

UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

# **Regionalismo de inversión colombiano, un enfoque antioqueño**

**Cristiam Edinson Cardenas Echeverry**

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad Ingeniería y Administración, Maestría en Administración  
Palmira (Valle), Colombia  
2019

# **Regionalismo de inversión colombiano, un enfoque antioqueño**

**Cristiam Edinson Cardenas Echeverry**

Tesis o trabajo de investigación presentada(o) como requisito parcial para optar al título  
de:

**Magister en Administración**

Director (a):

Título (PhD.) Alexandra Eugenia Arellano Guerrero

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad Ingeniería y Administración, Maestría en Administración  
Palmira (Valle), Colombia  
2019

### **Declaración de obra original**

Yo declaro lo siguiente:

He leído el Acuerdo 035 de 2003 del Consejo Académico de la Universidad Nacional. «Reglamento sobre propiedad intelectual» y la Normatividad Nacional relacionada al respeto de los derechos de autor. Esta disertación representa mi trabajo original, excepto donde he reconocido las ideas, las palabras, o materiales de otros autores.

Cuando se han presentado ideas o palabras de otros autores en esta disertación, he realizado su respectivo reconocimiento aplicando correctamente los esquemas de citas y referencias bibliográficas en el estilo requerido.

He obtenido el permiso del autor o editor para incluir cualquier material con derechos de autor (por ejemplo, tablas, figuras, instrumentos de encuesta o grandes porciones de texto).

Por último, he sometido esta disertación a la herramienta de integridad académica, definida por la universidad.



**Cristiam Edinson Cardenas Echeverry**

Fecha 05/10/2021

**RESUMEN,****Regionalismo de inversión colombiano, un enfoque antioqueño**

Entender las dinámicas del regionalismo en el contexto nacional permite definir los mecanismos que puedan facilitar la inversión en Colombia. Estos mecanismos son las herramientas necesarias para enfrentar esta temática dentro de las negociaciones de los actuales empresarios ya sean nacionales o internacionales. Centrados en el marco institucional antioqueño, la determinación de que aspectos arraigados en la cultura de la región y la manera en que se encuentra su estructura organizacional impacta en la toma de decisiones de inversión de la región.

La pluralidad económica de la región permite un buen desarrollo de flujo de operaciones en la región lo que consolida con buenos índices sociales y buenas proyecciones de la economía. Las incidencias que aporta el apoyo regional en las negociaciones poseen relevancia, pero dentro de la realidad de las negociaciones se observa la importancia de otras variables determinantes a la hora de la toma de decisiones como aspectos de precio y calidad, donde el primero juega un papel importante dentro del proceso.

La propuesta de inversión en Antioquia va más allá de los factores atractivos de la región, requiere un estudio detallado de los participantes de la negociación, donde la valoración interna posea buenas bases de identificación y control para la ejecución de una correcta decisión.

***Palabras claves: Regionalismo, Antioquia, Decisiones de inversión.***

## ABSTRACT

### **Colombian investment regionalism, an Antioquia approach**

Understanding the dynamics of regionalism in the national context allows us to define the mechanisms that can facilitate investment in Colombia. These mechanisms are the necessary tools to address this issue within the negotiations of current entrepreneurs whether national or international. Focused on the Antioqueñan institutional framework, the determination that aspects ingrained in the culture of the region and the way in which its organizational structure is located impacts on the investment decision-making of the region.

The economic plurality of the region allows a good development of the flow of operations in the region which consolidates with good social indices and good projections of the economy. The impacts of regional support in businesses are relevant, but within the reality of the negotiations we see the importance of other decisive variables when making decisions such as aspects of price and quality, where the former plays an important role in the process.

The investment proposal in Antioquia goes beyond the attractive factors of the region, it requires a detailed study of the participants of the negotiation, where the internal valuation has good bases of identification and control for the execution of a correct decision.

***Keywords: Regionalism, Antioquia, Investment Decisions.***

## CONTENIDO

RESUMEN .....	III
ABSTRACT .....	IV
INTRODUCCION .....	1
1. ANTECEDENTES .....	3
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	5
3. OBJETIVOS .....	8
3.1 Objetivo general .....	8
3.2 Objetivos específicos.....	8
4. MARCO DE REFERENCIA.....	9
4.1 Marco teórico .....	9
4.2 Marco conceptual .....	12
5. METODOLOGIA.....	16
5.1 Identificar aspectos de la cultura y estrategia organizacional que afectan las inversiones en la región antioqueña frente al país, desde la literatura. ....	16
5.2 Caracterizar las incidencias asociadas al regionalismo en el contexto de las negociaciones empresariales dentro del sistema institucional antioqueño.....	18

5.3	Proponer una estrategia a las empresas colombianas que los conduzca a invertir capital en la región Antioqueña. ....	21
6.	RESULTADOS .....	22
6.1	Descripción de los aspectos de la cultura y estrategia organizacional de la región antioqueña. ....	22
6.1.1	<i>Sector demográfico</i> .....	22
6.1.2	<i>Sector sociocultural</i> .....	29
6.1.3	<i>Sector económico</i> .....	39
6.2	Caracterización de las variables institucionales de Antioquia dentro del contexto de las negociaciones empresariales.....	52
6.2.1	<i>Análisis de proceso de recolección de información.</i> ....	53
6.2.2	<i>Resultados obtenidos de la encuesta.</i> .....	60
6.3	Estrategia de inversion en antioquia.....	64
7.	CONCLUSIONES .....	69
i.	BIBLIOGRAFIA .....	71

## LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Variables determinantes de estudio de la investigación .....	17
Ilustración 2 Cronograma del desarrollo de la encuesta. ....	20
Ilustración 3 Proyección de población de Antioquia .....	22
Ilustración 4 Comparación población de Antioquia 2018 .....	23
Ilustración 5 Distribución de Antioquia por sexo. ....	24
Ilustración 6 Comparación de la participación de Hombres en la distribución por sexo de Antioquia versus Nacional .....	25
Ilustración 7 Comparación de la participación de las mujeres en la distribución por sexo de Antioquia versus Nacional.....	26
Ilustración 8 Índice de Juventud Antioquia versus Nacional.....	27
Ilustración 9 Índice de Envejecimiento.....	28
Ilustración 10 Índice de Dependencia Demográfica.....	29
Ilustración 11 Calificación promedio de satisfacción con la vida en general y otros aspectos, en personas de 15 años y más (promedio)* Total nacional y Antioquia 2018.....	31
Ilustración 12 Hogares por número de personas (promedio y distribución %) Total nacional y Antioquia 2018.....	32
Ilustración 13 Hogares con jefatura femenina (%) Total nacional y Antioquia por área 2018. ...	33
Ilustración 14 Hogares con acceso a servicios públicos, privados o comunales (%). Total, nacional y Antioquia 2018.....	34



Ilustración 15 Hogares por tenencia de la vivienda (%). Total, nacional y Antioquia 2018 .....	35
Ilustración 16 Personas que manifiestan estar afiliadas al Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS), total y por regímenes (%) Total nacional y Antioquia 2018. ....	36
Ilustración 17 Personas de 5 a 16 años por asistencia escolar (%). Total, nacional y Antioquia por área 2018.....	37
Ilustración 18 Personas de 17 a 24 años por asistencia escolar (%). Total, nacional y Antioquia por área 2018.....	38
Ilustración 19 Personas de 5 años y más que usan teléfono celular, computador o Internet (%). Total, nacional y Antioquia 2018.....	38
Ilustración 20 PIB Precios constantes de 2015 expresado en miles de millones de pesos .....	40
Ilustración 21 Grupo Antioquia exporta más.....	46
Ilustración 22 Exportaciones, según departamento de origen excluyendo petróleo y sus derivados, valor FOB (Millones de dólares).....	47
Ilustración 23 Importaciones. Valor CIF Millones de dólares.....	48
Ilustración 24 Tasa global de participación, ocupación y desempleo.....	49
Ilustración 25 Comparación índices de Mercado Laboral Nacional versus Antioquia .....	50
Ilustración 26 Coeficiente de GINI.....	51
Ilustración 27 Cargos de la muestra seleccionada dentro del proceso de encuesta. ....	52
Ilustración 28. Estrategia para los futuros inversores. ....	65
Ilustración 29 Antioquia. Propuesta de valor como región.....	68

**LISTADO DE TABLAS**

Tabla 1 Indicadores Demográficos. ....	27
Tabla 2 PIB Precios constantes de 2015 expresados en miles de millones de pesos.....	40
Tabla 3 Comportamiento del PIB de Antioquia. ....	41
Tabla 4 Participación de las actividades económicas de Antioquia .....	44
Tabla 5 Exportaciones, según departamento de origen excluyendo petróleo y sus derivados, valor FOB (Millones de dólares).....	46
Tabla 6 Importaciones. Valor CIF Millones de dólares.....	48
Tabla 7 Coeficiente de GINI.....	51
Tabla 8 Consolidación de la información .....	53



## INTRODUCCION

“Los estudios contemporáneos sobre Regionalismo se han vuelto más numerosos debido a los distintos acercamientos que buscan explicar o entender la realidad de las regiones como unidades de orden mundial” (Falcones, 2016). Centrándose en el contexto colombiano durante los últimos años en la región Antioqueña se presume el manejo de este sentimiento arraigado en su cultura. Si Este factor es un determinante dentro de las decisiones empresariales, debe abordar como las empresas del sector manejan estas incidencias.

Analizar este concepto va más allá de la concepción sociocultural, dado que su impacto económico y empresarial entra con gran relevancia dentro de las negociaciones con los participantes de esta región.

Lo que pretende este trabajo es definir algunas herramientas necesarias para los futuros y actuales empresarios sin distinguir su nacionalidad o ubicación. Para luego así encontrar una manera de cómo abordar el regionalismo de inversión y como prepararse para enfrentarlo convirtiéndolo en una herramienta de ayuda y no como un obstáculo dentro del sistema institucional.

Para analizar el impacto del regionalismo es necesario identificar cuáles son los mecanismos de la estrategia organizacional y la cultura que impactan directamente el sector de la inversión. Además, de un estudio que desde el ámbito profesional se mida el interés de participantes directos frente a este tema para así poder encontrar las

características de esta región frente al manejo del regionalismo y luego pasar a la identificación de un sistema que permita proponer una estrategia que conduzca a la correcta ejecución de inversión en la región.

En este trabajo se encuentra en primera instancia un análisis de antecedentes en base con el regionalismo y su impacto en la región antioqueña desde la literatura, el problema que genera la investigación y las metas que pretende alcanzar esta investigación con el planteamiento de los objetivos. En la segunda parte, se exponen los resultados que arroja la investigación y finalmente, se presentan las conclusiones que genero toda la elaboración del trabajo.

Esta investigación se caracteriza por ser descriptiva y exploratoria, dado que su carácter cualitativo tiene un soporte en cifras cuantitativas en referencia al sector antioqueño. El método implementado es el inductivo dado su relación con la validez particular a conclusiones generales acerca del manejo del tema en la región.

## 1. ANTECEDENTES

Inicialmente el regionalismo surge como el mecanismo para “pensar en sí como un todo, compartiendo las mismas preocupaciones y también la misma identidad y lazos culturales”(Deciancio, 2016). Este se remonta en la historia como resultado de los movimientos independentistas, que conllevan a la construcción de un sistema que abarca la región como un todo. Lo que significa que “el regionalismo constituye en sí un objeto de análisis en la medida que trasciende al estado-nación y a los propios actores de la sociedad civil en su papel en el territorio nacional”(Bizzozero, 2016)

Más allá de la mirada sociocultural, el regionalismo impacta la actividad económica de un país dado que “es una forma de coordinación transfronteriza que articula actores e instituciones en diferentes áreas de política de manera de dar respuesta a problemas comunes”(Riggiozzi & Tussie, 2018) . Visto desde la política económica presenta dimensiones diferentes dado el uso o interpretación que se le dé, lo que deja a la deriva de si es un método que genere mejores condiciones a quien lo aplica.

Centrados en Colombia, se maneja un regionalismo muy marcado, el cual busca una mayor liberación comercial como un primer intento para relacionar los fundamentos teóricos de la nueva geografía económica con modelos espaciales de equilibrio general. Basados en Haddad, Bonet, Hewings, & Perobelli, (2008):

Para analizar la distribución de la actividad económica colombiana en el espacio utilizando los supuestos tradicionales de los modelos de equilibrio general computable tiene poco sentido, especialmente cuando una unidad territorial., Bogotá, concentra más de una cuarta parte del PIB y cuando se tienen, en comparación con los estándares europeos o norteamericanos, costos de transporte elevados y poca integración espacial. Lo anterior hace necesario incorporar las imperfecciones del mercado y el componente espacial en el análisis de la creciente participación de Colombia en los mercados externos. El documento se desarrolla utilizando el modelo del Centro de Estudios Económicos Regionales (CEER), un modelo espacial de equilibrio general computable para la economía colombiana, que incorpora rendimientos no constantes a escala y costos de transporte distintos al tipo iceberg. Los resultados de los ejercicios de simulación confirman los impactos asimétricos de la liberalización del comercio sobre una economía, en la que Bogotá puede explotar en mayor grado las economías a escala que el resto del país. El análisis también revela la importancia de las diferentes hipótesis sobre la movilidad de factores y el papel de los precios para comprender mejor las consecuencias de abrir la economía al comercio internacional en un país en desarrollo.

Otros estudios y artículos asociados a la temática del proyecto son los estudios socioeconómicos de regiones, los cuales a partir de una línea de tiempo de investigaciones centradas en el país, buscan “retos de trascendencia para reconducir la política de desarrollo del país hacia derroteros que favorezcan una mayor equidad en la distribución de los beneficios del crecimiento económico y del desarrollo social en ámbitos regionales”(Vivas, 2011).

## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

*¿Cómo incide el regionalismo Antioqueño en los procesos de inversión en el contexto colombiano?*

*¿Cómo deben las empresas abordar sus incidencias?*

El problema principal del proyecto es dilucidar como el regionalismo entendido como la tendencia a favorecer las aspiraciones de una región, afecta las inversiones en el contexto colombiano. Dicha lógica en nuestro país incide en los procesos de inversión conocidos como “fronteras de inversiones”. Este fenómeno económico se caracteriza porque las regiones en afán de su crecimiento enclaustran sus inversiones a actores de la misma área territorial. En una revisión de crecimiento económico colombiano, se esclareció que una de las cuatro regiones principales dónde el regionalismo tiene mayor incidencia para la inversión es la región antioqueña, aunque el regionalismo no es abiertamente declarado.

( Haddad, Bonet, Hewings, & Perobelli, 2008).

Al realizar una observación superficial, inquieta como está sectorizada la inyección de capital, la comercialización y la compra de bienes y servicios. Motivo por el cual aparece entonces otra interrogante ¿cómo romper con esquemas de regionalismo que afectan las inversiones en el contexto colombiano?



Esta intervención regional y esta rivalidad no abiertamente declarada, impacta de manera negativa en la comercialización de toda clase de productos entre regiones. Cuestión que afecta el crecimiento del mercado y el ingreso de multinacionales a la nación. Algunas de estas multinacionales presentan estudios débiles o nulos del mercado junto con políticas centralizadoras que no dan cuenta del mercado no declarado regionalismo colombiano, impidiendo de esta manera el crecimiento esperado dejando a la palestra otras preguntas que posteriormente puede encarrilar los objetivos del proyecto ¿Cómo romper con esquemas de regionalismo que afectan las inversiones en el contexto colombiano?

Adicionalmente, desde la parte empírica como profesional en diferentes empresas nacionales, cómo esta intervención regional, y esta rivalidad no abiertamente declarada entre empresarios de las diferentes regiones del país, impactan de manera negativa en la comercialización de toda clase de productos entre las regiones. Cuestión que afecta el crecimiento del mercado y el ingreso de multinacionales a la nación. Algunas de estas multinacionales presentan estudios débiles o nulos del mercado junto con políticas centralizadoras que no dan cuenta del mercado no declarado regionalismo colombiano, impidiendo de esta manera el crecimiento esperado dejando a la palestra otras preguntas que posteriormente puede encarrilar los objetivos del proyecto.

¿Qué mecanismos adoptar para mitigar los efectos del regionalismo en el contexto nacional y en las empresas que operan en el país? y ¿De qué manera se puede facilitar la inversión en Colombia?

Lo que pretende este trabajo es definir algunas herramientas necesarias para los futuros y actuales empresarios nacionales e internacionales. Seguidamente aclarar cómo abordar el regionalismo de inversión y como prepararse para enfrentarlo. Sumado a esto el desarrollo del

trabajo aborda como este fenómeno impide el crecimiento de las compañías nacionales y multinacionales en determinadas partes del territorio colombiano.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo general**

Determinar cómo las empresas del sector antioqueño pueden abordar las incidencias asociadas al regionalismo en el contexto colombiano.

#### **3.2 Objetivos específicos**

Identificar aspectos de la cultura y estrategia organizacional que afectan las inversiones en la región antioqueña frente al país, desde la literatura.

Caracterizar las incidencias asociadas al regionalismo en el contexto de las negociaciones empresariales dentro del sistema institucional antioqueño.

Proponer una estrategia a las empresas colombianas que los conduzca a invertir capital en la región Antioqueña.

## **4. MARCO DE REFERENCIA**

### **4.1 Marco teórico**

Este trabajo se enmarca en el abordaje teórico de la Estrategia Organizacional con base a la escuela estructuralista estudiada a fines de los años 1950, y muy específicamente de las estrategias de expansión; ya que busca definir estrategias para la inversión regional, de las empresas antioqueñas o en las empresas Antioqueñas. En primer lugar, es importante reconocer que es una estrategia, esta no posee una definición universal como el concepto de inversión u organización; sin embargo, según Burke (2005) este concepto responde al patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, teniendo en cuenta la distribución adecuada de recursos, y un plan de acción que ponga en práctica todo lo anterior. Como parte fundamental de la expansión, es necesario que las empresas tengan presente el costo de cada objetivo a lograr, por qué sin duda esto dará el horizonte o ruta de acción. Según Hernández, (2011) también se requiere, un adecuado proceso administrativo, creando una visión estratégica, estableciendo objetivos, formulando estrategias para implementar y ejecutar dentro de determinada empresa.

En la búsqueda de estrategias de expansión, se deben involucrar las estrategias como desarrollo de fortalecimiento empresarial, estas se pueden conceptualizar según Porter (1996) como fuente de desempeño superior en las organizacionales, que involucra la eficacia

operacional mediante herramientas y técnicas de gestión. Porter menciona que la estrategia puede establecer el aumento de la competitividad en una empresa, siempre y cuando este bien estructurada y se enfoque en las problemáticas o metas de las áreas organizacionales. Del mismo modo, el autor plantea que el concepto de estrategia es amplio, y siempre deberá estar direccionado a la relación de distintas actividades para entregar una mezcla única de valor empresarial.

