



## **CARACTERIZACIÓN PRODUCTIVA Y PERFIL DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE ANSERMA, CALDAS\***

### **PRODUCTIVE CHARACTERIZATION AND INTERNATIONALIZATION PROFILE OF THE MUNICIPALITY OF ANSERMA, CALDAS**

*Laura Correa, Jhon Hidalgo, Paulina Guarín, Natalia Montoya\*\**

---

\* Artículo resultado de colectivo.

\*\* Estudiantes de II Semestre programa de Negocios Internacionales, 2016-II. Contactos: laura.l.correa@ucp.edu.co, jhon.hidalgo@ucp.edu.co, paulina.guarin@ucp.edu.co, natalia.montoya@ucp.edu.co

## **RESUMEN:**

Este artículo es un acercamiento a la caracterización del municipio de Anserma, Caldas, desde el punto de vista económico y empresarial. Es el resultado de un proceso de investigación formativa de los estudiantes de primer semestre del programa de Negocios internacionales, en el marco de la estrategia pedagógica de colectivos docente-estudiante, realizado por la Universidad Católica de Pereira. La investigación pretende desarrollar en los estudiantes habilidades que les permitan identificar y aplicar herramientas para la caracterización y análisis de las variables que inciden en los sectores productivos de Anserma, Caldas. La recolección de la información se realizó desde fuentes primarias y secundarias; las primeras, a partir de un trabajo de campo en donde se realizaban conversatorios con propietarios, administradores y empleados de las diversas empresas ubicadas en el municipio; la segunda, con el uso de información que reposa en las entidades locales y nacionales. La rigurosidad del manejo de la información, así como los referentes académicos y su profundización están relacionados con estudiantes de primer semestre, lo cual pone de manifiesto que posee un carácter de menor rigurosidad investigativa y que recurre más a la observación y, en menor grado, a la comparación con los componentes teóricos.

## **ABSTRACT:**

This article is an approach to the characterization of the municipality of Anserma, Caldas, from the economic and business point of view. It is the result of a formative research process of the first semester students of the International Business program, within the framework of the pedagogical strategy of teacher-student collectives, carried out by the Catholic University of Pereira. The research aims to develop in students skills that allow them to identify and apply tools for the characterization and analysis of the variables that affect the productive sectors of Anserma, Caldas. The information was collected from primary and secondary sources; the first, based on a fieldwork where conversations were held with owners, administrators and employees of the various companies located in the municipality; the second, with the use of information that rests with local and national entities. The rigor of the handling of the information, as well as the academic referents and their deepening are related to students of the first semester, which shows that it has a character of less investigative rigor and that it resorts more to observation and, to a lesser degree, to the comparison with the theoretical components.

Para la Universidad Católica de Pereira, promover la investigación desde la estrategia académica de colectivos docente-estudiante es de alta importancia, ya que permite utilizar las actividades empresariales como recurso metodológico de enseñanza–aprendizaje, brindando la posibilidad de analizar los comportamientos de los empresarios en la solución de diferentes problemas que a nivel comercial, técnico, financiero, organizacional y de gestión deben afrontar diariamente, así como la interacción que se da entre las formas de pensar y actuar de cada uno de los agentes que intervienen en el quehacer empresarial.

En este artículo se pretende dar a conocer una experiencia académica de colectivo con estudiantes del primer semestre del programa de Negocios internacionales, como un primer acercamiento a la realidad empresarial y comercial de un municipio, la información recolectada para esta investigación formativa está basada en la observación realizada en el campo, socializaciones con los propietarios y administradores de algunas empresas, así como información secundaria que permitieron caracterizar el municipio de Anserma (Caldas) y sus empresas.

Se pretende desarrollar en los estudiantes habilidades que les permitan identificar, seleccionar y aplicar herramientas estratégicas fundamentales para la caracterización, análisis y evaluación de las diferentes variables internas y externas que inciden en los sectores productivos del municipio de estudio, así como en su colocación en los mercados internacionales.

## **REFERENTES TEÓRICOS**

### **LA IMPORTANCIA DE LA ECONOMÍA EN EL PERFIL PRODUCTIVO DE UNA SOCIEDAD**

La construcción del perfil productivo para un municipio es una herramienta importante que permite definir rutas para fortalecer e impulsar las actividades productivas a través de proyectos de generación de nuevos ingresos. Estos deben vincular a la población y potencializar las competencias propias de la región, aprovechando las oportunidades que el entorno económico les ofrece. Con tal fin, se desarrolla el ejercicio de caracterización de un municipio, el cual debe estar conformado por los siguientes capítulos: caracterización general, que ubica la zona geográfica en la cual se va a trabajar y da a conocer fortalezas y o debilidades de la región; este capítulo es importante para centrar el perfil productivo según sus capacidades económicas, tal como lo describe Mankiw (2012). El autor refiere la importancia de analizar las posibilidades de producción de una economía con el concepto de FPP (Frontera de Posibilidades de Producción), las cuales muestran el máximo de combinaciones de productos que esta economía puede producir utilizando todos los recursos existentes. Representa también la disyuntiva existente en el sentido de que una mayor cantidad producida de un bien supone una disminución del otro (Mankiw, 2012).

