

Capítulo 2

Las relaciones comerciales entre Colombia y Corea del Sur a partir de la firma del tratado de libre comercio*

DOI: <https://doi.org/10.25062/9786287602724.02>

Desiderio López Niño

Escuela Superior de "Guerra General Rafael Reyes Prieto"

Resumen: Este capítulo presenta el resultado de una investigación sobre el desarrollo de las relaciones comerciales entre Colombia y Corea del Sur en el marco del tratado de libre comercio (TLC) suscrito entre las dos naciones. Su objetivo es explorar un salto institucional colombiano que promueva políticas públicas conducentes a la industrialización, mediante redes productivas internacionales, considerando la relación entre los valores culturales y la toma de decisiones en el proceso de la internacionalización de las organizaciones, buscando una mayor competitividad como factor de cooperación entre los dos países, en procura de fortalecer su presencia en el sistema internacional. Este nuevo sentido es necesario, por cuanto se halló que los componentes del volumen de comercio entre los dos países objeto de estudio muestran una situación estática frente a los tipos de bienes y servicios que se comercializan. Igualmente, los mercados que se mueven por inercia han sido esquivos a generar entramados de procesos dinámicos.

Palabras clave: Colombia; Corea del Sur; tratado de libre comercio; industrialización; cultura nacional.

* Capítulo de libro resultado del proyecto de investigación *Relaciones entre Colombia y Corea del Sur: un análisis al impacto de la política exterior nacional en el desarrollo económico y proyección geopolítica del país*, del grupo de investigación Masa Crítica, de la Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto", categorizado en A1 por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (MinCiencias) y registrado con el código COL0123247. Los puntos de vista y los resultados de este capítulo pertenecen a los autores y no necesariamente reflejan los de las instituciones participantes.

Desiderio López Niño

Doctor en Administración, Universidad de Celaya, México. Magíster Gestión Pública, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México. Economista, Universidad de América, Colombia. Docente del Doctorado de Estudios Estratégicos, Seguridad y Defensa, Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto", Colombia. Contacto: desiderio.lopez@esdeg.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-3797-0249>.

Citación APA: López Niño, D. (2024). Las relaciones comerciales entre Colombia y Corea del Sur a partir de la firma del tratado de libre comercio. En J. E. Moreno Peláez & A. M. González González (Eds.), *Relaciones entre Colombia y Corea del Sur: un análisis de la política exterior colombiana como estrategia geopolítica en el Asia-Pacífico* (pp. 37-59). Sello Editorial ESDEG. <https://doi.org/10.25062/9786287602724.02>

RELACIONES ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR: UN ANÁLISIS DE LA POLÍTICA EXTERIOR COLOMBIANA COMO ESTRATEGIA GEOPOLÍTICA EN EL ASIA-PACÍFICO

ISBN impreso: 978-628-7602-71-7
ISBN digital: 978-628-7602-72-4
DOI: <https://doi.org/10.25062/9786287602724>

Colección Estrategia, Geopolítica y Cultura

Sello Editorial ESDEG
Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes prieto"
Bogotá D.C., Colombia
2024



Introducción

En desarrollo de la línea de investigación “Lecciones aprendidas de la Guerra de Corea”, de la Escuela Superior de Guerra “General Rafael Reyes Prieto” (ESDEG), y en coherencia con el “Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad”, que busca el aprovechamiento de mercados internacionales y la atracción de inversiones productivas, mediante la estrategia de identificar productos, servicios y empresas con alto potencial exportador y el logro de la mayor eficiencia productiva en las empresas colombianas, contempladas en el Plan de Desarrollo 2018-2022, “Pacto por la legalidad” (Planeación, 2021), este capítulo presenta el resultado de una investigación sobre el desarrollo de las relaciones comerciales entre Colombia y Corea del Sur en el marco del TLC suscrito entre las dos naciones.

Los datos que representan los montos de comercio son la base para analizar las diferentes interacciones que han contribuido a fortalecer las relaciones entre los dos países, observar el posible comportamiento de los actores económicos y explorar estrategias para alcanzar mayor presencia en los mercados globales, tomando como referente el auge del sector productivo y comercial de Corea en los últimos 60 años, que ubica al país asiático entre los diez que más exportan en el mundo (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021), como se expresó en el capítulo “Gobernanza, innovación y competitividad. Análisis de la experiencia de Corea del Sur”, de este libro.

La investigación sobre la dinámica comercial entre Colombia y Corea del Sur tiene como premisa que el mundo de hoy lleva a que las condiciones internas de un país guarden alguna coherencia con el contexto internacional, y especialmente con los países de Asia-Pacífico, organizados en varias instancias como el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC) y la Asociación de Naciones del

Sudeste Asiático (en inglés, ASEAN, por las iniciales de *Association of Southeast Asian Nations*), organizaciones que representan más de la mitad de la población y de la economía mundiales. Si las instituciones nacionales de cualquier país no están al corriente de lo que sucede en el mundo, corren el riesgo de quedar rezagadas, y ello afectaría sus más diversos aspectos económicos, jurídicos, sociales y políticos; por ello, los TLC, como medios articuladores entre Estados, requieren ser suscritos entre países con potencialidades diversas, teniendo como elementos subyacentes la cooperación y la complementariedad, postulados que impulsaron el acuerdo entre Colombia y Corea del Sur, que suscribieron uno el 21 de febrero del 2013, pero el cual tardó más de tres años para entrar en vigor, el 15 de julio del 2016. De todas maneras, se lo gestó considerando los lazos de amistad entre los dos pueblos y en aras de incrementar los estándares en los niveles de vida y promover el crecimiento y la estabilidad económica.