Con base a esto, es determinante reconocer que la estrategia organizacional unifica e integra diferentes decisiones, acciones, planes, propósitos y crea una sola ruta de actuación teniendo en cuenta, como lo menciona Riquelme (2018) los objetivos generales y específicos, la misión y la visión de la empresa que con frecuencia no es concerniente con los proyectos, y por lo tanto este tipo de estrategia los toma como parte del modelo de implementación empresarial. Es por esto que, la estrategia organizacional con enfoque de expansión debe crearse a partir de ciertas pautas o etapas de construcción; (1) corresponde al análisis estratégico que se debe desarrollar para comprender la situación actual de la empresa, (2) el planeamiento estratégico realizando énfasis en la selección de los propósitos, objetivos y metas que se desean alcanzar, (3) la implementación estratégica considerando que es el momento donde se establecen los planes con la información prevista en los análisis anteriores y (4) el control estratégico, el cual determina una fase de seguimiento donde se pueden desarrollar ajustes o correcciones al plan realizado.

Por lo tanto, las estrategias que deben formular las empresas colombianas para invertir en la región Antioqueña o cualquier región de Colombia, tendrían que centrarse inicialmente en el producto, la estructura de la empresa y la región donde se quiere crecer, revisando el mercado la competencia y donde puede ser el mejor oferente, teniendo en cuenta la importancia de la

especialización en el producto que se desea vender, ya que de esta manera se puede buscar la facilidad de acuerdo a la accesibilidad con el fin de, vencer la barreras de entrada. De esta manera, es crucial comprender dentro de estas posturas el por qué la estrategia debe llegar a acoplarse a cierto entorno, para esto se estudia el concepto de estructura organizacional mediante la concepción de la escuela estructuralista y los autores que la acompañaron. Caicedo (2015) explica dentro de su estudio que el enfoque de esta escuela se encuentra direccionado hacia la pretensión de equilibrar recursos en una determinada empresa, prestando atención a la estructura como base sólida gerencial y al recurso humano como fuente primordial de desarrollo. Dentro de la escuela estructuralista, se encuentra a Max weber como principal exponente, este importante sociólogo y economista alemán dentro de sus estudios, apporto que la estructura puede entenderse como una estratificación social del poder, la Universidad Carlos III (2008) planteo bajo las posturas de Weber, que esta puede estar relacionada con la distribución de poder en una sociedad.

Mintzberg coautor de la escuela, mencionó que la estrategia organizacional de una organización puede basarse en cinco elementos pertinentes, pero esto no quiere decir que una empresa los deba cumplir todos a cabalidad, estos son los siguientes:

- Cumbre estratégica: corresponde a la visión global de la empresa de modo jerárquico
- Línea media: formada por supervisores para asignar tareas con el fin de lograr y alcanzar los objetivos propuestos por los superiores
- Estructura técnica o tecnoestructura: estandarización de procesos de trabajo mediante un control gerencial
- Núcleo de operaciones: conjunto de operarios encargados de cumplir las tareas de producción o provisión de servicios. Son los que mantienen en pie a la organización.

La estrategia organizacional, por ende, para permitir el desarrollo de inversión debe estar en funcionamiento para alcanzar los objetivos de expansión que se desea lograr, puesto que esta se encarga de dar solución a interrogantes ¿Cómo?, ¿Qué? Y el ¿Por qué? Del negocio, y estas soluciones se basan en la plataforma estratégica de la organización, fomentando además la similitud a la demanda, gustos y preferencias del cliente.

Después de generar una estrategia organizacional, como sistema de ayuda para el control de esta se debe implementar estudios que abarquen una proyección de lo que pueda generar el futuro, es decir, análisis de escenarios prospectivos.

Estos escenarios sostienen unas estrategias esenciales, las cuales sirven “para ofrecer escenarios alternativos (“¿hacia dónde ir?”), su evaluación estratégica (“¿por dónde conviene ir?”) y su planeación táctica (“¿cómo?”, “¿cuándo?”, “¿con qué?” y “¿con quién?”)” (Miklos & Arroyo, 2008). Estas medidas como sistema de ayuda para evaluar la viabilidad dentro de las decisiones de inversión de las organizaciones.

Este sistema de planeación “permite hacer una elección de las decisiones más adecuadas, puesto que disminuye la incertidumbre, minimiza los riesgos y determina los resultados, marcando los rumbos de acción”. (Kerguelén, 2007).

## **4.2 Marco conceptual**

Al analizar los estudios previos del regionalismo en el territorio colombiano se puede describir como esto genera una influencia directa sobre el consumidor final, lo que genera un comportamiento que afecta el nivel de rotación de los productos elaborados dentro del giro ordinario del país, para ser más específicos, en las compras de las organizaciones en la región Antioqueña. Para desarrollar la investigación se manejará una recopilación de estudios sociales,

políticos y culturales hasta llegar al tema económico, que son la destinación de los recursos con los que operan las compañías.

Lo primero que hay que definir es el concepto de regionalismo desde la definición más sencilla de la palabra: “Tendencia o doctrina política según la cual en el gobierno de un Estado debe atenderse especialmente al modo de ser y a las aspiraciones de cada región. 2. m. Amor o apego a determinada región de un Estado y a las cosas pertenecientes a ella. 3. m. Vocablo o giro privativo de una región determinada”. (Sánchez y Escribano, 1940).

En esta mirada de documentos relacionados con regionalismo, se definen varios tipos de acepciones este concepto de acuerdo con su mirada. En Riggiozzi & Tussie, (2018):

“todas estas definiciones están ligadas indirecta o directamente en la toma de decisiones de carácter económico en las organizaciones. Aunque alguna de estas miradas es de carácter internacional, se puede tomar estos estudios como fundamento teórico para poder estudiar a fondo la percepción de regionalismo desde Suramérica. El cual expone que el orden regional vive en puja y reconfiguración permanente”. Las pujas permanentes entre regiones por diversos motivos demuestran la rivalidad y esto definitivamente impacta en las inversiones “a quien le compro y como le compro”.

El regionalismo desde el punto de vista político empalma o influye en las decisiones económicas de las empresas, por esta razón se debe dar una mirada en retrospectiva a este aspecto. “El regionalismo también puede manifestarse geográfica y políticamente como un espacio común para la deliberación de políticas *más allá y por encima* de los estados”.

(Riggiozzi & Tussie, 2018) Lo que significa que puede tocar todo lo que nos relaciona como sociedad y este impacto abarca distintas variables que van desde diferentes puntos de vista.



Gómez Rivera ( 2015) permite identificar las principales diferencias regionales en la productividad por sectores para la industria colombiana durante el periodo 1992-2010, realizados con datos de la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) para nueve áreas metropolitanas y sectores de actividad (CIU a dos dígitos) permite vislumbrar el comportamiento del país, los sectores económicos colombianos y los ingresos que esto representa tienen gran influencia en lo que ha regionalismo se refiere, los sectores agrícolas, manufactureros, comerciales representa los arraigos económicos, derivando en la competitividad factor que afecta las inversiones.

“La discusión sobre qué define y cómo se manifiesta el regionalismo dista de ser un debate sin ser terminado. Hay una tendencia a trivializar el rol que cumple, particularmente en los espacios regionales flexibles sin compromisos supranacionales, donde las circunstancias y consideraciones nacionales pueden prevalecer y antagonizar” (Riggirozzi & Tussie, 2018).

La manera en que se ha trivializado el regionalismo también amerita un análisis cuantitativo para darle sustento a este trabajo de profundización. Este debe de ser fundamentado con la investigación de la dirección de los recursos de las organizaciones en la región Antioqueña la cual se busca ahondar.

Para dar una mirada desde sus inicios es importante enmarcar los antecedentes regionalistas en Colombia, y como después de la disolución de la gran Colombia se desarrolló (Universidad Nacional de Colombia & Zabala, 2017) en dos ensayos tempranos de Juan José Nieto: regionalismo y la cuestión federal (1835-1838).

Las organizaciones o gremios regionales deben de ser indispensable ayuda para poder entender el entorno de las organizaciones y como se interrelacionan con el regionalismo del consumidor. La importancia que estos le agregan al regionalismo es fundamental desde la mirada

económica del gremio el cual se estudie, regionalmente hay organizaciones más influyentes que otras, en estas se aposenta más el poder y el regionalismo se resalta en mayor medida (Agrawal, 2012).

Indiscutiblemente los recursos destinados políticamente para el desarrollo de las regiones, influye en los niveles de crecimiento económico de las personas y las empresas, las decisiones políticas profundizan más este fenómeno (Vivas, 2011). El impacto político en el desarrollo de las regiones es relevante al momento del crecimiento comercial de las organizaciones, por esta razón la importancia política a lo que crecimiento económico significa en las organizaciones.

## 5. METODOLOGIA

Se pretende alcanzar los objetivos de este proyecto, basándose en una investigación exploratoria y descriptiva, lo que conlleva al uso de estudios plenamente desarrollados lo que permite un enfoque de estudio de tipo cualitativo, claramente apoyado en cifras cuantitativas de inversiones del sector antioqueño.

Para desarrollar esta investigación el método seleccionado será el inductivo dado que “se lo conoce por los procedimientos utilizados para llegar de lo particular a conclusiones generales a base de la información de la muestra” (Andrade Zamora, Machado, Zambrano, & Ronald., 2018).

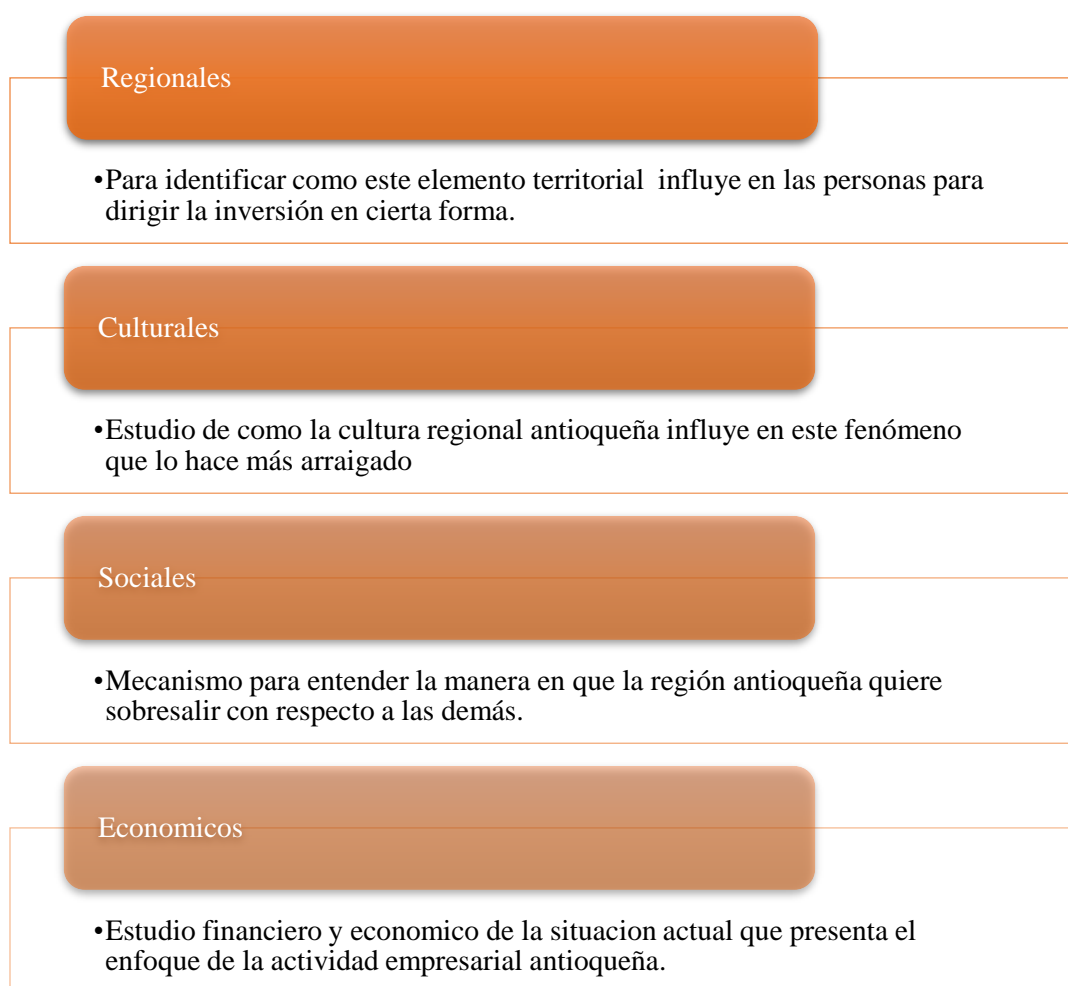
El desarrollo metodológico será identificado dada la siguiente división:

### **5.1 Identificar aspectos de la cultura y estrategia organizacional que afectan las inversiones en la región antioqueña frente al país, desde la literatura.**

La categoría descriptiva abarca una aplicación de un “conjunto de procesos y procedimientos lógicos y prácticos que permiten identificar las características de una población, lugar, o proceso social, económico, ambiental, cultural o político. Además de plantear relaciones complejas entre los factores y/o actores identificados” (EPPUMER, 2013) .

Las fuentes de información que darán viabilidad a este proceso de investigación serán de tipo secundarias, dado que la captación de esta no se realizara de manera directa. Se pretende recolectar datos de inversiones de la región, lo que conlleva al estudio de las siguientes variables:

**Figura 1 Variables determinantes de estudio de la investigación**



**Fuente: Elaboración propia.**

La construcción de este análisis lleva una serie de estadísticas que son objeto de estudio por la Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), La Cámara de Comercio de Medellín, Estudios empresariales de Kantar Media, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, entre otras bases.

Las estadísticas realizadas por los entes mencionados con anterioridad poseen un limitante en cuestiones de relevancia periódica, es decir, la información que ya es verídica en cuestión de datos se encuentra con referencia a una fecha no tan cercana a la realidad.

La extracción de la información conllevará a la aplicación del método de la síntesis y de la lógica, los cuales permitirán a partir de los datos arrojados analizar a fondo para poder generar una idea de la situación de la región antioqueña frente a sus aspectos de cultura y estrategia organizacional en las inversiones.

## **5.2 Caracterizar las incidencias asociadas al regionalismo en el contexto de las negociaciones empresariales dentro del sistema institucional antioqueño.**

El impacto que se busca encontrar dentro de las negociaciones institucionales se llevará a cabo gracias al sistema de implementación de una encuesta impartido por el método de muestreo no probabilístico, donde se selecciona un grupo de encuestados de la población antioqueña, que hacen parte de instituciones de la región.

Esta muestra seleccionada tiene integrantes claves en la toma de decisiones de inversión y cargos de liderazgo corporativo.

La información que se obtendrá serán fuentes de tipo primarias dado el vínculo directo con los encuestados. El cuestionario para desarrollar este objetivo será el siguiente:

### **CUESTIONARIO**

**Objetivo de la encuesta:** Determinar cómo las empresas pueden enfrentar las incidencias asociadas al regionalismo en el contexto colombiano desde un enfoque de inversión Antioqueño.

Las siguientes preguntas se han hecho con el objetivo de obtener información para desarrollo de una investigación, la cual tiene como temas a tratar la importancia de la cultura en

la región antioqueña, la caracterización del regionalismo en el contexto nacional y las incidencias del regionalismo en la inversión.

**I.** Al momento de tomar la decisión de compra, prefieres productos:

Locales       Nacionales       Internacionales

Le es indiferente

**II.** Para ti, ¿Por qué es importante comprar productos locales?

**III.** ¿Cuáles son tus criterios de compra para cualquier tipo de producto?

**IV.** ¿Es importante para ti, el regionalismo de tu ciudad para la compra final?

**V.** ¿Cuál es la incidencia antioqueña en los procesos de comercialización de productos?

Alta     Media     Mínima     No hay incidencia

**VI.** En los procesos de inversión, es pertinente:

La utilidad del proceso de negociación

La cultura de las partes dispuestas para la inversión

La amabilidad de las partes dispuestas para la inversión

Otra, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**VII.** ¿Cuál es tu mecanismo para invertir en una empresa colombiana?

**VIII.** ¿Cuáles son los factores que han incidido en su cultura de compra?

Precio

Origen del producto y/o servicio

Utilidad del producto y/o servicio

Servicio al cliente al momento de la venta del producto y/o servicio

- IX.** ¿Qué ventajas y desventajas encuentra usted entre un producto local y uno importado?
- X.** ¿Cuál es la estrategia que debe seguirse para invertir en Colombia?
- XI.** ¿Cuáles son los factores que identificas en el regionalismo antioqueño?
- XII.** ¿Cuáles son los productos/servicios que comúnmente compras para apoyar tu región?

La recolección de esta información se pretende alcanzar en determinadas fechas, las cuales iniciarían en el mes de abril de 2020 después de esto se coteja la información con los estudios obtenidos y se plantea el desarrollo teóricamente sustentable de este proyecto.

El limitante que llevo a que este proceso se realizara en un modelo de vinculo virtualizado, donde por medio de correo electrónico se consolido el proceso de entrevista, además de llamadas telefónicas que permitieron el acercamiento con los encuestados, este sistema fue el determinado a partir de lo permitido dentro del contexto de la cuarentena nacional donde por el COVID19 llevo a replantear el mecanismo de vinculación con los encuestados.

Las fechas para la ejecución de este proceso son las siguientes:

**Figura 2 Cronograma del desarrollo de la encuesta.**

Lunes, 6 de abril de 2020	Lunes, 13 de abril de 2020	Martes, 21 de abril de 2020
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Llamada de exposicion de la propuesta investigativa y explicacion del proceso de encuesta.</li> <li>•Envio del cuestionario a los encuestados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recoleccion de cuestionarios diligenciados de forma virtual.</li> <li>• Tabulacion de los resultados obtenidos en las encuestas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis de los resultados que conllevaron a la caracterizacion de las incidencias que genera el regionalismo.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia.*

### **5.3 Proponer una estrategia a las empresas colombianas que los conduzca a invertir capital en la región Antioqueña.**

Las decisiones de inversión conllevan a la aplicación de un sistema que permita decidir a la región Antioqueña como candidata predilecta dentro del proceso de negociación institucional.