Seguido, se debe analizar el componente demográfico, social y educativo; es necesario como elemento fundamental del desarrollo

económico propio de una economía, entender el desarrollo económico desde sus implicaciones en el ser humano. En este sentido, puede abordarse como un proceso que le permite al ser humano ampliar sus posibilidades, no solo económicas sino también de satisfacción y cumplimiento de diversas necesidades. El desarrollo económico debe apuntar a todos los niveles del desarrollo, aunque esencialmente debe favorecer el cumplimiento de tres metas fundamentales: disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y formación adecuada; y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Si no se poseen estas oportunidades esenciales, muchas otras alternativas continuarán siendo inaccesibles para dicha población.

### **LA IMPORTANCIA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA ECONOMÍA DE UNA SOCIEDAD**

Los negocios y la comercialización son imperativos innegables de cualquier compañía del mundo moderno. Todas las empresas, incluso las que no buscan lucrarse, deben realizar un proceso de negociación con entidades de orden internacional y la realidad de hoy en día hace que la interrelación entre los países y sus empresas sea mucho más necesaria y evidente.

En un mundo globalizado, todos los entes económicos se ven afectados de alguna manera: “la globalización de los negocios presenta nuevas oportunidades y amenazas para gobierno, empresas e individuos. El reto es competir exitosamente en el mercado global tal cual como existe hoy y como se

desarrolle mañana” (Czinkota, Ronkainen y Ortiz, 2007, p. 1).

Los profesionales del futuro deben crear una cultura de aprendizaje constante en cuanto al desarrollo e influencia de un mercado global y un mundo globalizado en las empresas y negocios, e identificar posibles oportunidades y amenazas de los competidores del mundo y a su vez, reconocer y potencializar las dificultades y fortalezas para ayudar al crecimiento constante de las organizaciones en las que aporten sus conocimientos y trabajo.

Mientras que el mundo se está convirtiendo en un mercado más libre de obstáculos, y las empresas multinacionales y transnacionales se comportan de acuerdo a las necesidades y prioridades mundiales, las pequeñas empresas nacionales están buscando nuevas maneras de llegar a los mercados internacionales. Los gerentes exitosos deben poseer las habilidades para trabajar con personas de diferentes culturas, con diferentes prioridades, diferentes monedas, y diferentes formas de lograr el éxito económico y personal. Deben centrarse en la obtención de las competencias y conceptos que se utilizan en un contexto internacional multicultural.

Tanto las empresas legalmente establecidas como los pequeños productores, desarrollan productos que sin lugar a dudas poseen o pueden llegar a tener un potencial exportador, o bien de internacionalización. La tendencia debe ser la búsqueda de tales productos y empresas, para encontrar su ubicación en los diferentes mercados, o como respuesta para enfrentar la competencia propia de la globalidad de mercados.

La región cafetera posee diversos factores que hacen posible la oferta de productos y servicios con alto valor agregado. Sin embargo, estos productos se direccionan en su gran mayoría a mercados exclusivamente locales, no obstante su potencial exportador. En lo cotidiano, los empresarios ven con lejanía la posibilidad de exportación en algunos casos por desconocimiento de las posibilidades de los productos y su posible inserción en otros mercados.

## **METODOLOGÍA DE TRABAJO**

En relación con los conocimientos conceptuales, se trabaja mediante el estudio de las variables que permiten medir el desempeño de los sectores en el municipio y además describir su participación en los mercados internacionales.

El trabajo se propone con estudiantes de primer semestre, organizados en grupos y con el acompañamiento académico de los docentes encargados de orientar los proyectos académicos de fundamentos de economía, fundamentos de negocios internacionales. Se realiza un acercamiento desde las variables que permiten establecer e identificar cuáles son los sectores que posee el municipio y qué tan documentados se encuentran por cada sector, para posteriormente elegir un sector y una empresa donde se aplicarán las teorías que permiten establecer las posibilidades de internacionalización.