Según datos de KOTRA, durante 2016, año en que entró en vigencia el TLC, las exportaciones de Corea a Colombia fueron por 853 millones de dólares, y en 2020 presentaron una cifra de 487 millones de dólares. Además, las exportaciones de Colombia a Corea en 2016 representaron 433 millones de dólares, y en 2020 llegaron a 584 millones; cifras atípicas, por las alteraciones económicas que generó la pandemia derivada del coronavirus. Se observa cómo en 2016 se presentó una balanza comercial negativa para Colombia, y que en 2020 la balanza comercial fue positiva. Esos datos sobre montos y volúmenes de comercio entre los países que tienen suscritos TLC han generado discusiones desde diferentes ópticas y, a la vez, han provocado que las instituciones de educación superior investiguen sobre la pertinencia y la conveniencia de dichos acuerdos (García, 2018). Tal proceso ha generado diversas miradas y múltiples trabajos académicos en Colombia, lo cuales dan cuenta del interés en el análisis de los acuerdos comerciales como medio para alcanzar mejores niveles de desarrollo.

La evidencia empírica muestra que los TLC, desde una perspectiva económica de aumentar la riqueza mediante incrementos en los montos y volúmenes de comercio, no son suficientes, por cuanto su propósito va mucho más allá: se busca con ellos mejorar los niveles de desarrollo (García, 2018). Es necesario distinguir los medios de los fines, de tal manera que el TLC entre Colombia y Corea haga realidad los motivantes expresados en el preámbulo del acuerdo, sobre mejorar los niveles de vida y promover el crecimiento económico (Mincit, 2018), el bache entre los postulados del TLC y las acciones realizadas para lograrlos plantea el interrogante: *¿En qué medida las cifras del desarrollo del TLC*

entre Colombia y Corea del Sur pueden motivar un salto institucional colombiano, como lo hizo Corea, que promueva redes productivas internacionales a partir de la relación entre los valores culturales y la toma de decisiones en el proceso de la internacionalización de las organizaciones que permitan una mayor participación en el mercado global?

Para responder esa pregunta es necesario, como primera medida, analizar los datos de las exportaciones y las importaciones entre los dos países a lo largo del periodo 2015-2020. Como segundo paso, explorar políticas públicas que generen un sentido hacia la industrialización colombiana, de modo que dicha exploración permita "Promover la competitividad de sus firmas en los mercados globales" (Mincit, 2018) , donde la producción se desarrolle mediante economías de escala y se pueda diversificar su estructura productiva; en este tema, Colombia puede aprender mucho de la experiencia de Corea, como se ve más detalladamente en el capítulo "Gobernanza, innovación y competitividad. Análisis de la experiencia de Corea del Sur", de este libro. En tercera instancia, considerar que esa industrialización requiere fomentar las interacciones entre los actores públicos y los actores privados. El objetivo de este capítulo es explorar un salto institucional colombiano que promueva redes productivas internacionales a partir de la relación entre los valores culturales y la toma de decisiones en el proceso de la internacionalización de las organizaciones colombianas que permitan una mayor participación en el mercado global, otro elemento que Colombia le puede aprender a Corea.

Marco teórico

Los procesos que conllevan los TLC presentan varios niveles, según los elementos que lo conforman: desde la eliminación gradual o inmediata de los derechos arancelarios hasta la transferencia de competencias estatales a favor de instituciones supranacionales. Si bien el acuerdo firmado entre Colombia y Corea enfatiza en la creación de un mercado más amplio y seguro, el preámbulo del acuerdo hace referencia a promover la competitividad de sus organizaciones y sobre la importancia de crear oportunidades para el desarrollo económico. En esta línea, el estudio se desarrolló desde una mirada institucionalista teniendo como marco el clausulado del TLC suscrito entre Colombia y Corea, y la relación armoniosa en que actúan los empresarios y los funcionarios, siguiendo a Correa y Manchón (2016), sobre

[...] los estados y actores privados actúan con lógicas distintas, aunque vinculadas. Los primeros [...] tienen como finalidad la participación libre de todos y cada uno de sus ciudadanos bajo el principio del interés público; los segundos, en cambio, actúan bajo el principio del interés privado, al que deben defender en un mercado estructurado políticamente con base en el derecho a la propiedad privada. (p. 9)

El anterior es un postulado que se desarrolla en este capítulo, complementado con las propuestas de Pérez (2009) para la región sobre el desarrollo empresarial e industrial en un entorno de competitividad comercial promovida desde la institucionalidad, con miras a un mayor aporte al desarrollo humano.

Estos pilares que dinamizan el desarrollo mediante el comercio han sido abordados por tratadistas como Moe-Lobeda y Spencer (2009), quienes argumentan que los acuerdos comerciales conducen a "la prosperidad económica, a la democracia política y a la libertad personal, incluso generan recursos para cerrarle el paso a la pobreza y proteger la democracia" (p. 686).

La dinámica que generan los TLC permite pensar que los tratados mitigan la disputa entre Estado y mercado, y así permiten construir escenarios de consensos entre actores públicos y privados, en aras de que sus países adquieran un mayor peso dentro del sistema internacional, considerando que la internacionalización ahora es más accesible y menos arriesgada, y que, por ende, más empresarios se están enfocando en ella (Tan et al., 2018). La orientación internacional de una empresa es cada vez más común entre los empresarios.

