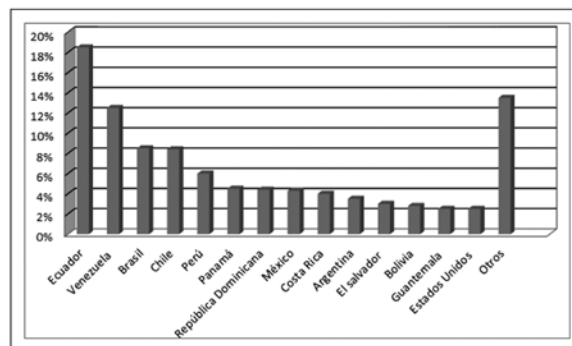
Para probar si el tamaño de las ventas de la empresa podría ser un valor determinante del volumen de las exportaciones, se analizaron los datos de exportaciones y ventas por año, usando la correlación de Pearson. Los resultados probaron que el valor de las ventas nacionales no era un determinante de un similar nivel de ventas internacionales, pues la correlación es débil y positiva, con apenas un resultado de 0,19.

Mercados de destino y uso de acuerdos

En cuanto al destino de los procesos de internacionalización de la muestra, se identifica que los principales mercados en términos de exportaciones son el de Ecuador, Venezuela, Brasil, Chile, Perú y Panamá. Estos mercados cumplen con diferentes características. En primer lugar, son geográficamente cercanos a Colombia, lo que los convierte en un mercado natural de exportaciones, dados los altos costos logísticos que implica transportar este tipo de productos, en segundo lugar, todos estos mercados, tienen acuerdos parciales, tratados de libre comercio, o uniones aduaneras con Colombia, lo que beneficia la entrada de productos colombianos con un arancel preferencial o reducido. Según las cifras consultadas, en la muestra más del 90% de las exportaciones se hace a mercados con los que Colombia tiene algún tipo de acuerdo económico; se destaca también que se están haciendo tímidas exportaciones a países asiáticos, como Indonesia, y Filipinas, con los cuales no se tiene previsto ningún tipo de acuerdo (ver el gráfico 4).

En cuanto al tipo de productos que participan en el proceso de internacionalización del sector de materiales de construcción antioqueño, se destacan las resinas, las puntillas, los clavos y demás tornillerías, los vinilos, los elevadores y los productos químicos para la construcción. La mayoría de estos productos presenta limitaciones logísticas por tratarse de mercancías pesadas, voluminosas o corrosivas; esto podría explicar por qué las principales empresas antioqueñas han optado por otros métodos de entrada, que reduzcan las dificultades logísticas, a mercados con alto potencial.