De acuerdo con las características que presenta este trabajo el enfoque determinado es el cualitativo, dado que este se orienta en los factores que desarrollan la toma de decisiones para determinar una estrategia.

Con esto se recurre a una investigación con base en estudios de información secundaria, donde se evalúan los aspectos de valoración de organizaciones, donde la mentalidad estratégica que propone Serna, O. L. G. (2003), evalúa el contexto no solo del entorno si no también un estudio exhaustivo de la entidad misma frente a lo que requiere su objetivo básico financiero, durante todo proceso de valoración se debe contar con un sistema de evaluación y gerencia del proyecto de inversión que basados en Vélez, G. A. (2014):

“Todo proyecto debe contar con una instancia que siempre lo mire como un todo: en su inicio, cuando se constituye y planifica; durante su ejecución, periodo que se caracteriza por la ocurrencia frecuente de cambios; y al final, cuando todo se debe cerrar”.

Además, la estrategia debe poseer aspectos de estudios prospectivos para determinar el posible impacto de variables de escenarios alternativos, como medida de prevención dentro de las decisiones de inversión a efectuar con la implementación de la estrategia.

Después del análisis de los temas mencionados con anterioridad, se dispone a utilizar el método lógico para proponer una estrategia que permita alcanzar el objetivo planteado.



## **6. RESULTADOS**

### **6.1 Descripción de los aspectos de la cultura y estrategia organizacional de la región antioqueña.**

Entender las dinámicas en la que se desarrolla la región antioqueña conlleva como primer mecanismo del proyecto realizar un análisis detallado del comportamiento regional, este a partir del estudio de distintos sectores los cuales permitirán entender el contexto donde se desarrolla la región comparada con el patrón de comportamiento del país.

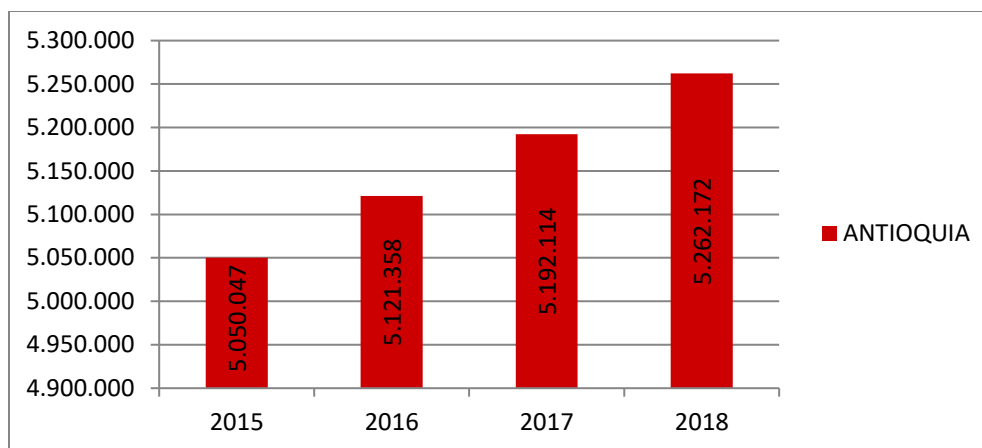
#### ***6.1.1 Sector demográfico***

Analizar la población, dada su dimensión, estructura y evolución permitirá entender la dinámica y el comportamiento dentro de toda la región.

##### ***6.1.1.1 Tamaño y crecimiento de la población.***

Antioquia ha presentado el siguiente comportamiento de crecimiento, estudio presentado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

***Figura 3 Proyección de población de Antioquia***

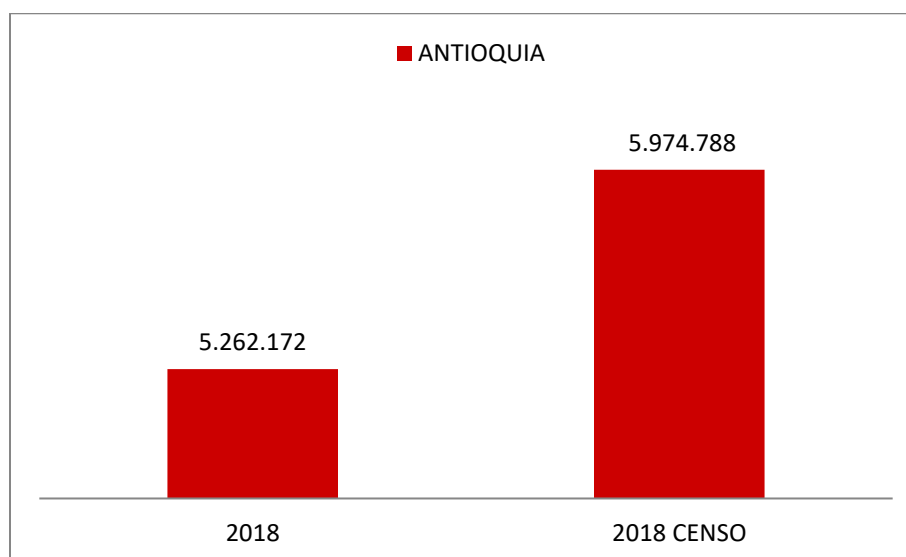


***Fuente: DANE-ESTIMACIONES DE POBLACIÓN 1985-2005 (4) Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2005-2020 NACIONAL Y DEPARTAMENTAL.***

La grafica anterior corresponde a las cifras proyectadas por el DANE, lo que presenta una diferencia para el año 2018 comparado con el gran censo nacional efectuado por la misma entidad.

El censo aterrizo a la realidad de la región lo cual genero un contraste con lo que se tenía pensado en el número de la población, dado esto nos lleva a la siguiente gráfica:

***Ilustración 4 Comparación población de Antioquia 2018***



***FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)***

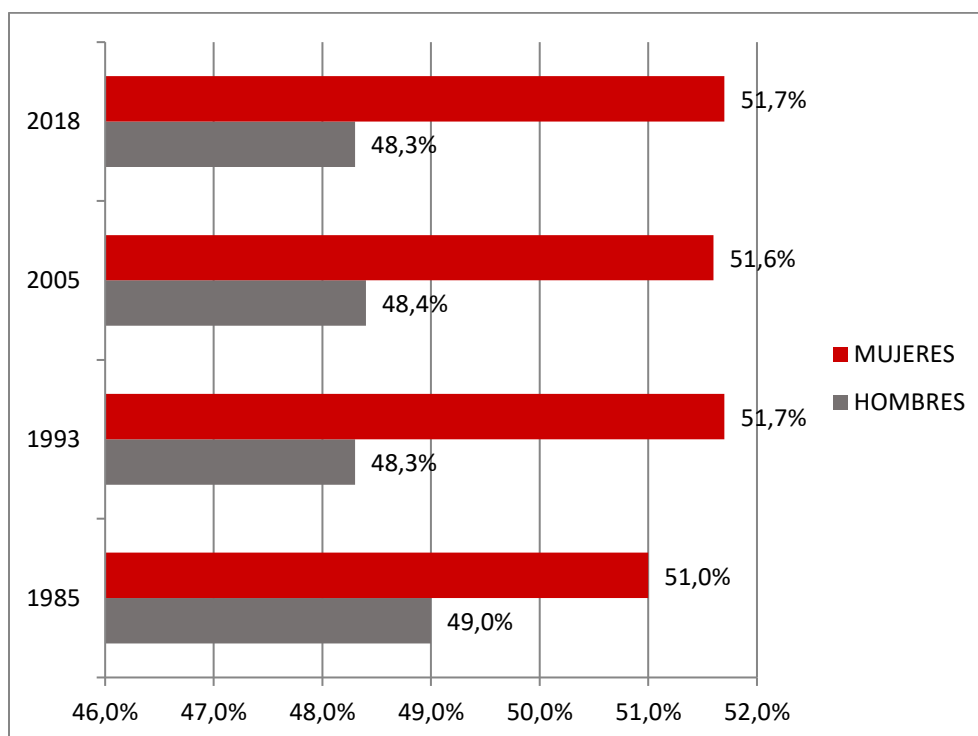
Los resultados del censo efectuaron una diferencia de 712.616 personas comparado con la proyección ejecutada para Antioquia.

La región comparada con el total nacional tiene un nivel de participación del 12% para el año 2018. A lo largo de los años este nivel de participación ha tenido un crecimiento mínimo, pero ha sido constante.

### ***6.1.1.2 Distribución de la población por sexo.***

Esta distribución permite un conocimiento más preciso de la población, esto en busca del conocimiento de cómo se desarrolla la dinámica de la región. La distribución de Antioquia es la siguiente:

***Figura 5 Distribución de Antioquia por sexo.***

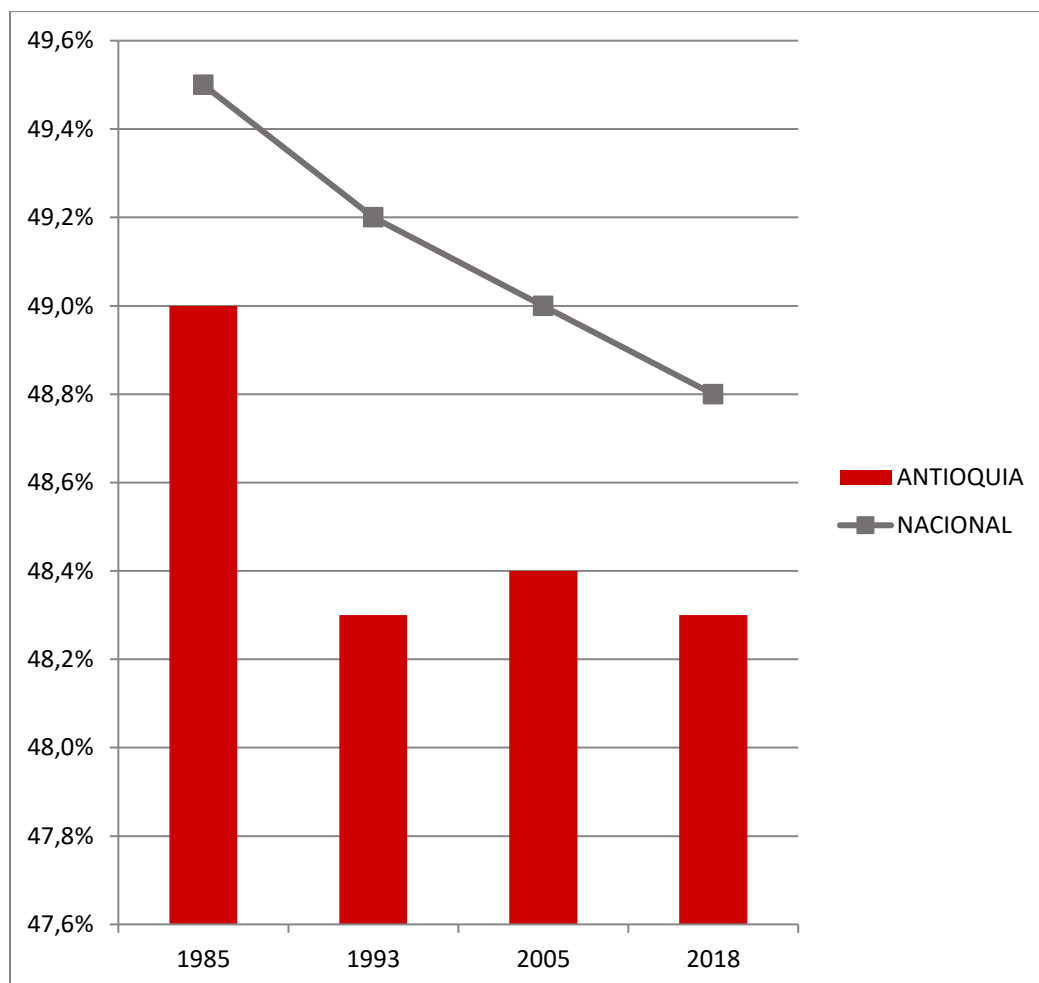


***FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)***

Antioquia se caracteriza por el gran impacto de las mujeres en su distribución, donde llevan un poco más de la mitad de la población de la región, esta situación analizada durante los periodos de tiempo de la gráfica presenta el mismo comportamiento a la fecha, donde las variaciones son relativamente mínimas.

La distribución por sexo de Antioquia comparada con los resultados nacionales desarrolla lo siguiente:

***Figura 6 Comparación de la participación de Hombres en la distribución por sexo de Antioquia versus Nacional***

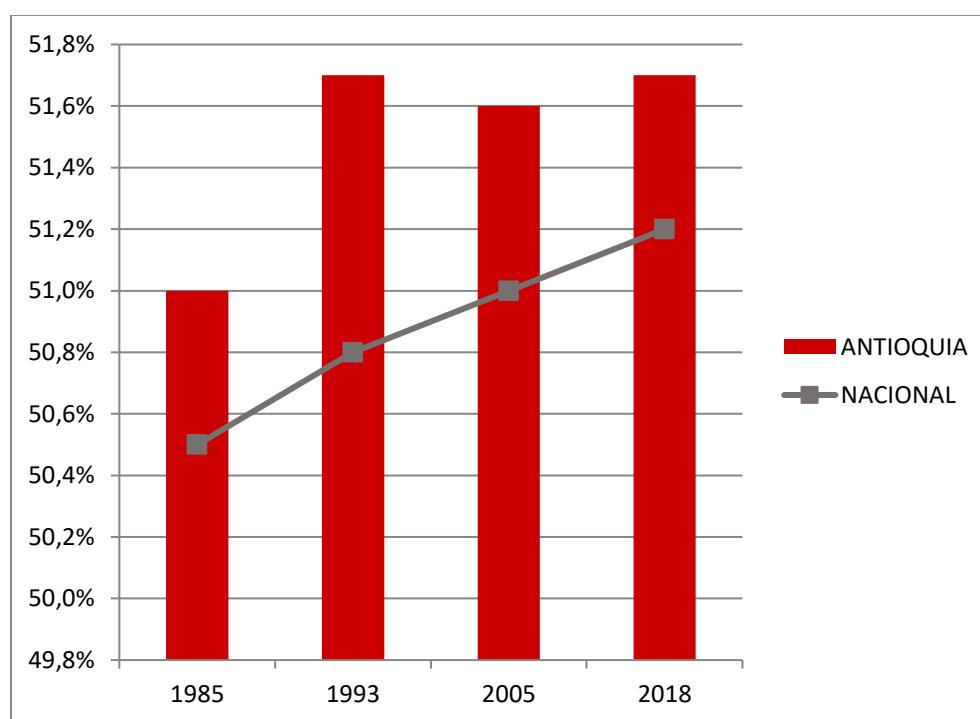


***FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)***

El nivel de participación de los hombres en la región de Antioquia se encuentra en menor nivel comparado con el nivel nacional. Donde el año 2018 es el año con menor participación en la línea de tiempo estudiada.

El nivel de las mujeres presenta un caso contrario a los hombres dado lo siguiente:

**Figura 7 Comparación de la participación de las mujeres en la distribución por sexo de Antioquia versus Nacional.**



**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)**

Las mujeres en el estudio presentan valores de participación mayores al nivel nacional, donde para los años 2018 y 1993 presentan 51,7% ambos periodos mayores comparado con el 51,2% y 50,8% respectivamente del nivel nacional, siendo estos las mayores diferencias con el referente total del país.

### 6.1.1.3 Indicadores demográficos.

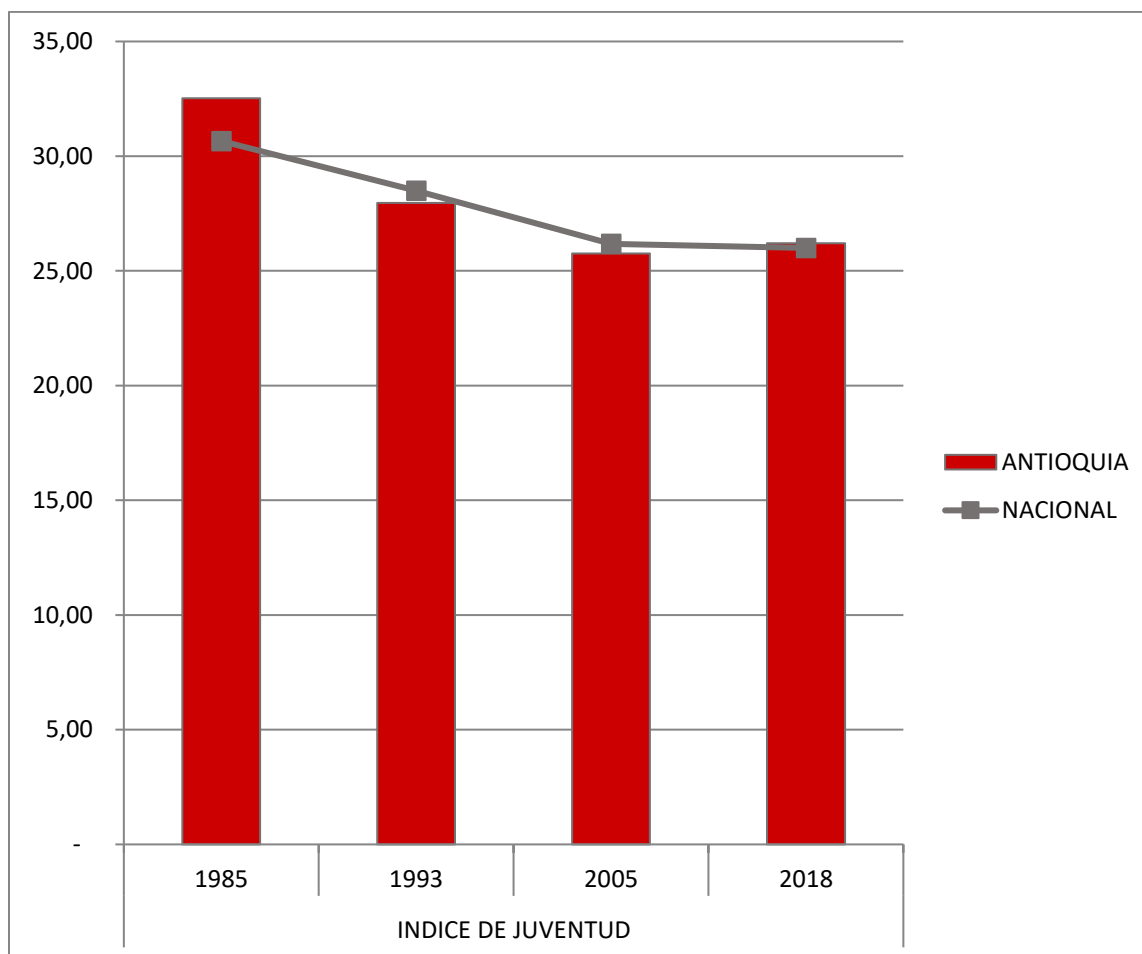
Los indicadores demográficos para la región son los siguientes:

**Tabla 1 Indicadores Demográficos.**

INDICADOR	1985	1993	2005	2018
<b>Índice de juventud</b>	32,52	27,96	25,76	26,20
<b>índice de envejecimiento</b>	17,25	21,64	31,96	72,54
<b>índice depen. Demográfica</b>	67,29	68,24	62,28	51,56

**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)**

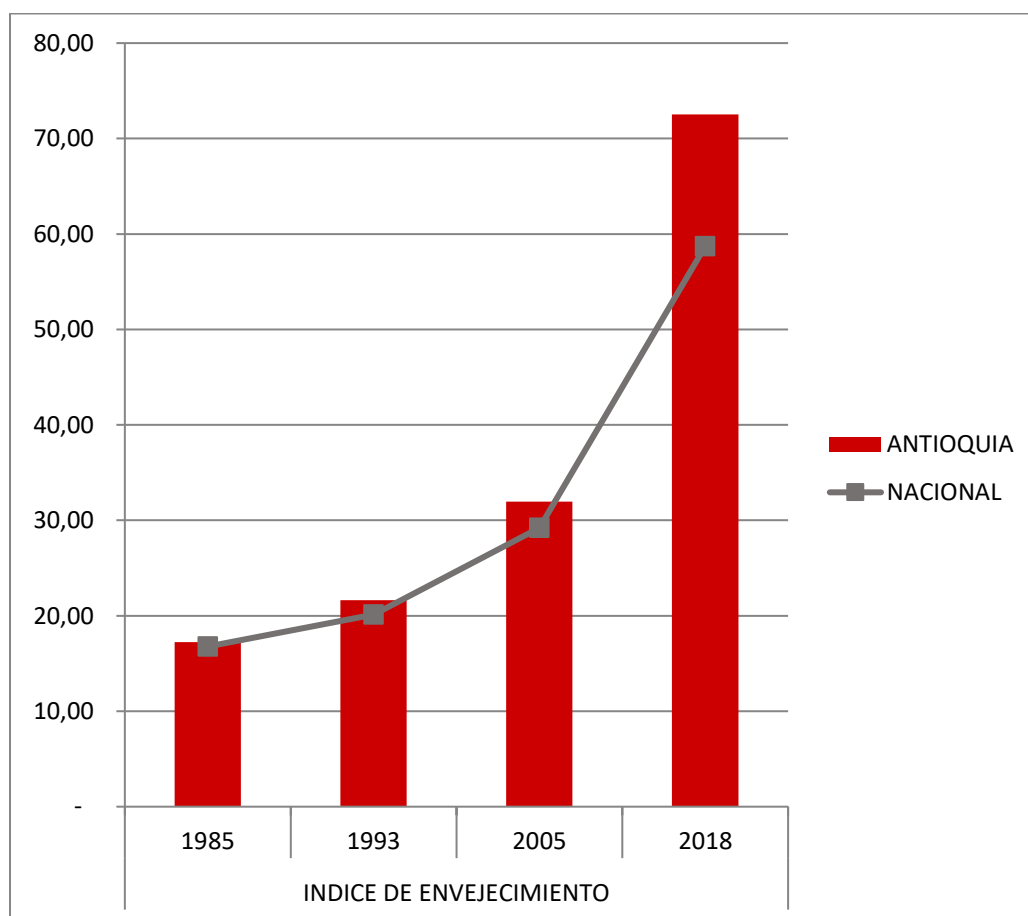
**Figura 8 Índice de Juventud Antioquia versus Nacional**



**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)**

Este índice presenta una disminución constante hasta el año 2005, dado que para el año 2018 presenta un leve crecimiento, esto quiere decir que la proporción de personas de menor de 15 años se encuentra en menor cantidad comparada con el total de la población. El resultado de Antioquia va en sincronía con el total nacional del país. Además, de la mano de la tasa de natalidad del país, donde se puede ver la disminución significativa, esto impactaría directamente en la renovación generacional y conllevaría a este índice a reducir.

**Figura 9 Índice de Envejecimiento**

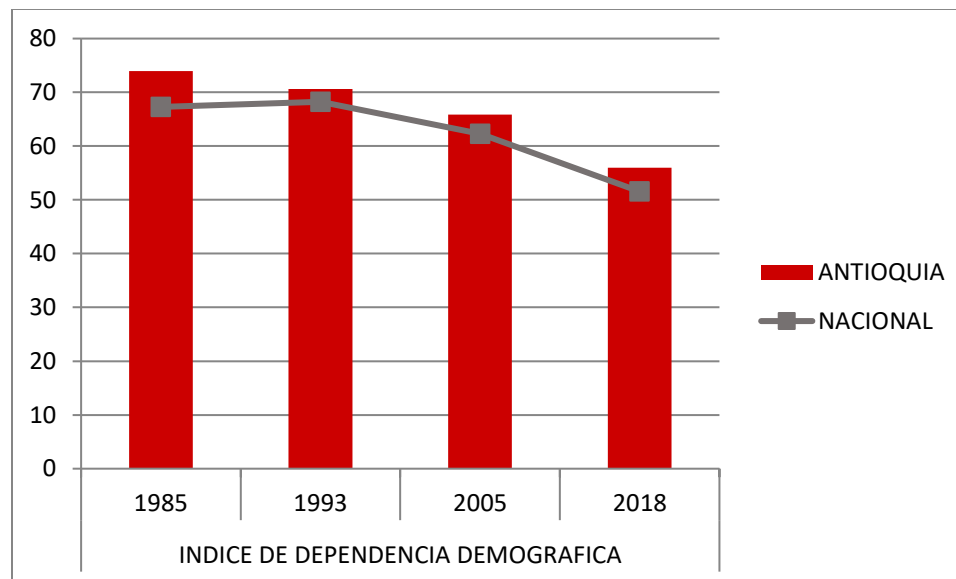


**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)**

Este índice mide la participación de las personas mayores de 65 años sobre la población total, lo que va de la mano con el índice anterior se puede analizar el relevo generacional que está

pasando en la región donde cada vez son más los adultos mayores. Antioquia para el año 2018 tuvo su máximo valor con 72,54 lo que predispone a una mayor concentración de adultos mayores en el departamento. Pero el panorama de Antioquia va de la mano con el del país hasta el año 2018, donde la región se posiciona con un valor con mayor participación que este.

**Figura 10 Índice de Dependencia Demográfica**



**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2019)**

La dependencia demográfica tiene un comportamiento hacia la baja en el índice dado la disminución de la población en edad inactiva, dado que esta se mide frente a la población en edad activa la cual sería el ente generador de dependencia. Como las edades inactivas están siendo disminuidas por la disminución en la natalidad no solo de la región sino en igual sincronía con el país.

### **6.1.2 Sector sociocultural**

Después de entender la composición de la población se pasa al estudio de cómo se comporta esta región como consumidor y los aspectos de su calidad de vida.



### ***6.1.2.1 Consumo de la región Antioqueña.***

Los hábitos de consumo son un factor importante en el análisis de la región.

Kantar Worldpanel (2019) determino que el consumidor esta cambiando su estrategia de abastecimiento dado que este esta visitando en mayor medida los canales de compra. Lo que conlleva a una disminucion en la lealtad al canal dado que se prioriza el consumo dadas las necesidades y prioridades.

Otro factor determinante es el aumento de los canales informaticos, donde la tecnologia ha ido tomando espacio en el flujo de operaciones de los canales de compra. Este proceso de digitalidad ha crecido dada la intensificacion del uso de las tarjetas, donde la probabilidad de pago digital es una realidad cada vez con mayor auge.

“El monto de las transacciones con tarjeta creció 240% en 10 años en el país. Los nuevos clientes intensificaron el uso de la tarjeta para pagos de bajo valor” (RESEARCH, 2019).

Antioquia se identifica por hábitos de consumo de tradición, es decir, las costumbres que caracterizan las compras son direccionados a la alimentación tradicional de la región. Según KANTAR COLOMBIA(2019):

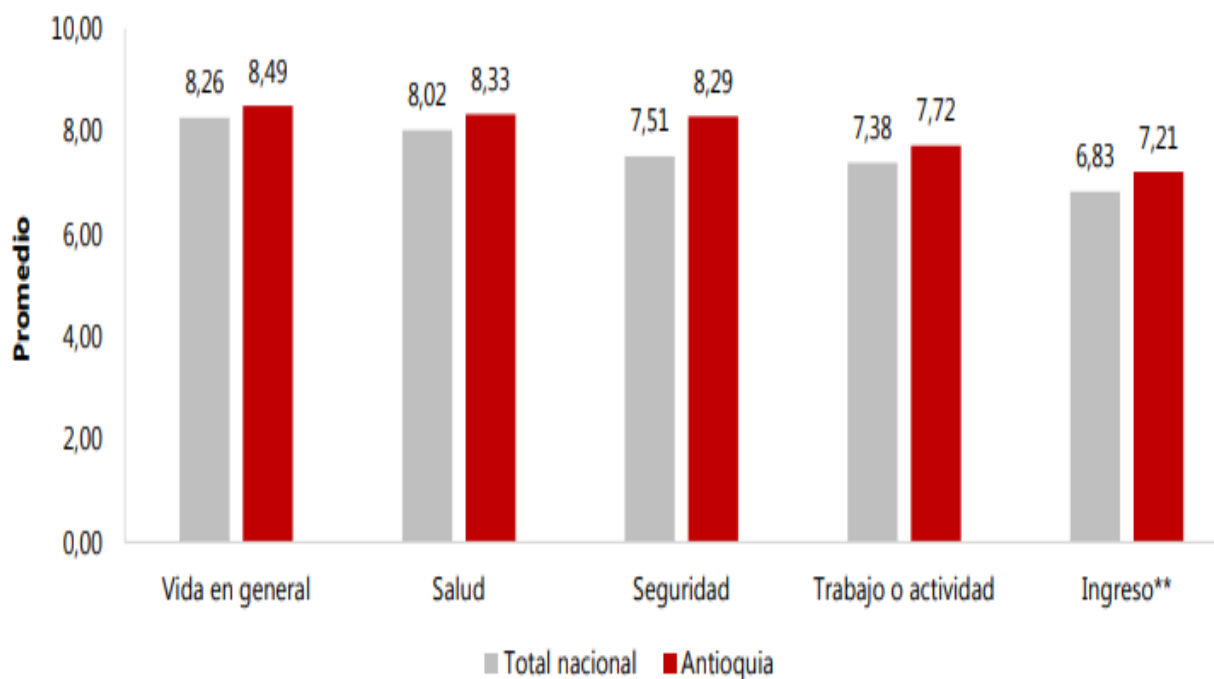
“En Antioquia la compra de despensa es la más recurrente, con más de 10 categorías. La arepa paisa sigue siendo un gasto habitual en las familias antioqueñas. Además de esto, la tendencia de consumo arrojó que en esta región del país las personas gastan 27.000 pesos más en leche que los hogares colombianos y compran leche líquida 27 veces al trimestre, siete veces más que la media nacional. El aceite tiene menos importancia, pues priorizan en llevar margarinas en sus mercados”.

### 6.1.2.2 Calidad de vida de la región.

La encuesta nacional de calidad de vida (ECV) realizada por el DANE, dentro de su último estudio regional para el periodo 2018 tenía el objetivo de analizar las condiciones socioeconómicas de los hogares de Antioquia versus los resultados del país.

Los principales resultados de ese informe arrojaron la siguiente información:

**Figura 11 Calificación promedio de satisfacción con la vida en general y otros aspectos, en personas de 15 años y más (promedio)\* Total nacional y Antioquia 2018.**



**FUENTE: DANE, ECV.**

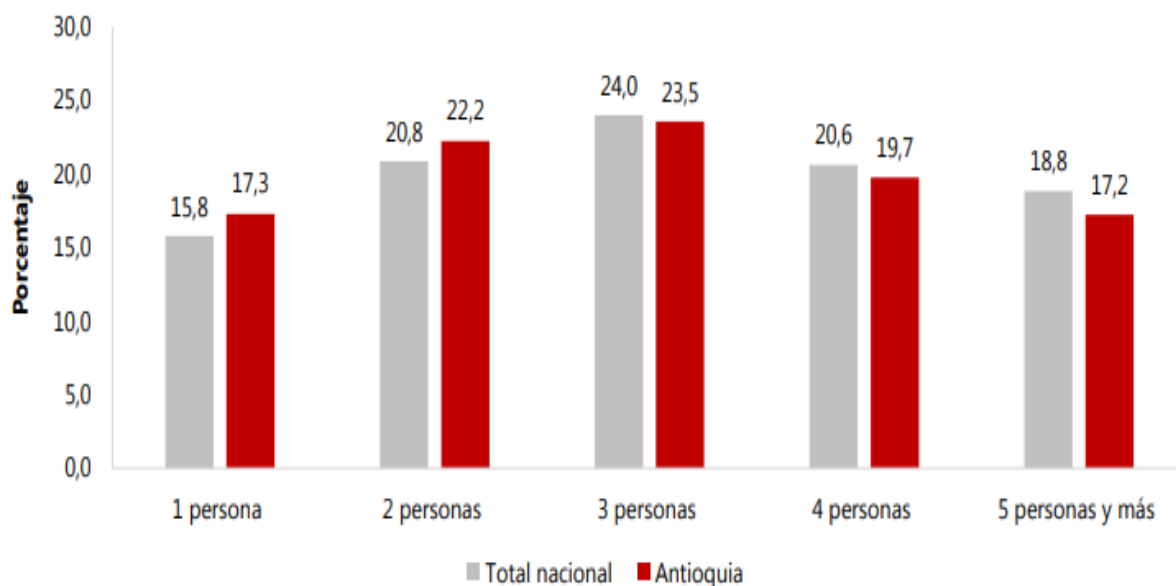
Los indicadores de satisfacción de vida de Antioquia presentan un panorama favorable de mayor índice basados en los resultados del país, por esta razón se demuestra las buenas condiciones que brinda la región a sus habitantes. Este estudio obtuvo una cobertura del 99,8% de los hogares encuestados y se calcula mediante una escala del 1 al 10, donde el mayor valor

corresponde a un alto grado nivel de satisfacción. De esa manera se respalda la complacencia de los hogares de Antioquia sea mayor a los índices nacionales.

La conformación de los hogares de la región se estructuro de la siguiente manera:

#### 6.1.2.2.1 *Tamaño de los hogares en Antioquia*

**Figura 12 Hogares por número de personas (promedio y distribución %) Total nacional y Antioquia 2018.**



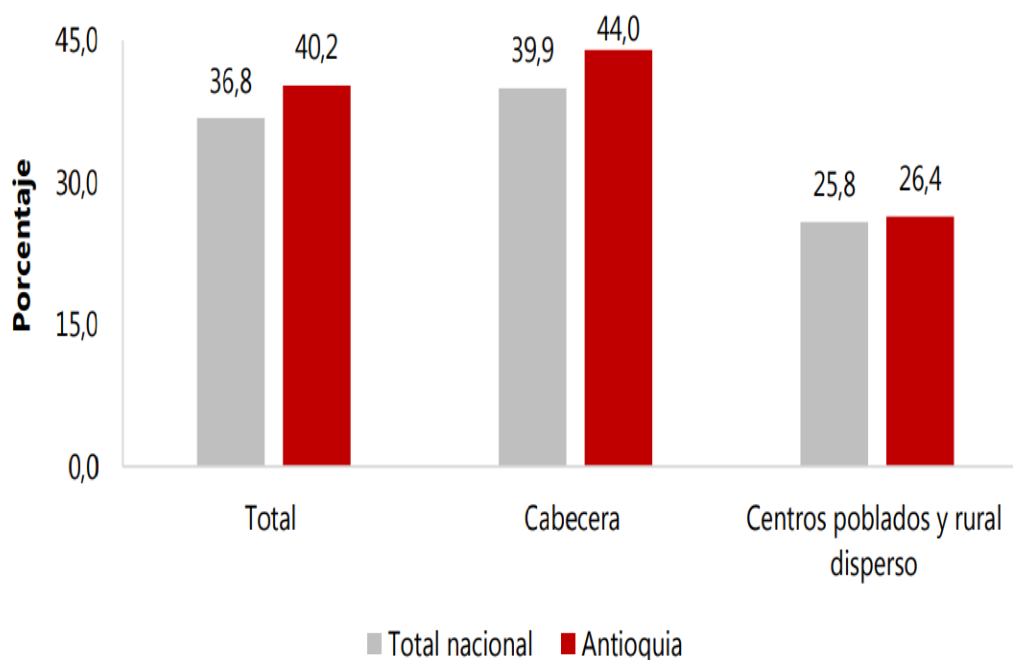
**FUENTE: DANE, ECV.**

En Antioquia predominan los hogares conformados por 3 personas donde su participación es del 23,5% de toda la región. “Frente al nivel nacional mostraron que, en promedio, cada hogar tiene 3,13 personas, nivel inferior al promedio nacional (3,23 personas)” (DANE, 2019).

La región presenta un escenario inverso en el desarrollo del tamaño de los hogares después de la segunda mayor participación, donde el país aumenta su índice en hogares de mayores personas, Antioquia disminuye el valor; y a menor índice de personas Antioquia posee mayor valor frente al país. Lo que predispone que la mayor participación de hogares de la región se encuentra con una estructura con menores participantes.