La literatura sobre los TLC llama la atención acerca de las políticas de desarrollo que deben implementar los países, en concordancia con el nivel de internacionalización que están viviendo. Por ejemplo, Jesuit y Sych (2012) aducen que "las fronteras no pueden seguir siendo un obstáculo para el desarrollo equilibrado, sino que, por el contrario, es importante que se adopten medidas que favorezcan el libre comercio de tal forma que se fortalezca no sólo las relaciones comerciales" (p. 474), sino la forma como se construye gobernanza entre actores privados y actores públicos de los estados que participan. En esta línea se encuentran los trabajos de Conteh (2012) y el de Correa (2016), quienes concuerdan en que el desarrollo podrá alcanzarse no solo mediante el aprovechamiento del capital y la tecnología, sino también, considerando las capacidades de las empresas y las personas de los países que suscriben un tratado, cuando se siente que son convocadas a participar en el diseño, ejecución y control de los TLC. "La expansión de los mercados genera nuevos escenarios, actores y

factores de competencia en el campo internacional, pero no se puede pasar por alto el entorno que genera las particularidades de la cultura nacional donde se radican las empresas" (Castellanos & Ramírez, 2013, p. 156).

Si se profundiza en las indagaciones sobre las características y propiedades de los TLC, se van a encontrar relaciones

[...] entre los valores culturales nacionales con la toma de decisiones en el proceso estratégico de la internacionalización de las organizaciones colombianas. Esa exploración permite evidenciar que la toma de decisiones en las organizaciones se fundamenta en algunos casos en procesos racionales, otras veces son intuitivas, teniendo como telón de fondo la cultura nacional del país donde se establece la empresa. (Dimitratos et al., 2011, p. 198)

El libre comercio "generó un espacio que invita a participar a diversos grupos de empresas, incluidas las pequeñas y medianas (PYME), en la atención de nuevos desafíos como la creciente demanda de bienes y servicios de parte de los consumidores" (Paweta & Zbierowski, 2015), "Donde las estrategias y decisiones no solamente dependen de condiciones objetivas, sino comportamientos subjetivos como la actitud, las percepciones, la motivación y la personalidad del empresario" (Hutchinson et al., 2006, p. 527). Todas ellas son características que han hecho la diferencia entre coreanos y colombianos para incursionar en los mercados internacionales. El actuar de unos y otros está determinado tanto por la cultura nacional como por el entorno que genera la institucionalidad económica, política y social en cada territorio caracterizando la productividad y la competitividad de los bienes y servicios que se comercializan en los diferentes mercados, y las cuales, a su vez, son propiedades que enmarcan el análisis cualitativo en procura de lograr el propósito del TLC firmado entre Colombia y Corea.

Método

Los datos presentados en este capítulo hacen parte del proyecto *Relaciones entre Colombia y Corea del Sur: un análisis al impacto de la política exterior nacional en el desarrollo económico y proyección geopolítica del país*. Dado que el TLC entre Colombia y Corea lleva seis años de ejecución, incluidos dos años de pandemia, el estudio es de naturaleza exploratoria y enmarcado dentro de un paradigma de investigación interpretativa. Empleando técnicas mixtas a partir de datos cuantitativos, se hacen interpretaciones cualitativas (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018).

La investigación se desarrolló en dos fases. La fase inicial, a su vez, se hizo en tres etapas. Durante la primera etapa se hizo una revisión sobre datos estadísticos institucionales que publica el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MinCIT) de Colombia sobre los valores de exportaciones e importaciones de Colombia con Corea. En la segunda etapa la estudiante coreana Park Zaborowski Ju Hee recopiló información de comercio entre Colombia y Corea tomando como fuente (KOTRA, 2022), oficina de comercio del Gobierno de Corea. En la tercera etapa se compararon los datos de las dos informaciones, con un alcance descriptivo.

En la segunda etapa, con base en una revisión de la literatura sobre competitividad (comprendida esta última como un factor para la cooperación), la relación Estado-mercado y estrategias de internacionalización de las empresas, se exploran cursos de acción que le permiten ingresar a Colombia en el escenario geopolítico del Asia-Pacífico y, de esa forma, aportar en la proyección de la nación como potencia regional secundaria, a través del desarrollo económico, en armonía con el objetivo del proyecto que orienta los diversos capítulos del libro.

Resultados

Colombia y Corea han estrechado una relación política entre ambos países, como se ha expresado en los capítulos anteriores. De igual manera, desde hace una década se han vigorizado sus relaciones económicas. Colombia tiene mucho por aprender de Corea: la transformación del país asiático en los últimos 50 años ha sido ejemplarizante, por cuanto fue uno de los llamados 'Tigres asiáticos', junto a Taiwán, Hong-Kong y Singapur, los cuales mostraron que países diferentes de los llamados "desarrollados" también pueden industrializarse y alcanzar niveles de crecimiento sostenido.

Corea hizo el tránsito de una economía intensiva en mano de obra a una economía intensiva en capital y tecnología, y posteriormente, a una economía del conocimiento. Es la ruta que han seguido los países con un sistema de mercado dentro de los patrones de acumulación desde los clásicos del siglo XVIII hasta los modelos globalizantes del siglo XXI (Basuado, 2019). Este camino lo han transitado a través de la innovación, el emprendimiento y la promoción de la creación de mercados y de industrias de energía verde (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021). Esta ruta también la han transitado diversos países de Asia-Pacífico, la cual se ha convertido así en un área promisoriosa en el

campo económico y comercial a escala global, pero esquivada para los intereses colombianos, por cuanto no se ha logrado ingresar al de este libro APEC ni se ha suscrito acuerdo comercial con país alguno miembro de la ASEAN. De ahí la importancia del acuerdo que ha suscrito Colombia con Corea. Dicho país representa una puerta de entrada para Colombia a esa región, dadas las relaciones que Corea tiene con los países del Lejano Oriente: no solo con China y Japón, sino también, con el Pacífico americano; particularmente, con países asociados en la Alianza para el Pacífico, como Chile, Perú y México.

