

EFFECTOS DEL USO DE PROGRAMAS TECNOLÓGICOS PARA LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, POR PARTE DE LA EMPRESA CIAMSA S.A, EN LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE AZÚCAR, EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.



[Escriba texto]

UCEVA

ROYMAN ORREGO SAENZ

**EFFECTOS DEL USO DE PROGRAMAS TECNOLÓGICOS PARA LA INFORMACIÓN
Y LAS COMUNICACIONES, POR PARTE DE LA EMPRESA CIAMSA S.A, EN LA
COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE AZÚCAR, EN EL DEPARTAMENTO
DEL VALLE DEL CAUCA.**

ROYMAN HERNAN ORREGO SAENZ

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL VALLE
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
TULUA
2018**

[Escriba texto]

**EFFECTOS DEL USO DE PROGRAMAS TECNOLÓGICOS PARA LA INFORMACIÓN
Y LAS COMUNICACIONES, POR PARTE DE LA EMPRESA CIAMSA S.A, EN LA
COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE AZÚCAR, EN EL DEPARTAMENTO
DEL VALLE DEL CAUCA.**

ROYMAN HERNAN ORREGO SAENZ

Trabajo de grado para optar al título de Comercio Internacional

ENEIS JARAMILLO RODRIGUEZ
Director

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL VALLE
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
TULUA
2018**

[Escriba texto]

Nota de aceptación

Presidente del jurado:

Jurado 1:

Jurado 2:

Dedicatoria

Con toda mi gratitud a mi familia
por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Exclusivo agradecimiento a las doctoras Katherine Arango, y Beatriz Montoya, por contribuir en el desarrollo de este proyecto investigativo.

A la UCEVA, por la excelente formación que imparte, así como a todos sus docentes y directivos, por su inmensa vocación en el arte de enseñar.

Especial reconocimiento a todas aquellas personas que contribuyeron en mi formación.

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCIÓN	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	25
1.1 Formulación del problema	29
1.2 Sistematización	29
1.3 Justificación	30
1.4 Objetivos	34
1.4.1 Objetivo general	34
1.4.2 Objetivos específicos	34
2. MARCO REFERENCIAL	36
2.1 Marco teórico	36
2.2 Marco contextual	42
2.3 Marco conceptual	46
2.4 Marco legal	50
2.5 Marco Metodológico	56
2.5.1. Enfoque de la investigación.	56
2.5.2. Tipo de estudio.	56
2.5.3. Población	56
2.5.4 Muestra	57
2.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.	57
2.5.6 Técnicas de análisis	57
2.5.7. Índice analítico tentativo que tendrá el proyecto	58
OBJETIVO NUMERO UNO	60

3. EFECTOS DEL USO DE PROGRAMAS TECNOLÓGICOS IMPLEMENTADOS POR CIAMSA S.A. PARA LA COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL AZÚCAR EN EL MERCADO INTERNACIONAL.....	60
3.1 Tecnologías de la información y la comunicación	60
3.2 Etapas de la ECLAC	66
3.3 Infraestructura Tecnológica.....	68
3.4 Conocer la influencia de los programas tecnológicos utilizados por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales	83
4. CARACTERIZACIÓN DE CIAMSA S.A.....	90
4.1 Misión	90
4.2 Visión	91
4.3 Principios y Valores.....	91
4.4.1 Infraestructura y sitios de operación:.....	94
4.4.2 Actividades del proceso logístico para la exportación del azúcar	99
4.4.3 Flujograma del proceso exportación del azúcar	101
4.4.4 TICS utilizadas en el proceso de exportación del azúcar.	102
4.4.5 Precio del producto	103
4.4.6 Tramites para realizar una exportación en Colombia	111
5. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	116
6. CONCLUSIONES	122
BIBLIOGRAFIA	125
ANEXOS.....	128

LISTA DE GRAFICOS

	pág.
Grafico 1. Balance azucarero mundial (en miles de toneladas).....	32
Grafico 2. Producción internacional del azúcar	41
Grafico 3. Mapa azucarero del valle del cauca.....	42
Grafico 4. Precio del azúcar al consumidor	103

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Etapas del desarrollo del conglomerado azucarero	45
Tabla 2. Balance azucarero mundial (miles de toneladas métricas)	61
Tabla 3. Balance azucarero de Colombia (miles de toneladas métricas).....	61
Tabla 4. Exportaciones de azúcar de los últimos	67
Tabla 5. Exportaciones de azúcar 2001 - 2016	83
Tabla 6. Flujograma del proceso de exportación del azúcar.....	101
Tabla 7. Tics proceso exportación.....	102