#### 6.1.2.2.2 Jefatura femenina en los hogares de la región.

**Figura 13 Hogares con jefatura femenina (%) Total nacional y Antioquia por área 2018.**



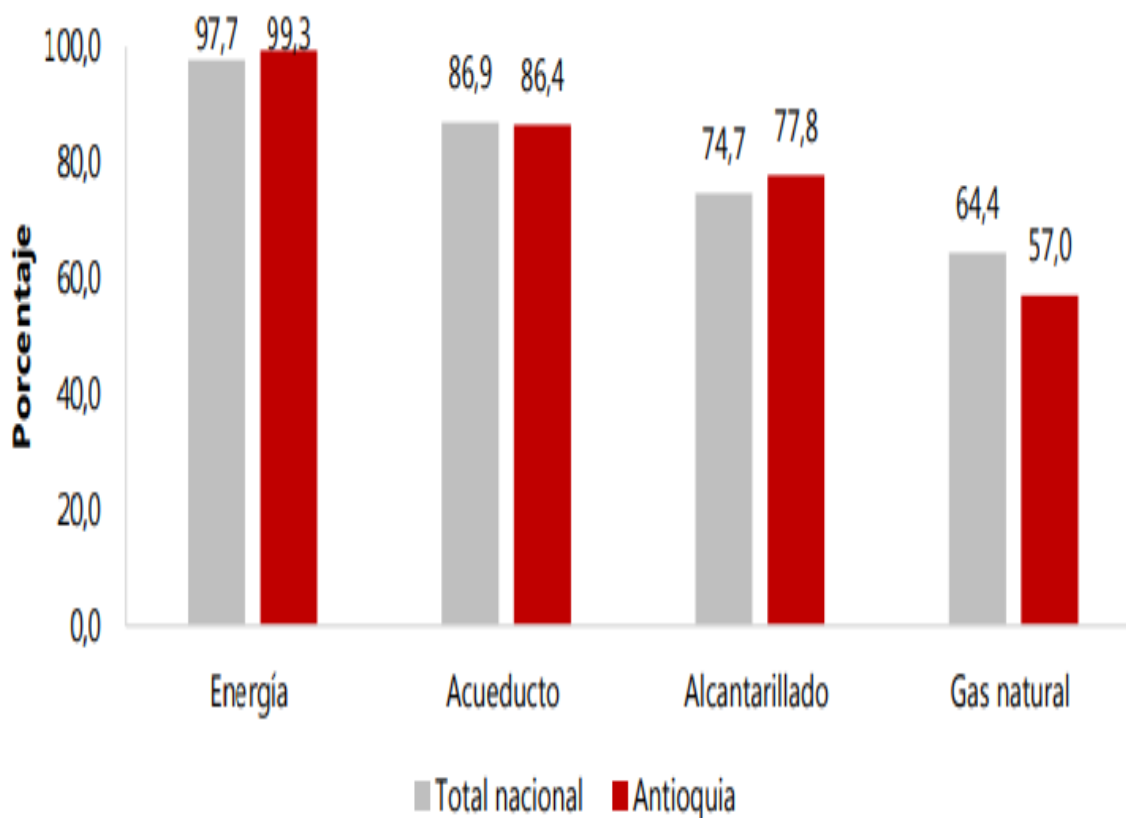
**FUENTE: DANE, ECV**

Antioquia se consolida con hogares con mayor participación de jefatura femenina versus el índice del país, además, la gran demanda de este tipo de estructura en la cabecera de la región frente a la proporción derivada en los centros poblados y rural disperso.

El acceso a los servicios públicos es parte importante de la calidad de vida de las personas de la región, en ese caso el nivel de cobertura es parte importante del desarrollo de una región.

Antioquia posee la siguiente estructura:

**Figura 14 Hogares con acceso a servicios públicos, privados o comunales (%). Total, nacional y Antioquia 2018.**



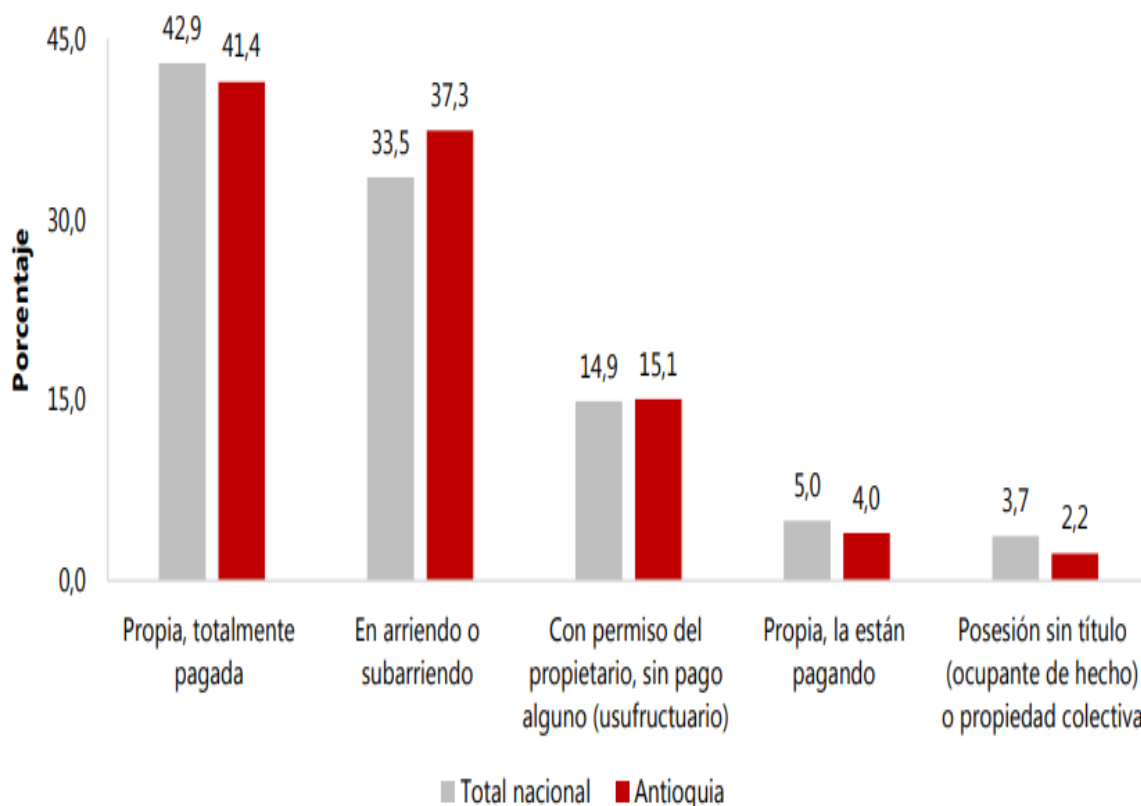
**FUENTE: DANE ECV**

Antioquia se destaca frente al país frente los servicios de energía y alcantarillado, donde tiene una participación mayor de 1,6% y 3,1% respectivamente. La diferencia en el servicio de acueducto no tiene mucha diferencia con el promedio nacional dado que es de 0.1%, caso

contrario al servicio de gas natural donde se observa un impacto considerable dado la diferencia de 7,4%.

Después de analizar los servicios básicos necesarios en los hogares de la región, el estudio se centró en identificar el título de las propiedades de los hogares como medida de análisis de las condiciones de vida en Antioquia.

**Figura 15 Hogares por tenencia de la vivienda (%). Total, nacional y Antioquia 2018**

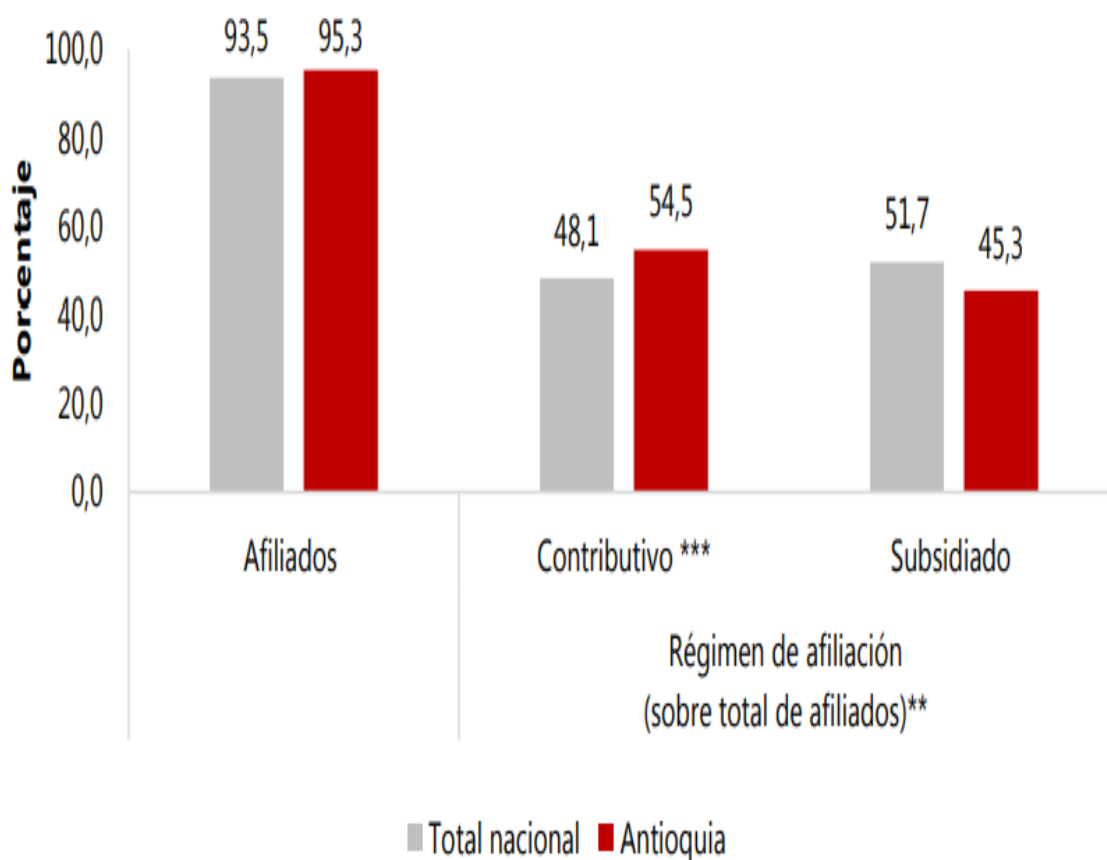


**FUENTE: DANE, ECV.**

Los hogares en Antioquia frente los resultados de la encuesta nacional se destacan en dos aspectos, en arriendo o subarriendo o el modelo de usufructuario, donde sobrepasan en 3,8% y 0.2%, respectivamente. El 41,4% representa los hogares en casa propia lo que lo posiciona en el ítem con mayor importancia en Antioquia.

La afiliación a los sistemas de salud son parte fundamental del estudio de la región. Antioquia presenta la participación de la población en los dos sistemas y su porcentaje de afiliación general, la información obtenida es la siguiente:

**Figura 16 Personas que manifiestan estar afiliadas al Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS), total y por regímenes (%) Total nacional y Antioquia 2018.**



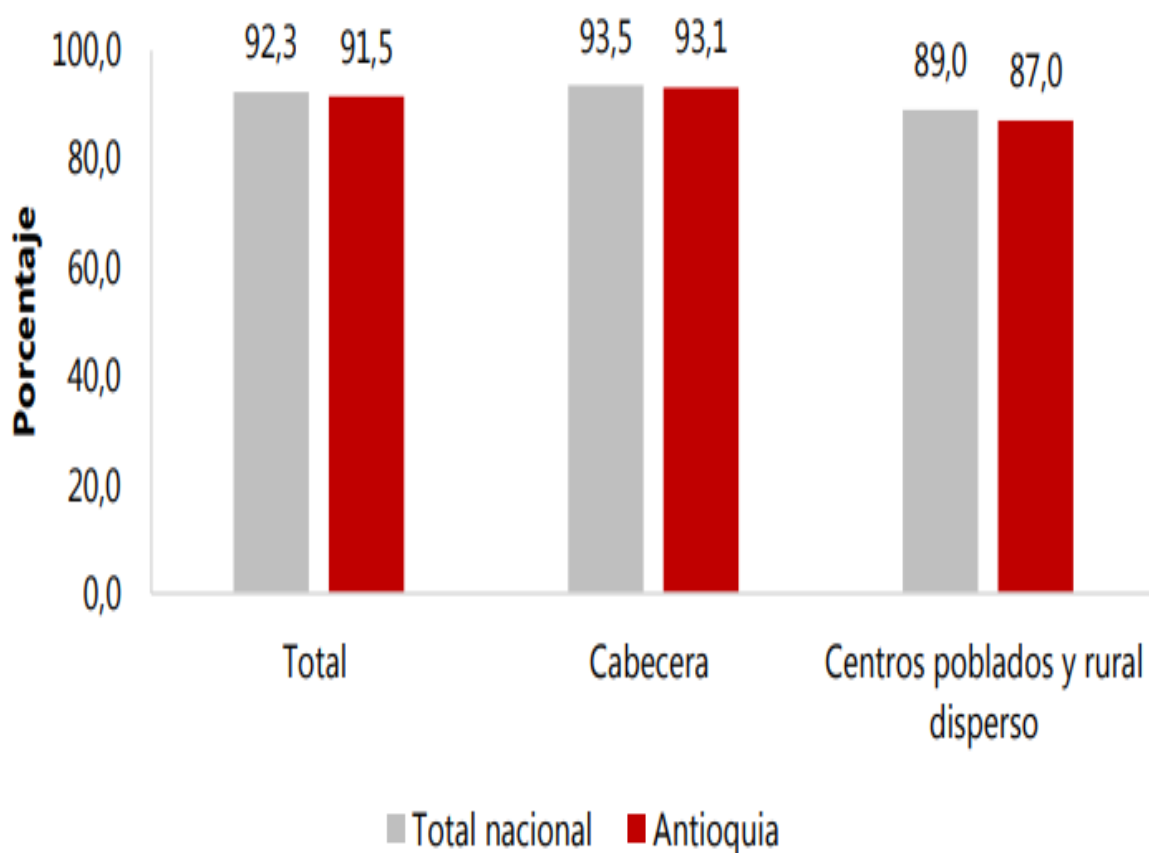
**FUENTE: DANE, ECV**

La estructura de salud en la región presenta un porcentaje de afiliados mayor que el índice nacional, otro factor determinante es la diferencia en la estructura de participación en los dos sistemas de salud frente al nivel nacional, donde el subsidiado no es el de mayor incidencia si no el régimen contributivo dentro de la estructura de Antioquia. Lo anterior consolida un

panorama diferente a la estructura nacional y consolida las labores de la región dentro de los hogares.

Los indicadores de asistencia escolar miden el nivel de desarrollo de la región. Este abarca los mecanismos de cómo llega sobre toda Antioquia los recursos de capacitación a la nueva generación y así aumentar los índices de alfabetización.

**Figura 17 Personas de 5 a 16 años por asistencia escolar (%). Total, nacional y Antioquia por área 2018.**



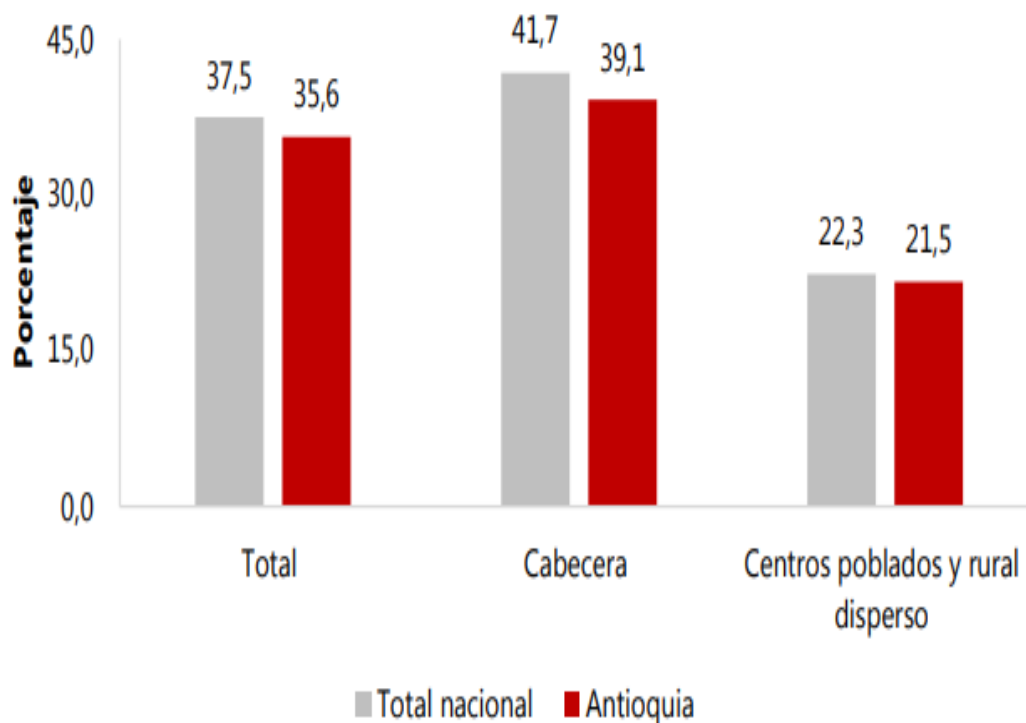
**FUENTE: DANE, ECV.**

Esta variable identifica los sistemas educación primaria y secundaria de la región. Los índices de escolaridad frente al nivel nacional tienen una disminución negativa, esta puede ser dado el impacto del área rural disperso que afecta en mayor proporción el indicador.



Evaluando el índice de educación superior la asistencia escolar presenta el siguiente comportamiento:

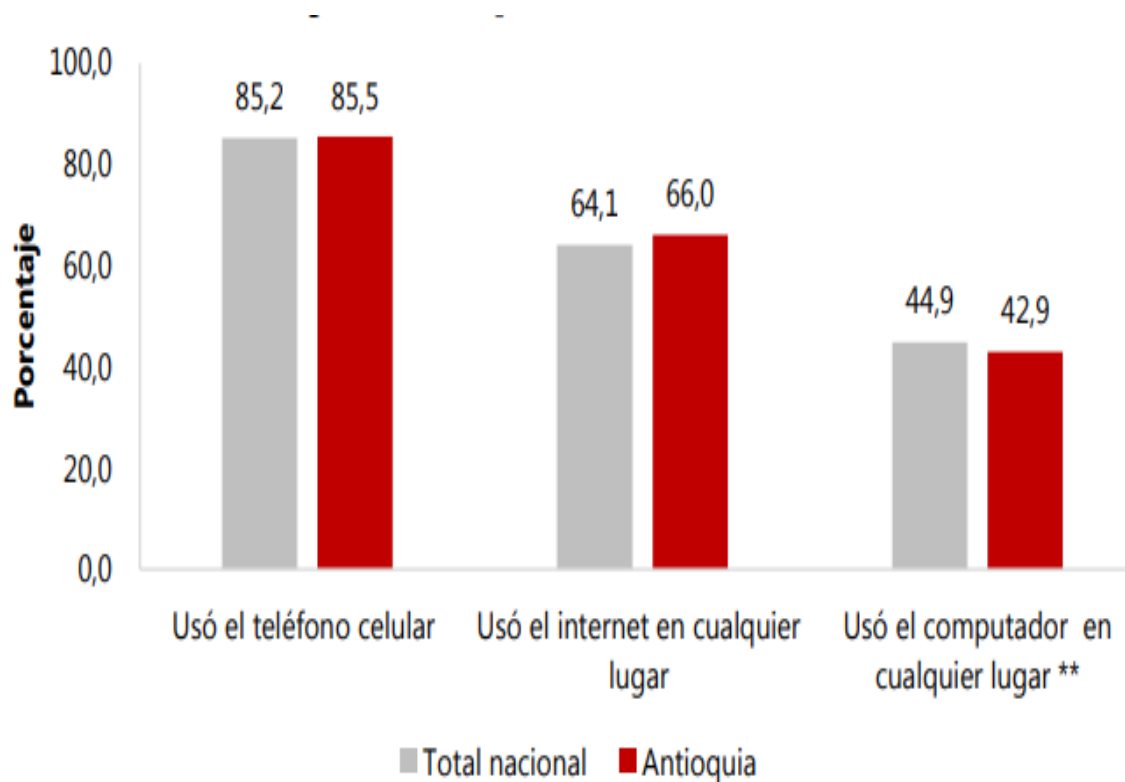
**Figura 18** *Personas de 17 a 24 años por asistencia escolar (%). Total, nacional y Antioquia por área 2018.*



**FUENTE:** DANE, ECV.

El acceso a los sistemas tecnológicos permite observar las condiciones de los hogares en la región, además de visualizar la relación de ellos con los nuevos mecanismos de interacción.