Con el propósito de observar el comportamiento del acuerdo, se ha recurrido a los datos que publica MinCIT y contrastarlos con los datos que reporta KOTRA.

Exportaciones de Colombia a Corea

En 2015, año anterior a la entrada en vigor el acuerdo suscrito entre Colombia y Corea, las exportaciones colombianas hacia el país asiático solamente alcanzaron los 229,4 millones de dólares (Mincomercio, 2021), como se muestra en la tabla 1. Al año siguiente, 2016, cuando entró en vigor el acuerdo, hubo un incremento del 75 %, lo que llevó a la suma de 402 millones de dólares en el mismo rubro; un crecimiento que mantuvo una tendencia al alza durante 2017 y 2018, y que se retomó en 2020, a pesar de las consecuencias económicas ocasionadas por la pandemia del Covid-19.

Tabla 1. Exportaciones de Colombia a Corea

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones en millones de dólares	229,4	402,1	457	627,4	482	571,9

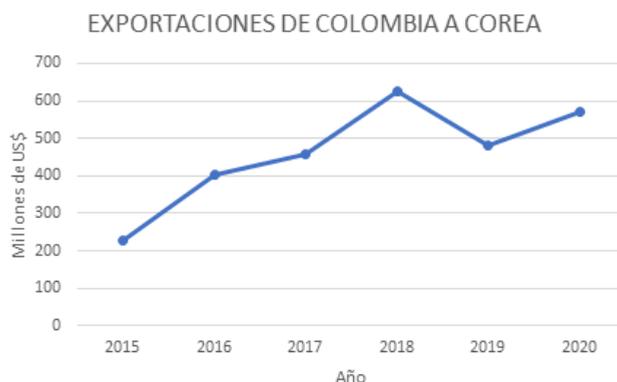
Fuente: DIAN-DANE-MinCIT (2021).

Los productos que representaron mayor participación en las exportaciones colombianas en 2015 fueron las hullas y briquetas y los aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, lo mismo que desperdicios y desechos de cobre y ferroaleaciones. En menor representación estuvieron el café, bananas y flores, y en una menor cuantía, papeles, cartones y juguetes con ruedas (Mincomercio, 2021).

La tendencia creciente se observa en la figura 1. Llama la atención cómo, a pesar de que las hullas y briquetas siguen teniendo una representación

significativa, el crecimiento obedece a un incremento significativo en volúmenes del café, las bananas y las flores.

Figura 1. Exportaciones de Colombia a Corea del Sur.



Fuente: elaboración propia, con base en DIAN-DANE-MinCIT (2021).

Los datos que reporta KOTRA (2022), por importaciones coreanas de productos originarios de Colombia, son diferentes de los de las exportaciones colombianas con destino a Corea, como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Importaciones coreanas de Colombia

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Importaciones coreanas en millones de dólares	323	433	651	834	718	584

Fuente: KOTRA (2022).

La agencia coreana informa que en 2015, el año anterior a la entrada en vigor del TLC, las importaciones coreanas ascendían a 323 millones de dólares, un dato superior en 93,6 millones de dólares al reportado por MinCIT. En 2020, año de cierre del estudio realizado, la diferencia que se presenta entre las dos fuentes es menor tan solo por 12,1 millones de dólares (KOTRA, 2022).

Al comparar la figura 1, sobre exportaciones de Colombia a Corea, con la figura 2, importaciones de Corea a Colombia, se observa que de 2015 a 2018 se presentó una tendencia creciente; en ambos casos, 2019 tiende a la baja, pero frente a 2020 la fuente colombiana presenta una leve recuperación de las

exportaciones colombianas, lo cual no concuerda con el dato coreano, que registra un nuevo decrecimiento de las importaciones coreanas de productos originarios de Colombia.

Figura 2. Importaciones coreanas en millones de dólares.



Fuente: elaboración propia, con base en KOTRA (2022).

Los productos de mayor representación de las exportaciones colombianas a Corea equivalen a los mismos productos de mayor representación de las importaciones coreanas procedentes de Colombia; es decir, las hullas y briquetas y aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, lo mismo que desperdicios y desechos de cobre y ferroaleaciones, además de café, frutas y flores.

Importaciones de Colombia a Corea

En 2015 las importaciones de Colombia al país asiático fueron por 1085.3 millones de dólares, cifra que ha venido descendiendo hasta 2020, cuando las importaciones solo fueron por 676.4 millones de dólares (MinComercio, 2021), como se observa en la tabla 3, según datos de las instituciones públicas colombianas que procesan los datos sobre comercio exterior.

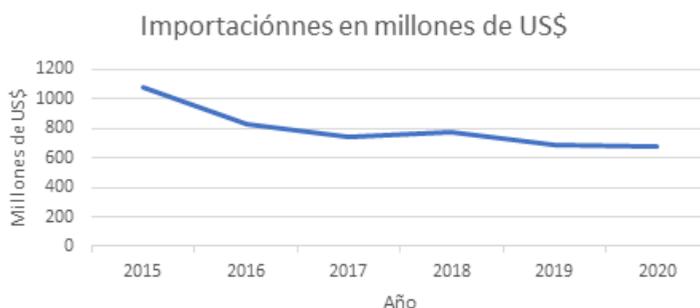
Tabla 3. Importaciones de Colombia a Corea

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Importaciones en millones de dólares	1.085,3	833,5	746,2	776,4	687,1	676,4

Fuente: DIAN-DANE-MinCIT (2021).

Estos datos están compuestos, principalmente, por los de compras que hace Colombia en automóviles de turismo y para transporte de personas, lo mismo que poliacetales y mezclas de alquilbencenos, partes y accesorios de tractores y neumáticos. Bienes que fueron regulados por el TLC y presentan una tendencia a la baja, como se observa en la figura 3.