Gráfico 4. Destino de las exportaciones 2010-2014



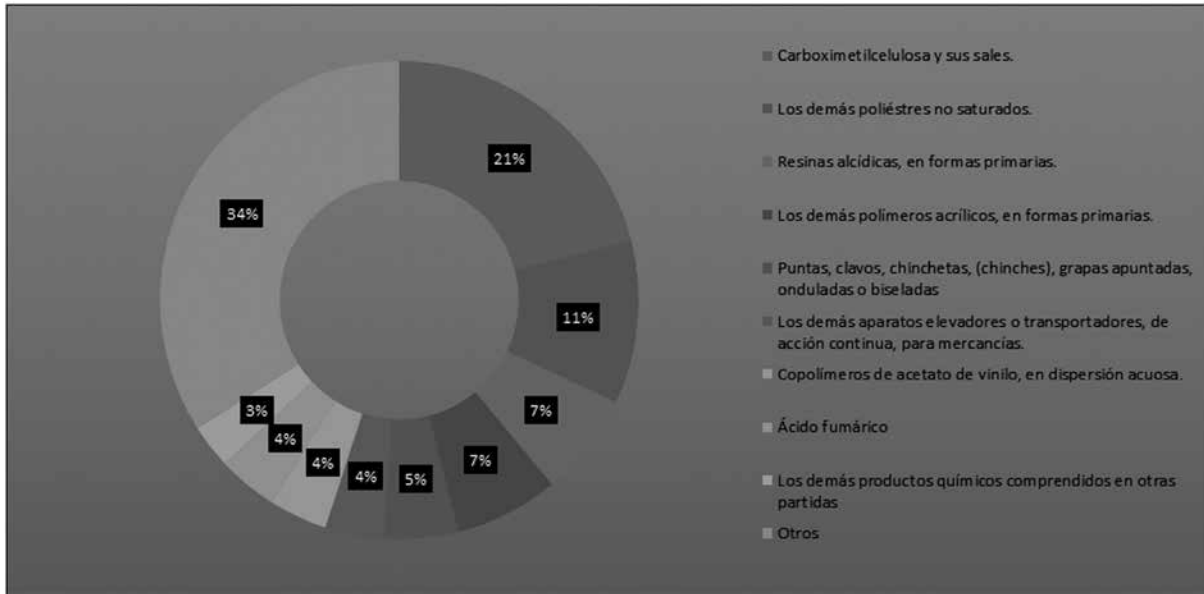
Fuente: Adaptado de Bacex, 2015

Conclusiones

Los procesos de internacionalización de las compañías de materiales de construcción antioqueñas han sido tímidos en los últimos años, caracterizados principalmente por el uso de las exportaciones que ha hecho la mayoría de las empresas; algunas de las más grandes compañías han combinado métodos de entrada, como las exportaciones, con otros, como las subsidiarias propias. Los mercados de destino de las exportaciones y la inversión, se caracterizan por ser mercados tradicionales de las compañías colombianas, con los cuales se tiene algún tipo de acuerdo de integración económica, aunque se pudieron ver tímidas exportaciones a algunos mercados asiáticos y africanos.

En conclusión, el sector de la construcción y de materiales de construcción, es una importante industria de la economía antioqueña, pero poco ha aportado a la internacionalización de las empresas locales. Los procesos de internacionalización se han concentrado en pocas compañías y con montos no considerables, comparados con los de otros sectores de la economía local. Se sugiere para futuros estudios identificar qué elementos están frenando la internacionalización del sector y cómo trabajar para aminorarlos.

Gráfica 5. Distribución de exportaciones del sector de la construcción por producto



Fuente: Adaptado de Bacex, 2015

Referencias

- Aulakh, P. S., Kotabe, M., y Teegen, H. (2000). Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. *Academy of Management Journal*, 43(3), 342-361. Doi:10.2307/1556399.
- BBVA. (2013). *Situación Inmobiliaria*. Bogotá: BBVA.
- Bernal, C. (2014). *Entrevista clúster de construcción*. Medellín.
- CAMACOL. (2007). *Competitividad de la actividad constructora de edificaciones: diagnóstico y recomendaciones de política*. Bogotá: CAMACOL.
- CAMACOL. (2010). *Panorama de la construcción en Colombia*. Presentación ante el LXIII de Consejo Directivo FIIC. Bogotá.
- CAMACOL. (2013). *Misión*. CAMACOL. Recuperado de <http://camacol.co/camacol/misi%C3%B3n-0>.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2009). *Dinámica de los clústers regionales. Innovación, pertinencia y competitividad*. Medellín: cámara de Comercio.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2012). Proyecto de profundización de la estrategia competitiva del clúster construcción. *Charlas Cámara*. Medellín: Cámara de Comercio.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2014). *Desempeño de la economía antioqueña en el primer semestre del 2014*. Medellín: Cámara de Comercio.
- Chirivi, E, y Pulido, L. D, (2009). *Lecciones del Congreso Colombiano de la Construcción 2009: Competitividad para construir el futuro*. Bogotá: Editorial Norma.
- El Mundo*. (2013, 11 de marzo). Materiales de construcción con altas expectativas por TLC. *El Mundo*. Recuperado de http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/materiales_de_construccion_con_altas_expectativas_por_tlc.php#.V9gSRvnhDcc.
- Eramilli, M. K., y Rao, C. P. (1993). Service firms' international entry- mode choice: A modified transaction-cost analysis approach. *Journal of Marketing*, 57(3), 19. Doi:10.2307/1251852.
- Hincapié, A., (2014). Entrevista a Ángela Hincapié. Ciudad.

- Morgan, R. E., y Katsikeas, C. S. (1997). Export stimuli: Export intention compared with export activity. *International Business Review*, 6(5), 477-499. Doi:10.1016/S0969-5931(97)00017-6.
- Pinto, M. (2010). *Panorama de la construcción en Colombia*. XIII DE Consejo Directivo FIIC, San José de Costa Rica. Recuperado de http://www.fiic.la/fiic_cr/CAMACOL_Panora_constucc_FIIC%20MPDH%20nov_2010.pdf.
- Ramírez, C. E., y Rodríguez, J. (2004). Pintuco se internacionaliza en el mercado andino. *Estudios Gerenciales*, (93), 115-140.
- Tobón, J.-I., y Restrepo, O.-J. (2014). Entrevista sector de construcción. En Medellín Ultrabursátiles. (2012). *Sector de la construcción*. Bogotá: Ultrabursátiles.