**Figura 19** *Personas de 5 años y más que usan teléfono celular, computador o Internet (%). Total, nacional y Antioquia 2018.*



**FUENTE: DANE, ECV.**

Antioquia se destaca por el uso del teléfono celular y el internet en cualquier lugar frente a los resultados nacionales, esto respalda la inversión en el mejoramiento en los sistemas informáticos que brindan la facilidad de acceso y la cobertura que cubre este servicio.

### **6.1.3 Sector económico**

Este sector busca analizar los indicadores financieros en distintos periodos de tiempo dado el resultado de las operaciones que ejerce el departamento antioqueño.

#### **6.1.3.1 Producto interno bruto**

El producto interno bruto (PIB) a precios constantes con la metodología del 2015 presento la siguiente información:

**Tabla 2 PIB Precios constantes de 2015 expresados en miles de millones de pesos**

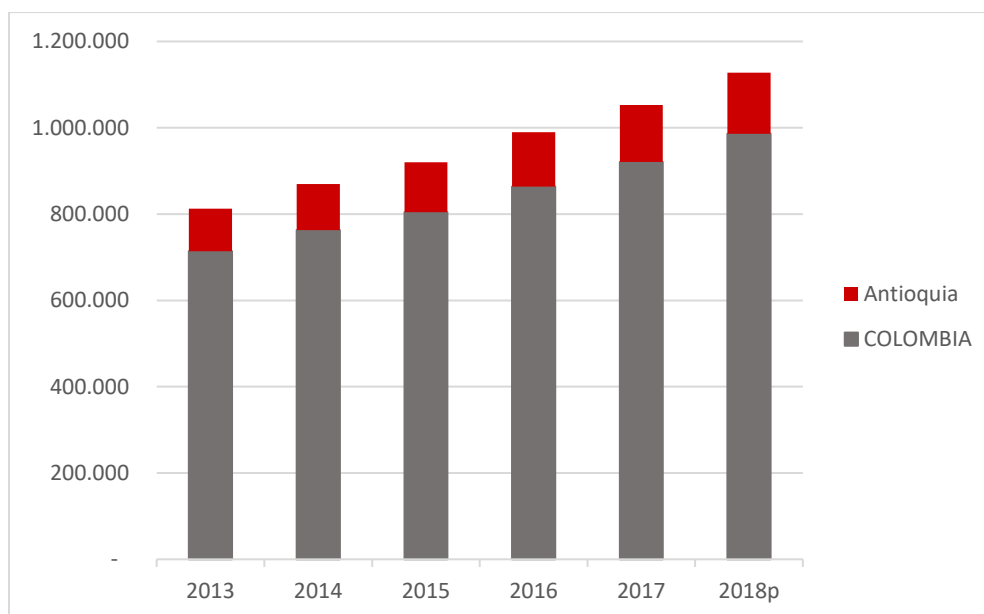
	2013	2014	2015	2016	2017	2018 <sup>p</sup>
<b>COLOMBIA</b>	<b>714,093</b>	<b>762,903</b>	<b>804,692</b>	<b>863,782</b>	<b>920,471</b>	<b>985,931</b>
<b>Antioquia</b>	98,573	106,819	115,446	126,022	132,369	141,866

**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2020).**

El comportamiento de este indicador presenta el aumento constante en la operación de los últimos cinco años, el desempeño regional presentó una tasa de crecimiento del 3,5% en el 2018p, pero al ser analizado de forma general se puede ver un nivel de participación del 14,39% frente al total nacional, lo que consolida a Antioquia como el segundo departamento con mayor intervención.

La representación del comportamiento de este indicador es la siguiente:

**Figura 20 PIB Precios constantes de 2015 expresado en miles de millones de pesos**



**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2020).**

El producto interno de la región se desarrolló gracias a las siguientes actividades comerciales, esto conlleva al análisis de los últimos cuatro años con las distintas variables para poder identificar las direcciones empresariales fuertes en la región.

La siguiente tabla representa lo mencionado anteriormente con un orden de importancia preestablecido de manera descendente.

**Tabla 3 Comportamiento del PIB de Antioquia.**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS	2015	2016	2017	2018 <sup>P</sup>
Explotación de minas y canteras	2,430	2,827	2,430	2,680
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	2,500	2,918	3,159	3,318
Información y comunicaciones	3,383	3,594	3,816	4,132

Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	4,920	5,443	5,841	6,427
Actividades financieras y de seguros	5,517	5,492	6,224	6,765
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	6,153	7,414	7,478	8,052
Construcción	8,573	9,482	9,819	10,853
Actividades inmobiliarias	9,933	10,795	11,552	12,470
Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo	10,375	11,011	11,797	12,666

Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria;	12,532	13,796	15,165	16,505
Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales				
Industrias manufactureras	19,853	21,032	20,388	21,041
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento;	18,734	21,462	22,797	24,187
Alojamiento y servicios de comida				
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>104,903</b>	<b>115,263</b>	<b>120,465</b>	<b>129,095</b>
Impuestos	10,543	10,758	11,903	12,771
<b>PIB DEPARTAMENTAL</b>	<b>115,446</b>	<b>126,022</b>	<b>132,369</b>	<b>141,866</b>

**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2020).**

Las actividades económicas mencionadas para el año 2018p presentan la siguiente participación, la cual se encuentra filtrada, y que de manera descendente presenta el nivel de importancia porcentual de estas actividades en la región:

**Tabla 4 Participación de las actividades económicas de Antioquia**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS	2018 <sup>p</sup>	% PARTICIPACION
Explotación de minas y canteras	2,680	2.08%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	3,318	2.57%
Información y comunicaciones	4,132	3.20%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	6,427	4.98%

Actividades financieras y de seguros	6,765	5.24%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	8,052	6.24%
Construcción	10,853	8.41%
Actividades inmobiliarias	12,470	9.66%
Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo	12,666	9.81%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales	16,505	12.79%
Industrias manufactureras	21,041	16.30%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida	24,187	18.74%

**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2020).**



### 6.1.3.2 Comercio exterior en Antioquia

El comercio exterior en la región desde el año 2016 presenta una táctica fuerte de crecimiento en donde generaron la iniciativa del Grupo Antioquia Exporta Más (CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN, 2020).

El cual se compone de las siguientes organizaciones:

**Figura 21 Grupo Antioquia exporta más**



**FUENTE: Cámara de Comercio de Medellín (2020).**

El comportamiento de la región presentó la siguiente información por cuestiones de exportación, se pretende estudiar el impacto de la región excluyendo el petróleo y sus derivados.

**Tabla 5 Exportaciones, según departamento de origen excluyendo petróleo y sus derivados, valor FOB (Millones de dólares)**

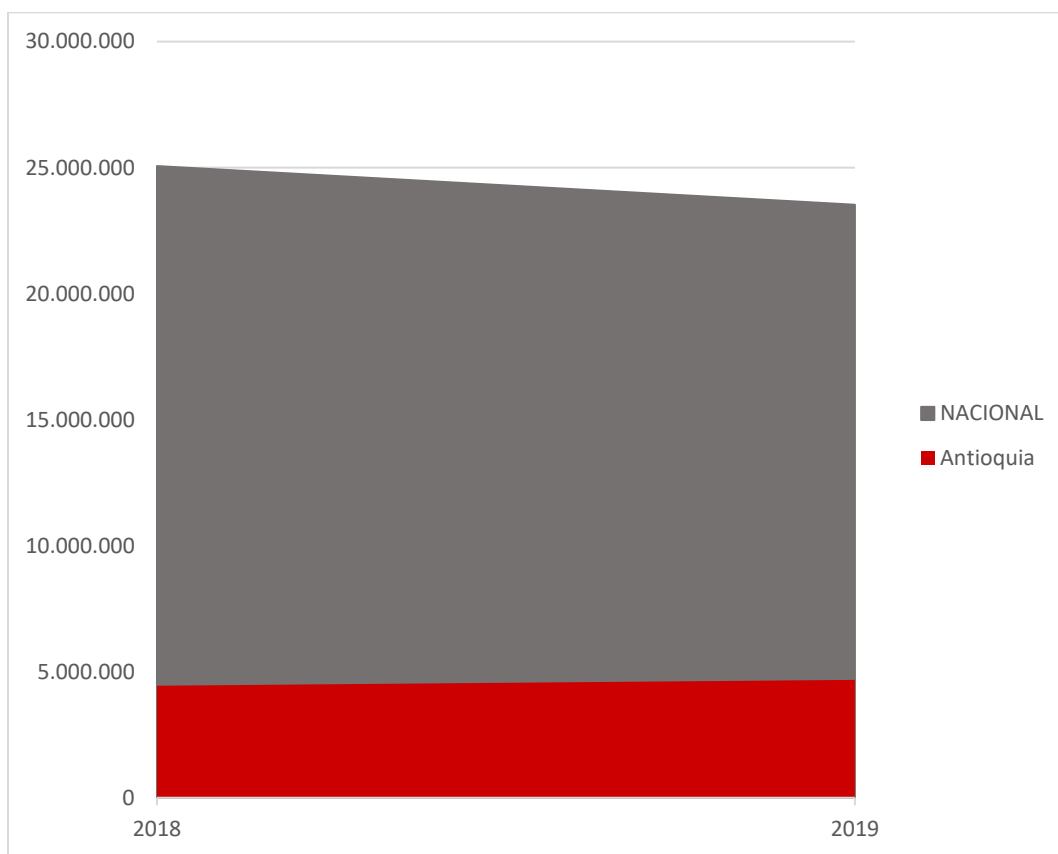
	Enero – Diciembre			
	2018	2019	Variación %	Participación 2019 %
<b>NACIONAL</b>	25,062,090	23,527,214	-6.1	100
<b>Antioquia</b>	4,441,393	4,676,574	5.3	19.9

**FUENTE: Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) (2020).**

El panorama de las exportaciones a nivel nacional dentro de este estudio presento una variacion negativa contrario al comportamiento de Antioquia donde esta presento un aumento dentro del analisis durante el mismo periodo de tiempo. Lo que conlleva a demostrar la importancia que maneja la region frente al item analizado, el cual para el año 2019 cerro con la mayor participacion frente a los demas departamentos donde cerro con el 19,9% sobre el total nacional.

Esta informacion en concordancia con lo expuesto anteriormente se ilustra de la siguiente manera:

***Figura 22 Exportaciones, según departamento de origen excluyendo petróleo y sus derivados, valor FOB (Millones de dólares)***



**FUENTE: DANE-DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA (2020).**

### 6.1.3.3 Importaciones en Antioquia

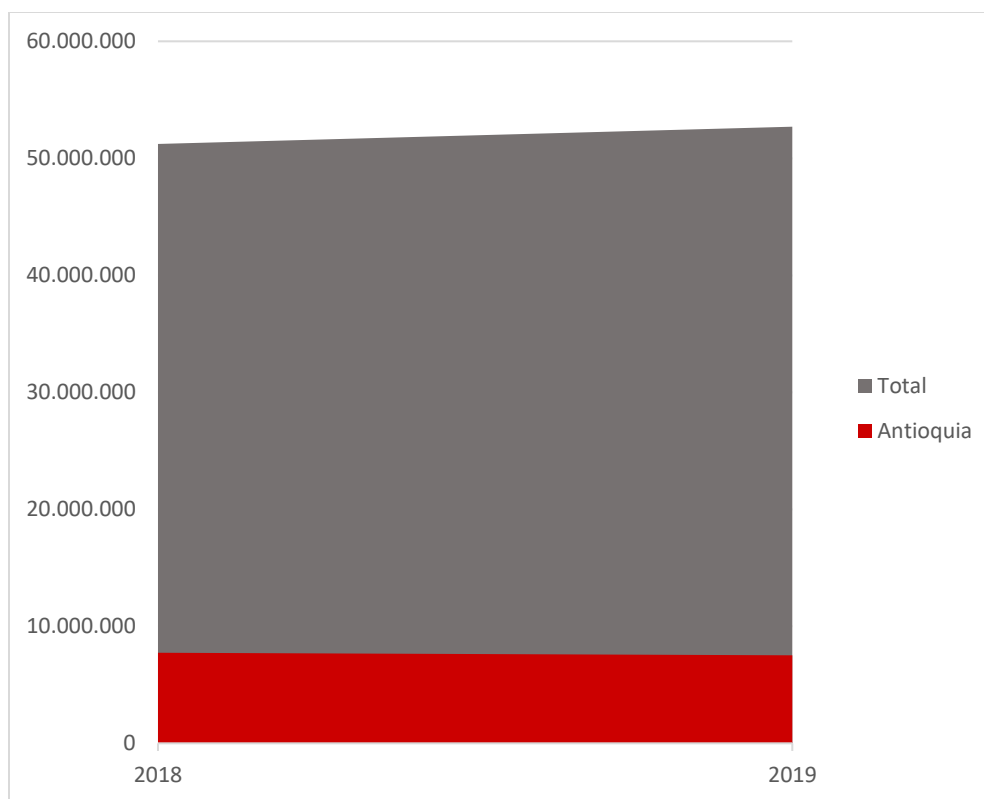
**Tabla 6 Importaciones. Valor CIF Millones de dólares**

	Enero – Diciembre			
	2018	2019	Variación %	Participación 2019 %
NACIONAL	51,230,56	52,702,62	2.9	100.0
	7	4		
Antioquia	7,742,145	7,515,750	-2.9	14.3

**FUENTE: Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) (2020).**

La variación de crecimiento que presenta el país a nivel positivo es inversa al comportamiento regional de Antioquia donde posee un 2,9% pero de déficit en las importaciones lo que conlleva a una participación del 14,3% frente los demás departamentos.

**Figura 23 Importaciones. Valor CIF Millones de dólares**

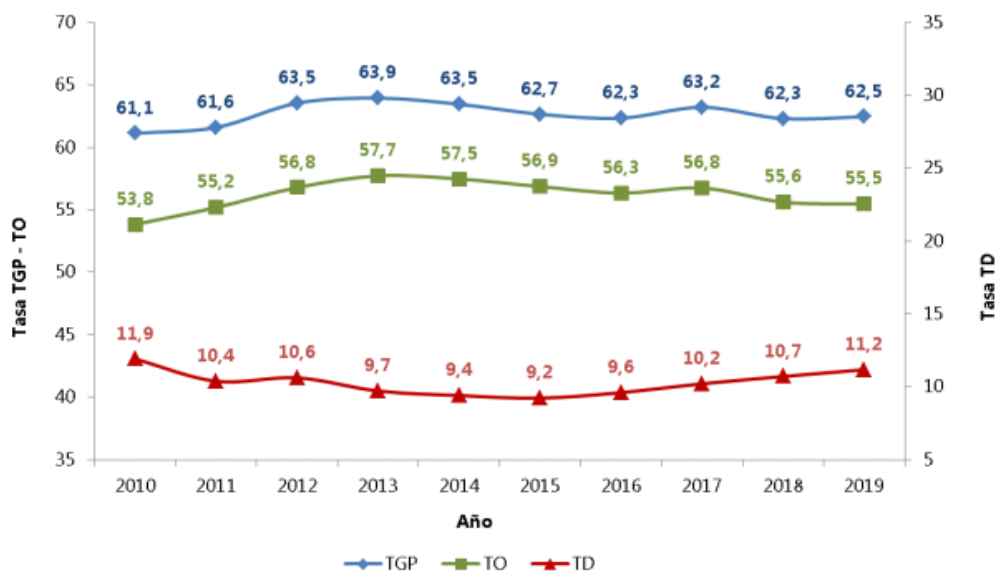


**FUENTE: Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) (2020).**

La grafica anterior muestra como Antioquia posee la mayor participación del total nacional, aspecto que respalda el gran impacto de la región frente a los índices nacionales.

#### 6.1.3.4 Tasa global de participacion, ocupacion y desempleo.

**Figura 24 Tasa global de participacion, ocupacion y desempleo**



**FUENTE: DANE GEIH (2020).**

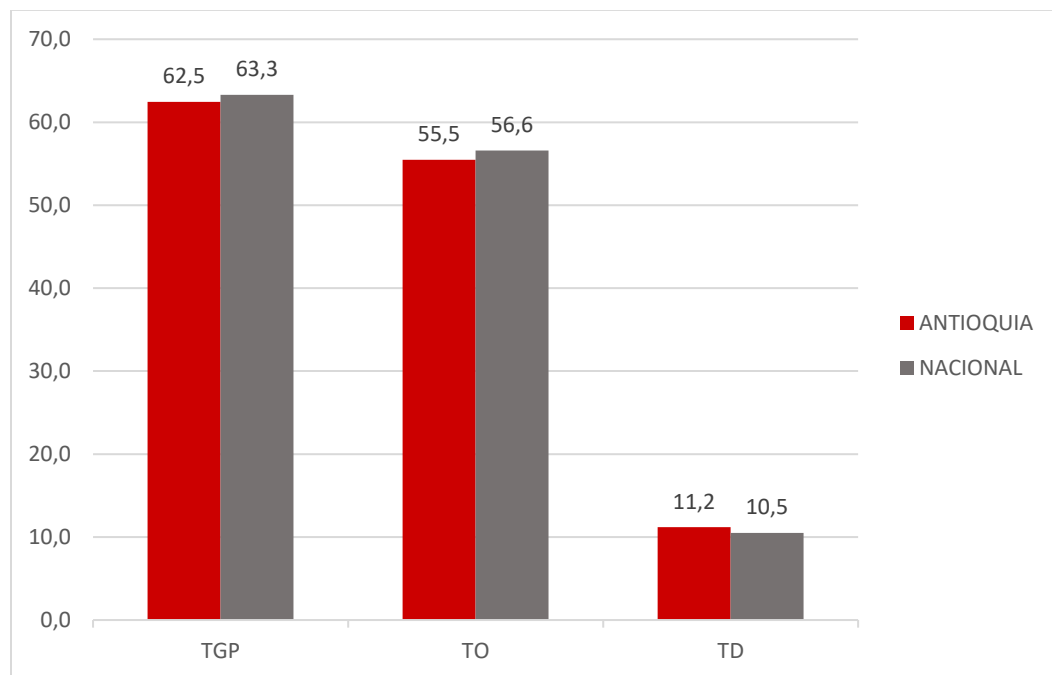
Antioquia dentro de su estructura poblacional en los aspectos laborales presenta una serie de variaciones fluctuantes, esto conlleva a no tener un comportamiento constante.