## **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El municipio objeto de estudio es Anserma, Caldas; se encuentra ubicado en el sector occidental del departamento de Caldas, enmarcado por los valles de los ríos Cauca

y Risaralda sobre la zona montañosa de la cordillera de Belalcázar, con una altura de 1 768 metros sobre el nivel del mar (CMGRD, 2015). En 2009, cumplió 475 años de su fundación por el Mariscal Jorge Robledo; por eso es llamada la abuela de Caldas. Su paisaje cafetero fue destacado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad. La extensión territorial del municipio es de 206,4 kilómetros cuadrados. Su ubicación es estratégica, puesto que limita al norte con los municipios de Quinchía y Guática; al sur con el municipio de Risaralda; al este con los municipios de Manizales y Neira; y al oeste con los municipios de Belén de Umbría y Viterbo. (CMGRD, 2015). De la extensión antes nombrada, solo la mitad es apta para el cultivo, exactamente 1113 hectáreas destinadas al cultivo de café, plátano, caña y otras actividades como la ganadería (Alcaldía de Anserma, Caldas, s.f.).

Anserma es un municipio cuya economía se ha desarrollado en torno a la producción agrícola. En su casco urbano no se aprecian muchas industrias, aunque es de resaltar que para los municipios cercanos es un centro de comercio, ya que cuenta con diversos establecimientos de carácter comercial que brindan sus servicios no solo a la población del municipio, sino a localidades cercanas, posee además una serie de servicios financieros; algunos talleres relacionados con la confección, la metalmecánica, ebanisterías. Es muy importante resaltar que en el municipio existe una asociación denominada MICAN (Microempresarios de Anserma) que agrupa gran parte de lo descrito. Dentro del desarrollo agropecuario, el producto de mayor impacto en la economía es el Café, seguido de la producción de plátano y yuca.

En cuanto a las empresas que desarrollan actividades industriales, se pueden mencionar alrededor de 20, mientras que son aproximadamente 1000 establecimientos comerciales que ofrecen diversos productos para la población.

En la visita, además, se pudo apreciar un alto componente de economía informal, en especial en los días denominados de mercado, los cuales usan el espacio público para realizar su labor, estos comerciantes informales provienen no solo del área urbana y rural del municipio, sino que proceden de lugares cercanos a Anserma.

No se aprecia un alto desarrollo en turismo, pese a que existen diversos hoteles y hostales, pero no se ha desarrollado una propuesta turística que permita atraer al municipio personas para fines de recreación, cultura, descanso y esparcimiento.

En lo relacionado con los servicios públicos, Anserma cuenta con una cobertura casi total estimada en 99% de servicio eléctrico, acueducto con un cubrimiento de aproximadamente el 90%, disposición y recogida de residuos con una cobertura aproximada del 98% y telefonía con una cobertura urbana estimada en el 98%.

Según el DANE, la población para el año 2015 es de 33 792 habitantes, de los cuales el 52,1% de la población posee nivel de educación primaria, el 27,5% educación secundaria, y el 1,4% educación profesional, solo el 1% ha realizado estudios de formación postgradual, el 11,4% de la población no posee nivel educativo alguno.

Al realizar los recorridos por los diferentes lugares del municipio se identificaron las empresas más representativas, se realizó el acercamiento y se establecieron diversas citas que a lo largo de la investigación permitieron conocer sus actividades, proyecciones, sus recursos y las necesidades actuales. En este artículo se sintetizan tres de estas experiencias empresariales.

### **Asociación de productores de café orgánico, “Anzeas”**

Es una asociación de familias campesinas que produce y vende café orgánico, elaborado en las montañas del municipio. Este café es reconocido por su aroma, suavidad y, en general, por sus excelentes cualidades orgánicas, por lo cual se resalta la calidad del grano. Es un café que ha logrado tener una producción sana, ya que busca que el cultivo se siembre con buenas prácticas ecológicas, respetando al medio ambiente, conservando la gran biodiversidad y cuidando el componente humano, al librarlo de sustancias tóxicas y químicas; por lo tanto, el consumidor disfruta de un café sano y de alta calidad, además de un producto que suple las exigencias del mercado nacional e internacional. La empresa cuenta con un portafolio de productos entre los que se destacan: café orgánico, cubos de panela, té de café y masticafé.

El café orgánico es caracterizado por ser un producto que no utilizan químicos, como herbicidas, defoliantes y fertilizantes. Solo usan métodos naturales, cuidando así la naturaleza y al consumidor. Tiene dos formas de presentación: uno de color negro y otro, dorado; el empaque negro tiene una

válvula, permitiendo así que, a la hora de ser exportado, se pueda sentir su olor.