Figura 3. Importaciones en millones de dólares.



Fuente: elaboración propia, con base en DIAN-DANE-MinCIT (2021).

Al igual que con los datos sobre importaciones de Corea de bienes colombianos de la tabla 2, si comparamos los datos de KOTRA que aparecen en la tabla 4, es decir, las exportaciones con destino a consumidores colombianos, se presentan unas cifras distintas, es decir los datos de KOTRA como fuente coreana y los datos de las instituciones colombianas no concuerdan.

Tabla 4. Exportaciones coreanas a Colombia

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones en millones de dólares	1.129	853	814	1.012	1.143	487

Fuente: KOTRA (2022).

Si bien los datos de 2015 guardan alguna similitud entre las cifras reportadas por los organismos colombianos y por la agencia coreana, no se puede afirmar lo mismo frente a la tendencia: al comparar la figura 3 y la figura 4, la primera presenta un decrecimiento constante de las compras colombianas, mientras que la segunda muestra oscilación, y de nuevo, decrecimiento dentro de un análisis secuencial entre las importaciones y las exportaciones.

Figura 4. Exportaciones en millones de dólares.



Fuente: elaboración propia, con base en KOTRA (2022).

Balanza comercial

Lo que sí puede afirmarse a partir de Mincomercio (2021) y Park (KONTRA) (2022), las dos fuentes de información que este capítulo ha empleado, es que, desde la entrada en vigencia del TLC entre Colombia y Corea, la balanza comercial entre los dos países a lo largo del tiempo tiende a ser favorable para Colombia, como se muestra en la tabla 5. El déficit comercial en 2015 es de 855.9 millones dólares –o sea, es el más alto para Colombia– y en 2020, último año en estudio, el déficit es tan solo de 104.5 millones de dólares, según lo cual disminuyó en 751,4 millones de dólares tan solo en el primer lustro de vigencia del TLC.

Tabla 5. Balanza comercial vista desde Colombia

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	229,4	402,1	457	627,4	482	571,9
Importaciones	1.085,3	833,5	746,2	776,4	687,1	676,4
Balanza comercial	-855,9	-431,4	-289,2	-149	-205,1	-104,5

Fuente: DIAN-DANE-MinCIT (2021).

Igualmente sucede con los datos suministrados por KOTRA: la balanza comercial tiende a ser favorable para Colombia, aunque se siguen presentando diferencias entre las cifras, según la fuente, como se puede observar en la tabla 6. Pero el periodo en estudio inicia con un superávit para Corea de 806 millones de dólares, y ya en 2020 presenta un déficit de 97 millones de dólares.

Tabla 6. *Balanza comercial vista desde Corea*

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	1.129	853	814	1.012	1.143	487
Importaciones	323	433	651	834	718	584
Balanza comercial	806	420	163	178	425	-97

Fuente: KOTRA (2022).

Los datos para 2020 —entre los que suministran las instituciones colombianas, de un déficit colombiano de 104,5 millones dólares, y las cifras que suministra Park (KOTRA) para el mismo año 2020, de un déficit coreano de 97 millones de dólares— generan interrogantes sobre las técnicas que se emplean para medir los volúmenes de comercio, lo cual puede ser un objeto de estudio en una próxima investigación.

Salvo los datos de 2020, en los que se presenta una situación atípica en la economía mundial, como consecuencia de la pandemia originada por el coronavirus, el periodo en estudio muestra una tendencia creciente entre las cifras de las transacciones originadas por el comercio entre los dos países, y que en 2015 alcanzan un valor de 1.452 millones dólares, y en 2019 llegan a la suma de 1.861 millones de dólares; es decir, a un crecimiento de 409 millones dólares, que representan un incremento del 28 % en las cifras de comercio.

En la revisión de literatura se identificaron tres campos que son temas fundamentales para analizar la presencia de las naciones en el sistema internacional y, de forma particular, en el escenario globalizador. Estos son la competitividad (como un factor para la cooperación), la relación Estado-mercado y las estrategias de internacionalización de las empresas.

Competitividad (factor de cooperación)

Los componentes del volumen de comercio entre los dos países en estudio muestran una situación estática frente a los tipos de bienes y servicios que se comercializan: fundamentalmente, hullas y briquetas, y aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, lo mismo que desperdicios y desechos de cobre y ferroaleaciones; en una menor representación, el café, bananas y flores, y en una menor cuantía, papeles y cartones (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021). Colombia no da señales de promover su competitividad en procura de una robustez para la cooperación. Las empresas y los mercados siguen recorriendo los tradicionales caminos y empleando las mismas herramientas de gestión, lo cual no ha permitido la integración de la complejidad que puede generar fortalezas a las organizaciones que comercializan con Corea.

Relación Estado-mercado

Igualmente, los mercados se mueven por inercia, han sido esquivos a generar entramados de procesos y de sistemas dinámicos, donde el referente estratégico busque engendrar un cambio, sin perder de vista que las dinámicas entre mercado y Estado no siempre son lineales, donde se readaptan de forma permanente a los nuevos entornos y a la flexibilidad. La competitividad tiene un nuevo y obligado acompañante: la *flexibilidad* en busca de ser un componente de la cooperación. Es necesario tener presente que las ventajas que ayer hicieron competitivas a una organización la pueden desaparecer en un nuevo contexto (Brown & Eisenhardt, 2002).

Estrategias de internacionalización de las empresas

El tipo de productos que caracteriza la relación comercial entre Colombia y Corea ha sido constante; no se observan entre las políticas implementadas unas líneas estratégicas que permitan la internacionalización de empresas ni de productos. La innovación ha sido esquiva; no se percibe la participación de la ciencia ni del desarrollo tecnológico en procura de diversificar las relaciones científicas que permitan resolver de forma sistemática los problemas y la mejora de los procesos y productos que se intercambian.