A la hora de calcular su tasa de ocupacion, es decir, el porcentaje de personas ocupadas dentro de la poblacion en edad para trabajar (PET) se puede evidenciar un indice inferior no solo dentro del comportamiento de la region si no tambien inferior al contraste pais.

La tasa general de participación mide el impacto de la población sobre el mercado laboral, lo que conlleva a calcular el índice de impacto de la población económicamente activa sobre los PET, dado esto el referente de la región es inferior a la media nacional.

La tasa de desempleo (TD) comparado con el nivel nacional presenta un índice mayor dentro del estudio.

**Figura 25 Comparación índices de Mercado Laboral Nacional versus Antioquia**



**FUENTE: DANE GEIH**

### 6.1.3.5 Coeficiente de GINI

Este indicador permite valorar el nivel de desigualdad de los ingresos en un estudio. Para analizar esta variable la información está sectorizada por áreas metropolitanas dentro de la metodología del DANE, lo que llevo a identificar a Medellín para el análisis de la región.

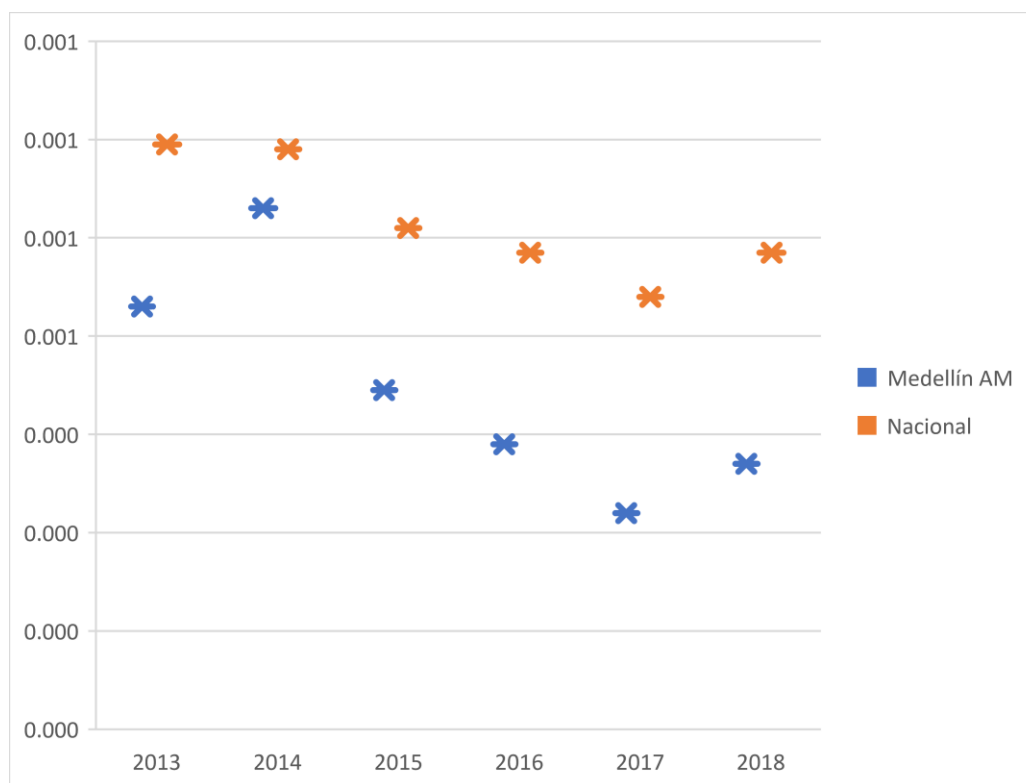
El comportamiento durante el periodo 2013-2018 fue el siguiente:

**Tabla 7 Coeficiente de GINI**

COEFICIENTE DE GINI	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Medellín AM</b>	0.506	0.526	0.489	0.478	0.464	0.474
<b>Nacional</b>	<b>0.539</b>	<b>0.538</b>	<b>0.522</b>	<b>0.517</b>	<b>0.508</b>	<b>0.517</b>

**FUENTE: DANE (2020).**

La grafica de comportamiento de los últimos años muestra las condiciones de Medellín donde al ser comparada con los resultados nacionales se ve las condiciones diferenciales de la calidad de vida frente a los ingresos, lo que permite vislumbrar que las condiciones que rigen en Antioquia son más favorables que otras regiones del país.

**Figura 26 Coeficiente de GINI**

**FUENTE: DANE (2020).**

## 6.2 Caracterización de las variables institucionales de Antioquia dentro del contexto de las negociaciones empresariales.

El sistema institucional Antioqueño fue calificado gracias a un proceso de encuesta, el cual fue interpuesto a distintos participantes de la región que comparten la función estratégica de liderazgo y toma de decisiones en distintas compañías.

Las personas que hicieron parte de la encuesta cumplen los siguientes roles o cargos dentro del sistema institucional de la región.

*Figura 27 Cargos de la muestra seleccionada dentro del proceso de encuesta.*



*Fuente: Elaboración propia.*

El resultado de la tabulación de la encuesta se detalla a continuación:

### 6.2.1 *Análisis de proceso de recolección de información.*

**Tabla 8 Consolidación de la información**

No.	Ítem	Subitem	Respuesta
1.	Al momento de tomar la decisión de compra, prefieres productos:	Locales	2
		Nacionales	2
		Internacionales	1
		Le es indiferente	1
2.	Para ti, ¿Por qué es importante comprar productos locales?	<p><b>Encuestado No. 1</b></p> <p>Para apoyar a los emprendedores y pequeños empresarios de la región.</p> <p><b>Encuestado No. 2</b></p> <p>Apoyo la industria nacional y fomento la economía local.</p> <p><b>Encuestado No. 3</b></p> <p>Para apoyar nuestro comercio, nuestra economía. De igual manera si son Nacionales. Compro internacionales porque ya sea muy específico y no lo pueda conseguir en nuestro mercado.</p> <p><b>Encuestado No. 4</b></p> <p>Mas que locales, compro productos nacionales por su buena calidad y en muchos aspectos economía. Importante por dar</p>	



	<p>ingresos al desarrollo de la producción del país, movilizar la economía y cuidar el bolsillo.</p> <p><b>Encuestado No. 5</b></p> <p>Porque activamos la economía local y apoyamos a nuestra región</p>
<p><b>3.</b> ¿Cuáles son tus criterios de compra para cualquier tipo de producto?</p>	<p><b>Encuestado No. 1</b></p> <p>1 costo, 2 calidad 3 utilidad</p> <p><b>Encuestado No. 2</b></p> <p>Trato de apoyar la industria nacional de Colombia sin importar su diferente locación o región de producción.</p> <p><b>Encuestado No. 3</b></p> <p>El primero es que me sea útil, el segundo es que sea de buena calidad, el tercero es que me guste y por último el precio.</p> <p><b>Encuestado No. 4</b></p> <p>Calidad, precio y diseño de lo que voy a adquirir.</p> <p><b>Encuestado No. 5</b></p> <p>Satisfacción y gusto, menor importancia local, si es de Antioquia es mejor.</p>
<p><b>4.</b> ¿Es importante para ti, el regionalismo de tu ciudad para la compra final?</p>	<p><b>Encuestado No. 1</b></p> <p>SI, siempre andamos buscando productos regionales, siempre la primera mirada es interna.</p> <p><b>Encuestado No. 2</b></p>

		Para mí no tiene relevancia, lo importante es que sea producto colombiano.	
		<b>Encuestado No. 3</b>	
		No, la verdad compro algo que cumpla los requisitos mencionados anteriormente.	
		<b>Encuestado No. 4</b>	
		Calidad, precio y diseño de lo que voy a adquirir	
		<b>Encuestado No. 5</b>	
		Si, en el valle de aburra siempre acompañamos y apoyamos los negocios locales.	
<b>5</b>	¿Cuál es la incidencia antioqueña en los procesos de comercialización de productos?	Alta	3
		Media	1
		Mínima	0
		No hay incidencia	1
<b>6</b>	En los procesos de inversión, es pertinente:	La utilidad del proceso de negociación	4
		La cultura de las partes dispuestas para la inversión	1
		La amabilidad de las partes dispuestas para la inversión	1
		Otra, ¿Cuál?	0

<p>7. ¿Cuál es tu mecanismo para invertir en una empresa colombiana?</p>	<p><b>Encuestado No. 1</b></p> <p>Investigar si el objeto social tiene una proyección a futuro acorde con las necesidades actuales del mercado.</p> <p><b>Encuestado No. 2</b></p> <p>Identifico el potencial del mercado nacional sobre el producto final de la empresa en la que decidió invertir.</p> <p><b>Encuestado No. 3</b></p> <p>Primero que todo yo revisaría sus estados financieros como sería mi rentabilidad y retorno de la inversión, revisar el desempeño y comportamiento que ha tenido durante los dos últimos años. Como es la rotación o movimiento del producto o servicio en el mercado.</p> <p><b>Encuestado No. 4</b></p> <p>Me es indiferente, compro por gusto independientemente la región de origen.</p> <p><b>Encuestado No. 5</b></p> <p>Rentabilidad, siempre se busca la rentabilidad el tema local se puede buscar mecanismos para apoyar.</p>								
<p>8. ¿Cuáles son los factores que han incidido en su cultura de compra?</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="646 1514 1084 1581">Precio</td> <td data-bbox="1222 1514 1409 1581">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 1581 1084 1648">Origen del producto y/o servicio</td> <td data-bbox="1222 1581 1409 1648">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 1648 1084 1715">Utilidad del producto y/o servicio</td> <td data-bbox="1222 1648 1409 1715">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 1715 1084 1843">Servicio al cliente al momento de la venta del producto y/o servicio</td> <td data-bbox="1222 1715 1409 1843">2</td> </tr> </table>	Precio	2	Origen del producto y/o servicio	2	Utilidad del producto y/o servicio	2	Servicio al cliente al momento de la venta del producto y/o servicio	2
Precio	2								
Origen del producto y/o servicio	2								
Utilidad del producto y/o servicio	2								
Servicio al cliente al momento de la venta del producto y/o servicio	2								

9. ¿Qué ventajas y desventajas encuentra usted entre un producto local y uno importado?

**Encuestado No. 1**

Actualmente hay mucha variedad en el mercado tanto de importados como locales, ambos de buena calidad y mala, ya depende de lo que esté dispuesto a invertir y cuanto espera que le dure.

**Encuestado no. 2**

De pronto he identificado que la calidad del producto, pero esa brecha se ha ido cerrando cada vez más con la inversión extranjera en nuestras empresas tradicionales donde hemos visto que se ha hecho mejoras sobre el producto final; pero también se puede evidenciar en el tipo de empaque que utiliza una empresa respecto a otras cual es más dada a la calidad o también cuál de estas empresas maneja un mayor capital para la producción de su producto.

**Encuestado No. 3**

La ventaja de comprar local en el tema de garantías es más fácil hacer una reclamación a la hora de una novedad.

**Encuestado No. 4**

Mirándolo frente al mercado: Desventaja general de maximizar productos importados es que afecta en la generación de empleo por disminución producción local

**Encuestado No. 5**

<p><b>10.</b> ¿Cuál es la estrategia que debe seguirse para invertir en Colombia?</p>	<p><b>Encuestado No. 1</b></p> <p>Conocer las condiciones de mercado y mi cliente objetivo, así como la forma de negociación de cada región.</p>
	<p><b>Encuestado No. 2</b></p> <p>Primero las empresas tradicionales y más fuertes del mercado abrirse a políticas de estándares de producción mundial, marketing y mejora continua; también identificar PYMES que pueden llegar alcanzar un crecimiento de impacto sobre el mercado nacional y por qué no internacional.</p>
	<p><b>Encuestado No. 3</b></p> <p>La calificación del país es importante, como es su proyección de crecimiento. Estabilidad económica.</p>
	<p><b>Encuestado No. 4</b></p> <p>Mirar el segmento de mayor crecimiento. Una excelente ubicación.</p>
	<p><b>Encuestado No. 5</b></p> <p>Crear más en el potencial de la región y apoyarlos en sus proyectos.</p>
<p><b>11.</b> ¿Cuáles son los factores que identificas en el regionalismo antioqueño?</p>	<p><b>Encuestado No. 1</b></p> <p>Confianza, solidaridad, garantía, y berraquera.</p>
	<p><b>Encuestado No. 2</b></p> <p>Primero la determinación como región para ser líderes</p>

Segundo se ha podido evidenciar disciplina y un fiel arraigo cultural a sus costumbres.

**Encuestado No. 3**

Los Antioqueños nos sentimos orgullosos de nuestra región, porque avanza en tecnología, medicina, infraestructura educación. Gente emprendedora y comprometida.

**Encuestado No. 4**

Que son pujantes y emprendedores. Mas que esto considero que los antioqueños desde siempre han apuntado a su propio desarrollo, mientras que en otras regiones fueron ajenos e indiferentes al crecimiento local.

**Encuestado No. 5**

Servir a la comunidad, Apoyo, el trabajo en equipo.

**12.** ¿Cuáles son los productos/servicios que comúnmente compras para apoyar tu región?

**Encuestado No. 1**

Ropa, alimentos, servicios públicos, lo que pueda.

**Encuestado No. 2**

En caso de la región centro de Colombia sus productos agrícolas; Segundo trato de comprar a las empresas tradicionales de aquí en Bogotá; pero esta brecha día tras día se cierra debido a la alianza entre empresas del mercado nacional para combatir las importaciones desmedidas; en síntesis, compro lo fabricado en Colombia sin importar su región.

**Encuestado No. 3**

Alimentos, licores.

**Encuestado No. 4**

Ropa, calzado, alimentos, decoración.

**Encuestado No. 5**

Flores, Café, verduras, frutas, maíz, granos, carnes, ropa, zapatos, productos en cuero, muebles y maquillaje.

*FUENTE: Elaboración propia*

### **6.2.2 Resultados obtenidos de la encuesta.**

Las negociaciones en la región dentro del margen institucional permite evidenciar a partir del desarrollo de la encuesta la importancia que maneja el precio, el cual será una variable constante en el proceso de compra local, nacional e internacional; reconociendo incluso que el apoyo a los emprendedores ha sido una de las estrategias identificadas, que sirven de base para determinar la importancia del apoyo de la industria y fomento de la economía local, siendo además un factor clave dado que se manifiesta el regionalismo y el proteccionismo sobre las necesidades de la producción del país.

Antioquia en si determina sus factores de comportamiento dado el desarrollo de sus indicadores que mide el estado de la región frente al país.

Gracias a lo mencionado con anterioridad se puede determinar lo siguiente:

La estrategia del apoyo mutuo entre antioqueños se observa en el comportamiento de sus habitantes y en el cómo fue impartido sus estándares de capacitación. La región se caracteriza por una satisfacción en la calidad de vida alta, que va guiada por los altos estándares de eficacia que ofrece los sistemas de movilidad, los servicios públicos, los espacios culturales de recreación

y la oferta de empleos con buenas condiciones laborales. La composición de la población se ve altamente compuesta por adultos, los cuales en mayor proporción son mujeres.

Los resultados financieros demuestran el crecimiento de la economía antioqueña durante los últimos 5 años, para el último año de estudio esta tasa de crecimiento supero los resultados del país. Las exportaciones se destacan con su crecimiento y se posicionan como el reto a mantener por la región. Los indicadores laborales en base a la ocupación de la población presentan un panorama no tan favorable en cuestiones de desempleo contrario a las condiciones del detractor de desigualdad salarial que para la región presenta mejores resultados frente al obtenido por la nación. Al analizar los hábitos de consumo de la población demuestran la dependencia de los antioqueños a los productos tradicionales y a los nuevos tipos de emprendimiento que están marcando tendencia.

Para el proceso de análisis dentro del sistema institucional antioqueño se puede estudiar que dentro de las instituciones dadas las interacciones que se presentan las negociaciones tienen la intención de fomentar la economía local a partir del apoyo a los emprendedores, siendo así un factor importante del regionalismo en el proceso institucional, el cual entra en la discusión frente a las decisiones a tomar dado lo que necesitan las organizaciones.

Aunque los resultados de la encuesta demuestran la preferencia de productos locales y nacionales, sigue presente la opción de poder adquirir productos internacionales sea por su facilidad de compra o cómodo precio, considerando de esta manera que los consumidores, sin importar cuáles son sus características demográficas y psicográficas (estrato social, sexo, edad, etc.), continuamente toman decisiones sobre qué consumir frente al cumplimiento o nivel de satisfacción de sus necesidades.



Con relación a los criterios de compra se pudo identificar que el precio del producto sigue latente en el proceso de decisión del mismo, sin embargo la calidad también fue un factor en el que la mayoría coincidieron, teniendo en cuenta que cada atributo, de igual manera para cada producto no pesa, puesto que son sus características las que realmente reflejan la importancia en términos porcentuales, demostrando del mismo modo que la confianza que inspira una marca puede llegar a ser parte de la decisión de compra, ya que el posicionamiento de la misma se debe a la calidad que ha mantenido en el mercado y por ello tiende a relacionarse con el precio.

Reconocer en el mercado comercial que a mayor precio mayor calidad, conlleva de una vez a introducir el regionalismo como parte importante de este proceso ya que los productos locales como tal son de calidad y reafirman la confianza en el consumidor.