Cuenta con una certificación de Biotrópico S.A, lo que garantiza que el café orgánico de Anzeas tiene características de alta calidad, también que sus productos son ecológicos, orgánicos y con buenas prácticas agrícolas, facilitando el ingreso de este producto a mercados locales e internacionales. Además, cuenta con una marca de identidad territorial llamada Origen caldas, que sirve para identificar los productos de calidad hechos en el departamento. Actualmente, solo 25 productores hacen parte de esta.

Desde el punto de vista de internacionalización, el producto cuenta con una potencialidad en el mercado global, debido a su forma de siembra, cultivo y cosecha, factores que hacen parte del proceso de decisión de compra de mercados que exigen productos orgánicos y condiciones especiales de origen.

La calidad del café orgánico tiene una influencia directa en el precio, por su valor agregado, diferencia que al cuantificarse puede oscilar entre los 1,10 usd y 2 usd por libra.

El café orgánico ofrece mayores cualidades diferenciales que permiten una mejor comercialización y facilita los procesos de fidelización de clientes, por sus condiciones de producción que redundan en la conservación del medio ambiente y ofrece la imagen de una sana bebida para el consumo humano.

Existen mercados potenciales para este tipo de producto, tales como: Alemania, Bélgica,

Canadá, China, Corea del Sur, Costa Rica, España, Estados Unidos, Finlandia, Holanda, Japón, Lituania, Noruega, Reino Unido y Taiwán (Procolombia, s.f.), porque buscan un café sostenible y certificado.

Al concluir la caracterización, el grupo presenta como acciones de mejora para la empresa el desarrollo de un empaque para que el café orgánico de Anzeas entre a nuevos mercados, tanto nacionales como internacionales.

Asimismo, se propone mejorar las condiciones de producción en lo relacionado con la capacidad instalada, para ofrecer volúmenes que permitan enfrentar un mercado internacional.

### **Arepas La Mazorca**

Arepas La Mazorca es una empresa con 20 años de operaciones, que surgió con una idea pequeña de fabricación y distribución de arepas de choclo completamente artesanales, ya que no contaban con maquinaria especializada para realizar su producto.

La empresa inició con una orientación para consumo propio, pero las características del producto permitieron su expansión por todo el municipio y las zonas aledañas. Hoy en día, su producción diaria es de 200 arepas y su fábrica ha tenido algunos procesos de tecnificación, así como el mejoramiento de su planta de proceso, que aunque sigue siendo altamente artesanal, cuenta con todos los requisitos necesarios para la producción de alimentos.

La empresa se encuentra actualmente en el proceso de formalización, cuenta con visto

bueno de Invima, pero no posee registro debido a que la entidad controladora, lo declaró innecesario, por sus condiciones de fabricación artesanal.

Al realizar la investigación en la empresa, el grupo encontró que pese a la calidad del producto, la empresa posee diversos problemas para una comercialización dirigida a segmentos más amplios y en especial al comercio internacional. Dentro de las dificultades se han resaltado las siguientes:

El manejo artesanal de la producción limita en gran medida la eficiencia del proceso; es necesario dedicar mucho tiempo en la elaboración de cada producto, situación que afecta de manera importante los costos de producción.

La presentación del producto no posee una orientación adecuada para los mercados nacionales e internacionales; se sugiere reducir su tamaño, de tal manera que su presentación esté dirigida al consumo personal y no familiar.

El empaque requiere una modificación que permita el cumplimiento de las normas existentes para empaques comerciales. Asimismo, su posible identificación y trazabilidad con códigos de barras, para ser codificados en diferentes puntos de venta.

La empresa debe formalizarse para cumplir con todos los requerimientos de una posible comercialización a escala mayor.

Este producto ha sido considerado por el grupo investigador como de alto potencial, debido a varios factores:

- El producto es considerado como una tradición del municipio; en sus calles, al preguntar por productos representativos es el primero que las personas mencionan y se confirma cuando llegan en su búsqueda personas de otros lugares.
- El producto es enviado a diversos lugares del país, como Cali, Manizales, Medellín y Pereira.

Se concluye que la empresa requiere la asistencia de personal capacitado para desarrollar las potencialidades del producto, mejorar sus condiciones de producción, mercadeo e imagen corporativa, para lograr éxitos contundentes a futuro.

### **Empresa Almidonera Río Sucio**

La empresa almidonera Río Sucio tiene presencia en Anserma desde hace 20 años; realiza su proceso de abastecimiento de materia prima acogiendo la producción de yuca, no solo del área rural del municipio, sino que es necesario por sus volúmenes de producción la participación de varios productores del departamento y de departamentos vecinos. En su planta, ubicada en el municipio de Anserma, se almacena y procesa su materia prima, dando como resultado tres productos que se comercializan en diversos lugares del país.