Discusión

Analizar los datos de las exportaciones y las importaciones entre Colombia y Corea en el periodo 2015-2020 confirma la necesidad de implementar políticas públicas que generen un sentido en la economía nacional hacia la industrialización colombiana, donde la producción se desarrolle mediante economías de escala y se pueda diversificar su estructura productiva. Es necesario considerar que esa industrialización requiere fomentar las interacciones entre los actores públicos y los privados, de tal manera que se dé un salto institucional que promueva redes productivas internacionales, considerando la estrecha relación entre los valores culturales y la toma de decisiones en el proceso de la internacionalización de las organizaciones colombianas, de modo que permita diversificar y potencializar los intercambios comerciales entre Colombia y Corea.

La industrialización colombiana debe caracterizarse por la innovación, tal como lo hizo Corea, por cuanto el éxito de las empresas modernas depende cada vez más de su capacidad para innovar, como un motor impulsador de la rentabilidad, la participación en el mercado y la supervivencia (Stojcic et al., 2018). En este sentido, la innovación empresarial se constituye en una variable clave para la generación de valor.

En consecuencia, la industrialización conduce a una innovación de los sistemas productivos, lo mismo que a novedosas líneas de producto y de procesos para la organización, disponibles para su uso con fines de crear y preservar valor. Acogiendo por *innovación empresarial* lo expresado en el Manual de Oslo (OECD, 2018) en su cuarta edición, como la innovación nueva y mejorada de productos y procesos de negocio (o una combinación de estos), que hayan sido introducida en el mercado o sido puesta en uso por la empresa, y que difieren de hullas y briquetas, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, lo mismo que de desperdicios y desechos de cobre y ferroaleaciones.

En esta línea, la investigación y desarrollo (I+D) es parte fundamental del proceso de industrialización del sistema productivo colombiano. Dicho proceso requiere abordar la complejidad dada por las interrelaciones entre las diferentes etapas del proceso, desde la decisión, por parte del Estado, de impulsar políticas públicas en ese campo, y la de los empresarios de innovar, pasando por la inversión que se destina a I+D, y el surgimiento de ideas creativas que potencialicen el mercado, lo mismo que los desafíos tecnológicos que se enfrentan, hasta la traducción de las innovaciones en la mejora del desempeño y la competitividad

internacional (Stojcic et al., 2018). Puede apreciarse que son múltiples los factores y elementos dignos de ser considerados en la industrialización colombiana.

La I+D, como lo hizo Corea en su época, garantiza la formación de recurso humano, la gestión de la innovación y el logro de los objetivos estratégicos nacionales (Castellanos, 2003), todo lo cual lleva a nuevos conocimientos y permite enfrentar los retos que demanda la implementación de TLC en un marco de complementariedad y cooperación entre los países firmantes.

La industrialización conlleva generar redes productivas internacionales que abarquen desde el suministro de materia prima hasta la fabricación de productos finales y su comercialización; por tanto, es fundamental trazar políticas públicas que fomenten las redes entre pequeños, medianos y grandes distribuidores, que conectan a los proveedores con los comercializadores (Kotler et al., 2013), de tal manera que se motive a los empresarios colombianos a incrementar sus interacciones con organizaciones coreanas, considerando el comportamiento de los nacionales en los procesos de toma de decisiones que realizan en sus proyectos de internacionalización.

Los resultados de la investigación adelantada coinciden con algunos estudios sobre decisiones, por parte de los empresarios, en cuanto a internacionalizar sus operaciones comerciales, donde resalta la importancia del comportamiento del empresario en la participación de su organización en negocios internacionales. Esos estudios concuerdan en que el conocimiento, la experiencia y la construcción de redes empresariales inciden en la decisión de participar en operaciones comerciales en el exterior, pero se presentan algunas diferencias entre la literatura revisada para el caso colombiano y los resultados de otros trabajos en otros países; dependiendo de la cultura nacional de donde proceda cada empresario que internacionaliza sus operaciones, la cultura influye en la decisión.

Las decisiones son un resultado del comportamiento del empresario o directivo. Diversos autores (Andersson & Evers, 2015; Francioni et al., 2015; Pauluzzo & Shen, 2018b; Tan et al., 2018) señalan que cada individuo tiene diferentes experiencias internacionales, lo que le da una variedad de percepciones sobre las oportunidades de mercado y los riesgos relativos y beneficios, y genera así una multivariedad de decisiones, en correspondencia con las vivencias de los empresarios y sus características comportamentales. Pauluzzo y Shen (2018^a) afirman que los empresarios “moldean su entorno” de acuerdo con sus vivencias, competencias y habilidades, aspectos que no pueden perderse de vista en los escenarios de negociación, a partir de la industrialización colombiana, que se

construyan para fortalecer las relaciones entre Colombia y Corea, buscando la complementariedad y el beneficio mutuo para los dos países.

La revisión bibliográfica realizada permitió confirmar que las discusiones sobre las ventajas y las reservas frente a los TLC tienden al infinito. En relación con las primeras, sus defensores (Andersson & Evers, 2015; Francioni et al., 2015; Pauluzzo & Shen, 2018b; Tan et al., 2018) consideran que se amplían las posibilidades de nuevas líneas de negocio, y se crean más opciones de encontrar socios inversionistas. En cuanto a las segundas, algunos (Basualdo, 2019; García, 2018) consideran que los gobiernos nacionales han venido adoptando políticas públicas recomendadas por organismos multinacionales, sin considerar las particularidades de las pymes. De todas maneras, algunos empresarios han vivenciado el aumento de la producción de los bienes que comercializan, por cuanto tienen un mayor acceso a bienes de capital, a materias primas y a insumos que participan en su proceso productivo, lo cual mejora su participación en el mercado nacional; igualmente, perciben un incremento en sus operaciones de comercio con el exterior. Pero otros empresarios expresan que los acuerdos los han afectado, pues el mercado colombiano se ha visto saturado de mercancías producidas en el exterior, y sienten que han sido desplazados, y que ha ocurrido un efecto de creación de comercio en términos de Balassa (1980). En el caso de Colombia-Corea, es en el sector automotor uno de los que hacen tal afirmación (Cámara de Comercio, 2021).