Es aquí donde el estudio demuestra que la compra puede ser planificada total, parcial o mínimamente ya que cuando se planea realizar, demuestra el duelo entre lo regional frente a lo de otro lugar y es aquí cuando el consumidor puede tomarse su tiempo para encontrar la mejor opción, sin embargo, cuando no se realiza de la manera adecuada se suelen comprar productos al azar y sin contar los factores determinísticos que abarcan si son de la calidad deseada o realmente adecuados con lo requerido.

Gracias al estudio realizado, se pudo identificar que el regionalismo antioqueño hace parte de la incidencia en los procesos de comercialización de productos siendo una razón alta para llegar a cabo la decisión final. Sin embargo, parte de los encuestados se muestran neutrales en dichas decisiones por lo cual, prefieren comprar productos para satisfacer sus necesidades y no por marca, diseño o calidad.

No obstante llamo la atención que un Encuestado siente que el regionalismo no debería ser parte del proceso y por lo tanto puede verse resentido en este Ítem, lo que indica que las empresas

si se pueden enfrentar a estos altos cambios de compra en los consumidores, puesto que al inicio pueden querer proteger su regionalismo pero cuando buscan costo o calidad sienten la necesidad de comprar marcas de nivel nacional o internacional, por lo que los procesos de inversión e incluso de competitividad deben realizarse siempre y cuando se estudie el segmento de clientes hacia el cual se dirige el producto, teniendo en cuenta que el mayor beneficio de las marcas propias es para los consumidores finales.

La cadena: proveedores, distribuidores y consumidores, les favorece que este sistema funcione, tanto por la utilidad como por el posicionamiento que se puede establecer, de modo que los resultados indican que las características individuales de los consumidores como la aversión a la importancia del precio y la lealtad a la compra local tienen un efecto sobre la actitud hacia las marcas locales, nacionales y para las que incursionan desde el mercado exterior considerando que la cultura, los estratos socioeconómicos y creencias religiosas de cada región, logran dar una visión del impacto de inversiones en Colombia y más aún cuando la empresa debe tener en cuenta toda la protección que una comunidad puede establecer.

La toma de decisiones de inversión en Antioquia debe ser un proceso arduo, pero no imposible de realizar, dentro de esta estructura se determina gracias a un sistema que evalúe la viabilidad de este proceso el cual a partir del resultado permite determinar:

La estrategia para implementar una decisión de inversión de capital requiriendo la planeación, ejecución y control de todo un proceso que abarca las variables internas del interesado las cuales miden el alcance y estudio de viabilidad, parte importante para determinar el éxito de la toma de la decisión, agregando también el estudio de las variables externas que para este caso son los determinantes que llevarán a escoger la región antioqueña.

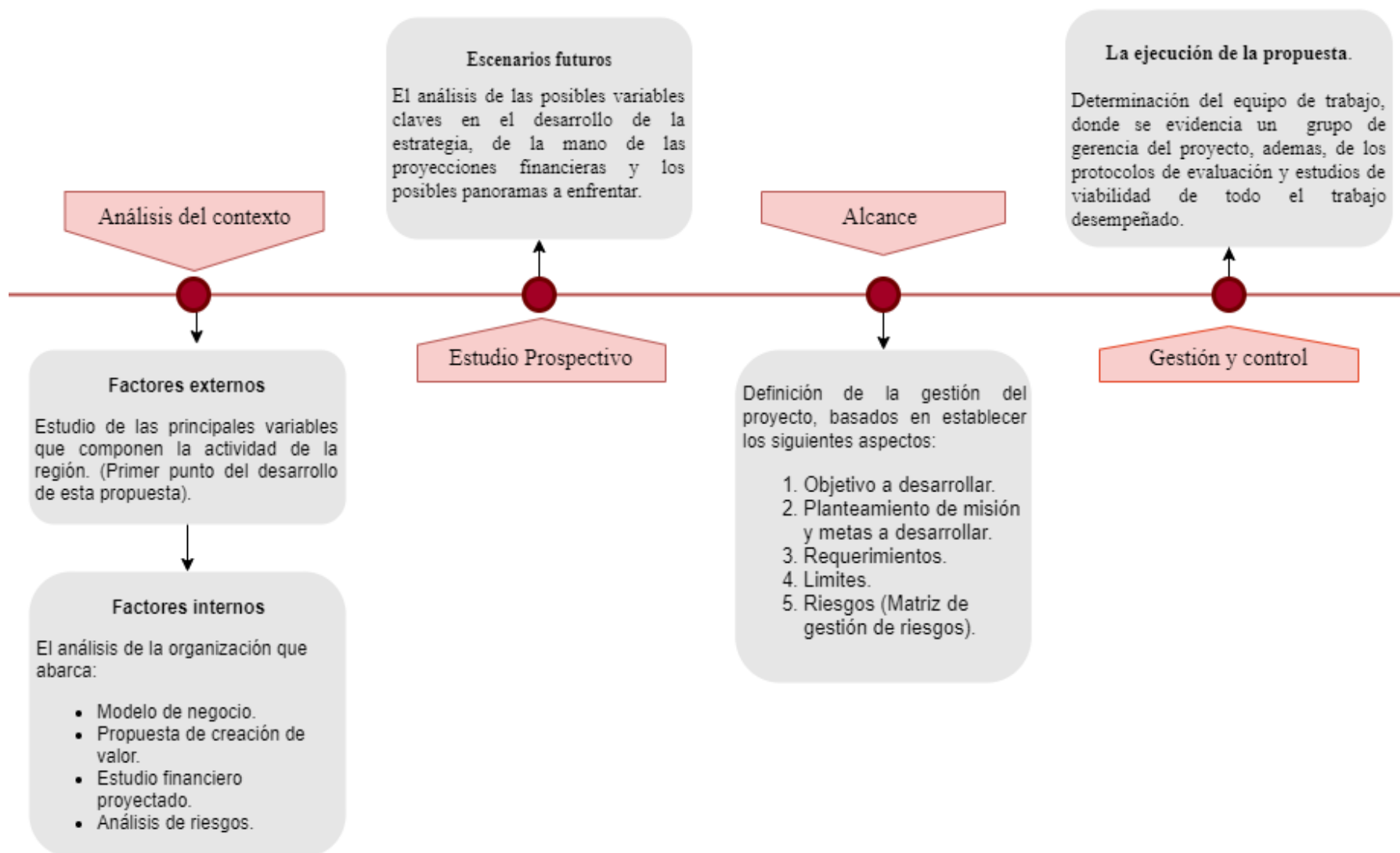
### **6.3 Estrategia de inversion en antioquia.**

Las necesidades de expansion o de creacion de nuevas oportunidades de negocio llevan a implementar dentro de la estructura organizacional un sistema que permita evaluar el mejor lugar que pueda satisfacer las metas de las distintas compañías, para hacer esto posible en la region antioqueña, se debe desempeñar un programa exhaustivo de implementacion donde la verificacion debe ser constante para el correcto desempeño de la propuesta.

Para elegir la region antioqueña el analisis de las organizaciones interesadas debe abarcar un estudio veridico que tome distintas variables, como todo estudio a realizar este debe contar con todas las bases organizativas y de control para poder ejercer un dictamen acertado de la realidad.

La estrategia que deberan implementar los interesados debe abarcar el siguiente sistema logico:

*Figura 28. Estrategia para los futuros inversores.*



*Fuente: Elaboración propia con bases en García, Oscar L. (2003) y Arboleda Vélez, G. (2013).*

Después de la implementación de este sistema, se debe destacar los rasgos de la Región que permitan a los futuros inversores estar interesados, este interés es lo que propone la región como factor de valor agregado a sus operaciones y es lo que desencadena el factor diferenciador de Antioquia con las otras localidades del país.

Antioquia es una localidad llena de muchas virtudes a pesar de inconvenientes que en el pasado como región fueron determinantes, se puede establecer que hoy posee todos los mecanismos para afrontar las posibles fluctuaciones o riesgos del mercado. La región se caracteriza por un mejoramiento constante en su sistema de gobierno, donde por medio de programas incentiva y capacita a sus habitantes de la mejor manera.

La población se caracteriza por sus altos índices de satisfacción con una gran participación de personas adultas y en su mayoría mujeres, llevan a desarrollar mejores condiciones en sus conductas de trabajo, personas satisfechas con su estilo de vida podrán desempeñar mejor sus funciones. Estos niveles altos de satisfacción tienen que ver con las facilidades en las condiciones de vida de los antioqueños, es decir, sus sistemas de movilidad son destacados a nivel nacional, la infraestructura de la región presenta mejores alternativas a nivel tecnológico e industrial, además de otros factores sociales que generan la adecuación de espacios para la reactivación de la cultura por medio de distintos mecanismos.

Lo mencionado anteriormente desencadena la buena ética de trabajo de la región, además de la cultura participativa, donde la población tiene altos niveles de educación cívica para ir dejando poco a poco la brecha de la violencia. Los antioqueños desarrollan una fidelidad a su región y a sus costumbres lo que los hace unos consumidores habituales de productos o servicios realizados dentro de su territorio. Esto permite la inserción en el mercado de marcas autóctonas y el crecimiento considerable de estas.

A nivel empresarial Antioquia posee una gran diversificación económica, esto significa que tiene varios sectores fuertes dentro de su estructura. Esta diversidad en las organizaciones lleva a la fácil habilidad de inversión en la región dado que se rompen las barreras de los negocios a partir de la facilidad de obtención de los mecanismos requeridos y la amplia gama de recursos y futuros clientes.

Antioquia durante los últimos 5 años ha presentado un crecimiento constante en el PIB, esta tasa de crecimiento para el último año del estudio obtuvo un crecimiento mayor a los resultados nacionales, además, de los índices de exportación donde la región ha destacado por la variedad de productos en el exterior que subrayan la calidad de estos.

El comportamiento exportador tiene como centro la meta de potencializar todo su proceso, constituyendo así un reto que lleva un programa integrado por distintos entes, el cual ya ha demostrado frutos del alcance de esta medida. Todo este comportamiento respalda la conducta favorable de la región frente a indicadores nacionales, donde no solo brindan las herramientas para ejercer las labores si no que van más allá con los procesos de capacitación e inserción continuo.

Con el aumento favorable de la economía la región se ha tecnificado tanto a nivel humano como estructural, lo que enfatiza la automatización de procesos mejorando por ende la efectividad de las operaciones y llevar a catalogar la región como epicentro de comercio y tecnología.

Otras facilidades que se tiene en la región es su ubicación geográfica, dada la cercanía con los dos océanos que toman el país, mejorando las vías de comercialización y traslado de bienes, y centrados en los factores climáticos, la región destaca por el clima templado que en algunos sistemas económicos favorece sus operaciones.

Antioquia posee la siguiente propuesta de valor como región:

*Ilustración 29 Antioquia. Propuesta de valor como región.*



*Fuente: Elaboración Propia.*

## 7. CONCLUSIONES

Las organizaciones dentro de su estructura operacional se enfrentan a una serie de factores indirectos a la hora de realizar sus actividades de negociación, los cuales afectan el desarrollo o ejecución de estos. A partir del análisis de resultados de los objetivos planteados se concluye lo siguiente:

- La dinámica de la región se caracteriza por su diversidad económica lo que lo consolida como el segundo departamento con mayor participación en el PIB nacional, exportaciones con mayor crecimiento que el país para el año 2019 buenos índices de satisfacción en la población, la cual se encuentra conformada en su mayoría por mujeres y con un índice de envejecimiento superior al nacional. Los indicadores laborales exponen el impacto de la tasa de desempleo como panorama no tan favorable frente al índice del país, y el índice GINI mejora las condiciones de desigualdad salarial en la región.
- El precio es un factor con gran importancia dentro de las negociaciones institucionales en la región, lo cual entra en estudio frente al contexto de apoyo regional que de manera sutil entra en juego como estrategia de fomento, pero surge un sistema de valoración que mide el impacto de este frente al beneficio a obtener en otros mercados ya sean nacionales o internacionales.



- Las incidencias que se asocian al regionalismo deben ser manejadas como aspecto positivo y no como un determinante en los procesos productivos de las organizaciones, centrarse en esta sola medida puede conllevar a tomar decisiones no tan convenientes para las entidades, por eso se determina un mecanismo lógico de estudio que permita poner en análisis que es lo que requieren las organizaciones y si los métodos convencionales de apoyo regional cumplen a cabalidad las necesidades de los participantes.
- La propuesta de valor que tiene la región antioqueña es uno de los primeros eslabones que debe poseer la estrategia de valoración de los futuros inversores, dado que este tipo de decisiones deben poseer variables a nivel organizativo, estas variables requieren una validación del estado de la entidad, donde no solo se mida el nivel financiero si no que este incluya un estudio detallado de escenarios futuros y valoración de riesgos, todo esto en sincronía con un sistema de control que permita analizar el comportamiento de todo el proceso incluido el alcance de la inversión.

## i. BIBLIOGRAFIA

Andrade Zamora, Fabrizzio, Alejo Machado, Oscar J., & Armendariz Zambrano, Christian

Ronald. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Conrado*, 14(63), 117-122.

Epub 08 de junio de 2018. Recuperado en 28 de junio de 2020, de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-)

86442018000300117&lng=es&tlng=es.

Agrawal, G. (2012, febrero 27). *Bringing regionalism home*. Recuperado de

[file:///E:/TRABAJO%20FINAL/ContentServer%20\(1\).pdf](file:///E:/TRABAJO%20FINAL/ContentServer%20(1).pdf)Andrade Zamora, Fabrizzio,

Alejo Machado, Oscar J., & Armendariz Zambrano, Christian Ronald. (2018). Método

inductivo y su refutación deductista. *Conrado*, 14(63), 117-122. Epub 08 de junio de

2018. Recuperado en 28 de junio de 2020, de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-)

86442018000300117&lng=es&tlng=es.

Bizzozero, L. (2016). Espacio político, territorial y social en los regionalismos: una

aproximación al recorrido del Mercosur. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, 16(3),

437. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2016.3.23404>

Burke, E. (13 de septiembre de 2005). *Capítulo 1. Estrategia, Organización y negocios* .

Obtenido de

<https://www.inf.utfsm.cl/~lhevial/asignaturas/sdeg/topicos/Gestion/cap1pdf.pdf>

Caicedo, C. (02 de marzo de 2015). *ESCUELA ESTRUCTURALISTA Y SUS AUTORES*.

Obtenido de <https://prezi.com/udb-dvzkmkbb/escuela-estructuralista-y-sus-autores/>

DANE. (2019). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV)*. BOGOTÁ: DANE.

Deciancio, M. (2016). El regionalismo latinoamericano en la agenda de la teoría de las

Relaciones Internacionales. *IBEROAMERICANA*, Vol. 16, Núm. 63: (septiembre-diciembre 2016). <https://doi.org/10.18441/ibam.16.2016.63.91-110>

EPPUMER. (4 de Diciembre de 2013). *Youtube*. Obtenido de Investigación Descriptiva:

<https://www.youtube.com/watch?v=IsiE8ned6Zo>

Falcones, M. X. (2016). *¿Regionalismo poshegemónico o contrahegemónico?: una revisión de los debates teóricos actuales*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

FEDESARROLLO. (2019). *Encuesta de Opinión del Consumidor*. BOGOTÁ: CENTRO DE INVESTIGACION ECONOMICA Y SOCIAL.

Gómez Rivera, L. M. (2015). Diferencias en la evolución de la productividad regional en la industria colombiana: un análisis sectorial a partir de fronteras estocásticas de producción time varying: 1992-2010. *Revista Desarrollo Y Sociedad*, (75), 101–152.

<https://doi.org/10.13043/dys.75.3>

Haddad, E. A., Bonet, J., Hewings, G. J. D., & Perobelli, F. S. (2008, agosto). *Efectos regionales de una mayor liberación comercial en Colombia: Una estimación con el Modelo CEER*.

Recuperado de <file:///E:/TRABAJO%20FINAL/DTSER-104.pdf>

Hernández, S. A. (Julio-diciembre de 2011). *Universidad autónoma del estado de Hidalgo*.

Obtenido de Escuela superior Tepeji del río:

[https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Administracion\\_Estrategica.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Administracion_Estrategica.pdf)

Kerguelén, D. E. R. (2007). Planeación prospectiva del desarrollo económico local. *El Cuaderno Ciencias Estratégicas*, 1(2), 25-52.

MEDELLIN, C. D. (12 de Abril de 2020). *CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN*.

Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/programas-para-el-fortalecimiento-de-tu-empresa/acceso-mercados/antioquia-exporta-mas>

Miklos, T., & Tello, M. (2007). Planeación prospectiva y estratégica. *Documento procedente del V Encuentro de estudios Prospectivos*.

Porter, M. E. (diciembre de 1996). *¿Qué es estrategia?* Obtenido de Harvard Business Review:

<http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf>

RESEARCH, B. (2019). *Perfilamiento del consumidor colombiano 2019*. BOGOTA.

Riggirozzi, P., & Tussie, D. (2018). *Claves para leer al regionalismo sudamericano:*

*fortaleciendo el estado, regulando el mercado, gestionando autonomía*. Año 3 No. 5, 6–21.

Riquelme, M. (06 de abril de 2018). *Estrategia Organizacional (Definición Y Etapas)*. Obtenido

de <https://www.webyempresas.com/estrategia-organizacional-definicion-y-etapas/>

Sánchez y Escribano, F. (1940). “Diccionario de la Lengua Española”, por la Real Academia

Española. *Revista Iberoamericana*, 2(4), 514–517.

<https://doi.org/10.5195/REVIBEROAMER.1940.870>

Serna, O. L. G. (2003). Valoración de empresas, gerencia del valor y EVA. Digital Express.

Universidad Carlos III. (2008). *Resumen tema 2 Max Weber*. Obtenido de Madrid:

<https://www.studocu.com/es/document/universidad-carlos-iii-de-madrid/estructura-y-cambio-social/resumenes/resumen-tema-2-max-weber/420116/view>

Universidad Nacional de Colombia, & Zabala, o. Y. (2017). Dos ensayos tempranos de Juan José

Nieto: regionalismo y la cuestión federal (1835-1838). *Estudios de literatura colombiana*, (40), 93–109. <https://doi.org/10.17533/udea.elc.n40a06>

Vélez, G. A. (2013). *Proyectos-Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Alfaomega Grupo Editor.

Vivas, H. (2011). Presentación: Estudios socioeconómicos de regiones. *Sociedad y Economía*, 13–15.

WORLD PANEL, K. (12 de Marzo de 2019). *KANTAR COLOMBIA*. Obtenido de

<https://www.kantarworldpanel.com/co/Noticias/Qu-compran-los-colombianos-segn-su-generacin>