Sus tres productos están conformados por el afrecho, la mancha y el almidón. El primero es destinado a la comercialización para el consumo animal, en especial el ganado bovino; el segundo es un complemento nutricional para el consumo del ganado porcino y, por último, el almidón de yuca, que es un producto agroindustrial que tiene

diversos usos, entre los cuales podemos mencionar: elaboración de productos farmacéuticos, papel, textiles, industria cosmética, cervecera y alimenticia.

El proceso de producción del almidón es el que requiere la mayor concentración de esfuerzos por parte de la empresa; los otros dos productos (afrecho y mancha) son derivados de la producción de almidón de yuca. El proceso se describe de manera general a continuación:

En primer lugar, un operario arroja la materia prima en la máquina de pelado, que por medio del agua y de la rotación de la misma máquina va realizando el pelado y lavado de la yuca. A continuación, pasa a la máquina de rallado y posteriormente al tamizado donde se le añade mayor cantidad de agua. Es trasladada mediante tuberías a tanques donde toma lugar el proceso de sedimentación.

Según el tipo de almidón que se desee, se continúa con otro proceso. En cuanto al almidón agrio, después de la sedimentación pasa mediante tuberías nuevamente a otros depósitos para su fermentación y posterior secado, a diferencia del almidón nativo, cuyo proceso termina en la sedimentación, pues de ahí pasa inmediatamente al secado. El secado de ambos productos depende exclusivamente del clima, pues esta empresa no tiene máquinas para realizar el proceso.

Las funciones que tiene dicho producto son: panadería cervecera, talcos y otros sectores. Esto puede ser un sustituto del maíz y de la papa; además, se resalta la durabilidad del mismo, pues en las condiciones adecuadas puede durar mucho tiempo para su posterior uso.

Al realizar la visita a la planta de procesamiento se pudo observar que las dificultades que se tienen en este proceso productivo son consecuencia de la carencia de tecnología aplicada a la producción, razón por la cual se observaron diversos “cuellos de botella”, en especial en la parte de trituración del producto, donde las máquinas son insuficientes y hay atascamientos por exceso de material, lo que aumenta el tiempo de espera en la línea de producción.

Por otro lado, se observó que el proceso de secado es realizado sin el uso de maquinaria, lo que disminuye la productividad, debido a las variaciones propias del clima de la zona. Frente al tema del recurso humano, se observa la falta de estandarización del proceso y de elementos de seguridad e higiene industrial, que impactan en el producto final.

El almidón de yuca es un producto con potencialidad exportadora; sin embargo, requiere una producción eficiente en volúmenes apropiados y con bajos costos para tener oportunidades en el mercado mundial.

## **Conclusiones**

El municipio de Anserma, Caldas, representa para sus alrededores un centro comercial y de negocios inmediato, debido a que posee todos los servicios financieros, hoteleros y comerciales que permiten el acceso de todos y el intercambio de bienes.

Las empresas deben buscar su formalización ya que les permite acceder a beneficios que redundan en posibilidades de crecimiento y reconocimiento.

La capacitación de las personas que laboran en las empresas es otro factor que impide la formalización, el desarrollo de nuevos productos, el crecimiento de la producción, el acceso a nuevos mercados y el cumplimiento de todos los requisitos que el mercado exige. Por otra parte, no existe una relación directa entre la producción de las empresas de la zona y el comercio internacional. Se destaca el café, pero se aclara que si bien se exporta grano, esto se realiza por medio de la Federación Nacional de Cafeteros. Tampoco existe una relación con la exportación de servicios proveniente del turismo, renglón de los servicios que pudiera ser exportable.

Finalmente, las empresas del municipio desarrollan sus actividades de manera artesanal, comprometiendo la eficiencia. Se recomienda invertir en tecnología que les permita ser competitivas en mercados nacionales.

## REFERENCIAS

Anserma (2016). *Información General*. Disponible en <http://www.anserma-caldas.gov.co/indicadores.shtml>

Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2007). *Negocios Internacionales* (7ª ed.). México: Thomson.

DANE (2016a). *Proyecciones de la Población*. Disponible en <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

DANE (2016b). *Indicador de Importancia Económica Municipal*. Disponible en [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/Met\\_indicador\\_import\\_economica\\_mpal\\_oct\\_2015.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/Met_indicador_import_economica_mpal_oct_2015.pdf)

DANE (2016c). *Perfil Anserma-Caldas Censo 2005*. Disponible en <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/caldas/anserma.pdf>

Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía* (6ª ed.). México: Mac Graw-Hill.