Estas variaciones en los mercados, derivadas de los TLC, provocan que los empresarios organicen sus acciones de una manera particular; su comportamiento obedece a unas lógicas determinadas por tres factores. En primer lugar, factores *transversales*, patrones culturales que provienen de unas estructuras subyacentes del espíritu humano de sus antepasados, de sus creencias y percepciones sobre la globalización, según afirman Pauluzzo y Shen (2018^a) ratificando lo que ya habían afirmado Dimitratos y colaboradores (2011). En segundo lugar, unos factores *racionales*, como la argumentación, la cognición, la experiencia y la intuición, en concordancia con los estudios de Francioni et al. (2015) y Hutchinson et al. (2006). En tercer lugar, unos factores *emocionales*, que implican diferentes motivaciones, sentimientos y aprendizajes de deseos de hombres y mujeres que realizan negocios internacionales, lo cual es afín a los estudios de Collinson y Houlden (2005) y Hanlon (2011).

De ahí que el salto institucional requerido por Colombia, de modo que promueva redes productivas internacionales, exige considerar la relación entre los

valores culturales y la toma de decisiones en el proceso de la internacionalización de las organizaciones colombianas, para una mayor participación en el mercado global. La industrialización que aquí se ha planteado en procura de fortalecer las relaciones con Corea —y en general, con los países de Asia-Pacífico— debe tomar en cuenta la actitud, las competencias cognitivas, las habilidades en gestión, la experticia en los negocios internacionales y la personalidad de los empresarios nacionales, por cuanto esa identificación permite determinar el grado en que superan las dificultades propias de negociar con personas de otras culturas, caracterizadas por diferentes normas y costumbres, por diferentes formas de pensar y de actuar, tanto en lo sociocultural como en lo organizacional. En concordancia con lo expuesto por Hofstede (2011),

La cultura nacional es la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de otro" por cuanto las organizaciones en cada nación se distinguen por sistemas de valores específicos, los cuales inciden en los tipos de estrategias que adoptan cada organización en procura de fortalecer su presencia en los mercados internacionales, Corea es un ejemplo de ello. Los procesos estratégicos que desarrollaron generaron unos patrones de conducta que los ha llevado a una participación significativa de la comercialización global. (p. 13)

Conclusiones

Esta investigación es un asomo interesante sobre estrategias que permiten alcanzar mayor presencia de Colombia en los mercados globales. De la mano con Corea, nuestra nación aliada, ya se recorrió el camino que aquí se propone: un salto institucional colombiano, mediante políticas públicas de industrialización que promuevan redes productivas internacionales. No es adaptar las estrategias y políticas coreanas implementadas en su momento. La propuesta consiste, antes bien, en comprender que solo a partir de la identidad nacional plasmada en la relación que se teje entre los valores culturales y la toma de decisiones en el proceso de la internacionalización de las organizaciones se puede lograr una mayor participación en más y variados mercados.

Esta investigación requiere ser complementada con evidencia empírica mediante entrevistas a empresarios colombianos y coreanos. Los primeros permiten identificar los elementos que conforman la identidad nacional, sus valores

culturales, componentes necesarios para construir las políticas de industrialización que sean acordes a los modos de pensar del empresario colombiano. En cuanto a los segundos, las vivencias de los empresarios coreanos son una fuente de saberes y experiencias que permiten construir estrategias que respondan a un mundo caracterizado por la incertidumbre, la volatilidad, la complejidad y la ambigüedad.

El comportamiento comercial entre Colombia y Corea a partir del TLC firmado evidencian que Colombia requiere un salto institucional que promueva redes productivas internacionales, tal como lo hizo Corea en la década de 1960, como se puede observar en profundidad en el capítulo “Gobernanza, innovación y competitividad. Análisis de la experiencia de Corea del Sur”, de este libro. La modernización institucional propuesta se fundamenta en la industrialización colombiana considerando el fortalecimiento de las interacciones entre los actores públicos y privados de todos los tamaños; es decir, pequeños, medianos y grandes empresarios.

En aras de aprender de la experiencia coreana, resultaría interesante iniciar unas investigaciones sobre diversos temas. Primero, la relación entre el grado de adaptación de un empresario coreano al entorno cultural de un mercado específico y el nivel de rendimiento económico alcanzado en ese mercado, comparándolo con el grado de adaptación de un empresario colombiano al entorno cultural de ese mismo mercado y su nivel de rendimiento económico alcanzado en ese mercado. Segundo, indagar sobre la existencia de múltiples ordenamientos preferenciales de los empresarios, donde cada empresario tiene su propio proceso cognitivo y, por ende, le da distinto peso a la argumentación, a la cognición, a la experiencia y a la intuición como factores de comportamiento frente a la participación en el mercado entre las dos naciones Tercero, investigar sobre la armonía emocional del empresario, mediante una observación permanente de sus sentimientos, deseos y necesidades, lo mismo que de sus vínculos sociales, que permita hacer ajustes tanto a su motivación como a su aversión por las actividades comerciales entre Colombia y Corea..

Con esas investigaciones se lograría potencializar los resultados del TLC entre Colombia y Corea, por cuanto podrían identificarse puntos complementarios entre las estrategias por desarrollar en beneficio de las dos naciones de cara a la globalización y a la regionalización.

Referencias

- Andersson, S., & Evers, N. (2015). International opportunity recognition in international new ventures—a dynamic managerial capabilities perspective. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(3), 260-276. <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0149-5>
- Balassa, B. (1980). *Teoría de la integración económica*. UTEHA, S.A. de C.V.
- Basualdo, E. (2019). *Fundamentos de Economía Política. Los patrones de acumulación, de los clásicos al neoliberalismo del siglo XXI*. Siglo XXI editores.
- Brown, S., & Eisenhardt, K. M. (2002). *Competir al borde del caos. Estrategias para enfrentar los cambios vertiginosos* (1a. ed.). Juan Granica S. A.
- Cámara de Comercio de Bogotá y Ministerio de Relaciones Exteriores. (2021). Hoja de Ruta Colombia – Corea del Sur: Hacia un mejor aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio.
- Castellanos, O., & Ramírez, D. (2013). *Competitividad. Apropiación y mecanismos para su fortalecimiento*. Universidad Nacional de Colombia.
- Collinson, S., & Houlden, J. (2005). Decision-Making and Market Orientation in the Internationalization Process of Small and Medium-Sized Enterprises. *Management International Review*, 45(4), 413-436. <https://n9.cl/rwxip>
- Conteh, C. (2012). Public management in an age of complexity: regional economic development in Canada. *International Journal of Public Sector Management*, 25(6/7), 464-472. <https://doi.org/10.1108/09513551211260649>
- Correa, A., & Manchón, L. (2016). *Gobernanza de las integraciones regionales* (1a. ed.). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Correa, M. A. (2016). Inversión extranjera directa y cadenas globales de valor México - Estados Unidos. En A. Correa & L. Manchón (Eds.), *Gobernanza de las integraciones regionales* (pp. 141-180). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Dimitratos, P., Petrou, A., Plakoyiannaki, E., & Johnson, J. (2011). Strategic decision-making processes in internationalization: Does national culture of the focal firm matter? *Journal of World Business*, 46(2), 194-204.
- Francioni, B., Musso, F., & Cioppi, M. (2015). Decision-maker characteristics and international decisions for SMEs. *Management Decision*, 53(10), 2226-2249.
- García, P. (2018). *Globalización y regiones. El diálogo Asia-América Latina y el Caribe*. Universidad Externado de Colombia.
- Hanlon, P. (2011). *The Role of Intuition in Strategic Decision Making: How Managers' Rationalize Intuition*. <http://arrow.dit.ie/buschgracon/6/>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. *Mc Graw Hill*.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>

- Hutchinson, K., Quinn, B., & Alexander, N. (2006). The role of management characteristics in the internationalisation of SMEs: Evidence from the UK retail sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 513-534. <https://doi.org/10.1108/14626000610705723>
- Jesuit, D. K., & Sych, L. (2012). Local economic development and cross border networks. *International Journal of Public Sector Management*, 25(6/7), 473-482. <https://doi.org/10.1108/09513551211260667>
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2013). *Marketing*. Pearson Higher Education. <https://n9.cl/ouih8>
- Mincit, oficina estudios económicos. (2018). *Comercio exterior colombiano: Seguimiento a los acuerdos comerciales*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Perfil de Corea del Sur*. <https://n9.cl/efuvz>
- Moe-Lobeda, C., & Spencer, D. T. (2009). Free Trade Agreements and the Neo-Liberal Economic Paradigm: Economic, Ecological, and Moral Consequences. *Political Theology*, 10(4), 685-716. <https://doi.org/10.1558/poth.v10i4.685>
- OECD. (2018). *Oslo Manual 2018 Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation 4th Edition*. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Ortiz Bojacá, A. (2021). *Fundamentos de Finanzas Públicas*. <https://doi.org/10.2307/j.ctv23dxb62.8>
- KOTRA (2022). Performance analysis of the fifth anniversary of the entry into force of the Korea-Colombia FTA and promising export products. Korea-Colombia FTA and promising export products. KOTRA, 4-6.
- Pauluzzo, R., & Shen, B. (2018a). The Impacts of Management on the International Development of SMEs. *Impact of Culture on Management of Foreign SMEs in China* (pp. 69-90). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77881-5_3
- Pauluzzo, R., & Shen, B. (2018b). The Internationalization Processes of SMEs. *International Series in Advanced Management Studies Impact of Culture on Management of Foreign SMEs in China*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77881-5_2
- Pawęta, E., & Zbierowski, P. (2015). Individual-Level Determinants of International Orientation of a Firm: A Study Based on Global Entrepreneurship Monitor Data. *Journal of Intercultural Management*, 7(1), 43-58. <https://doi.org/10.1515/joim-2015-0003>
- Pérez, J. (2009). *Integración y Desarrollo: Buscando alternativas para América Latina*. Miguel Ángel Porrua. Cámara de Diputados.
- Stojic, N., Hashi, I., Orlic, E. (2018). Creativity, Innovation Effectiveness And Productive Efficiency In The UK. *European Journal of Innovation Management*, 21(4), 564-580. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2017-0166>

- Tan, A., Brewer, P., & Liesch, P. (2018). Rigidity in SME export commencement decisions. *International Business Review*, 27(1), 46-55. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.002>
- Yan, H., Wickramasekera, R., & Tan, A. (2018). Exploration of Chinese SMEs' export development: The role of managerial determinants based on an adapted innovation-related internationalization model. *Thunderbird International Business Review*, 60(4), 633-646. <https://doi.org/10.1002/tie.21969>