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Pagina de internet ciamsa s.a.	69
Figura 2. Reporte de nominaciones	72
Figura 3. Consultas y reportes	72
Figura 4. Situación de exportaciones – Tabla maestra.....	73
Figura 5. Reporte mundial de azúcar	78
Figura 6. Programa Cialinea	80
Figura 7. Ventana de planeación logística.....	80
Figura 8. Panorámica del puerto de buenaventura.....	92
Figura 9. Oficina de Ciamsa en Cali.....	95
Figura 10. Oficina Ciamsa en Buenaventura.....	96
Figura 11. Bodegas en el terminal marítimo de buenaventura	96
Figura 12. Deposito aduanero	97
Figura 13. Bodega de Ciamsa Buga	98
Figura 14. Banda de transporte de azúcar a granel	99
Figura 15. Azúcar a granel Ciamsa S.A	105
Figura 16. Bodega Ciamsa Buenaventura.....	105
Figura 17. Patio de contenedores en Buenaventura	107
Figura 18. Zona de embarque	108
Figura 19. Panorámica de la sociedad portuaria	109
Figura 20. Embarque del azúcar en la motonave	110
Figura 21. Sacos de azúcar para exportación	110

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Diario de observación	128
Anexo B. entrevista a la representante de ventas de exportación del Ingenio Pichichi s.a	129
Anexos C. entrevista a la representante del área comercial de ciansa s.a.	134
Anexos D. Fotografías trabajo de campo.	142

RESUMEN

Este trabajo se enfocó en Analizar los efectos del uso de programas tecnológicos para la información y las comunicaciones, por parte de la empresa CIAMSA S.A, en la comercialización internacional de azúcar, en el departamento del valle del cauca, Sector que tiene un importante desarrollo a nivel nacional e internacional, considerando que la industria azucarera colombiana es una de las más eficientes en el mundo.

Por consiguiente, en el presente proyecto investigativo se analizó la metodología bajo la cual CIAMSA sirve de intermediario a los ingenios para la comercialización de sus productos; El propósito del presente trabajo consistió en aplicar la metodología teórico investigativa, realizando un proyecto de tipo cualitativo, en el cual se analizó y se describió como se ejecuta la comercialización de la caña de azúcar a nivel internacional, así como la inherencia de aspectos como la innovación y las TICS.

Los objetivos planteados para dar respuesta al problema y solucionar el objetivo general fueron los siguientes:

En el primer objetivo se identificó los efectos del uso de programas tecnológicos que implementa CIAMSA S.A. para la comunicación y comercialización del azúcar en el mercado internacional. Se reconoció CIALINEA FUTUROS, y NOMINACIONES como los programas que hacen parte de la infraestructura tecnológica durante los últimos años en CIAMSA S.A y las encargadas en gran parte de su éxito, Toda esta información fue recopilada, a través de visitas a la oficina central de CIAMSA en la ciudad de Cali, y al Ingenio Pichichi como asociado de dicha empresa, lugares en los cuales se ejecutaron diversos procesos de observación, entrevistas y una extensa revisión bibliográfica.

Una vez identificadas las tecnologías implementadas por CIAMSA S.A, se desarrolló el siguiente objetivo, el cual se enfoca en conocer la influencia de las TICS utilizadas por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales. Este objetivo se destaca las estadísticas que reflejan el índice de ventas y su evidente sostenimiento en los últimos años, ayudados por la inherencia de las TICS.

Luego de ejecutar los objetivos planteados con anterioridad, y teniendo claro las TICS utilizadas en el comercio exterior del azúcar, así como la influencia de las mismas en el desarrollo del sector, se especifica la logística implementada por el sector azucarero del Valle del Cauca a través de CIAMSA S.A. en el desarrollo del comercio internacional del azúcar, con miras a detallar dicho proceso, así como el papel que juegan las TICS en el mismo se ejecuta una completa caracterización de la empresa CIAMSA S.A. incluyendo aspectos vitales como la infraestructura y sitios de operación de la empresa, las actividades del proceso logístico relacionadas con el proceso de exportación, y las Tics empleadas para tal fin, así como los tramites correspondiente de la logística de exportación de la caña de azúcar. Esta información permite tener una visión holística acerca del proceso de exportación ejecutado por el sector azucarero en cabeza de la empresa CIAMSA S.A.

Las conclusiones del presente proyecto investigativo en general permiten vislumbrar que CIAMSA S.A. en la actualidad se encuentra en proceso de expansión internacional, y es gracias a su infraestructura tecnológica, que logra comunicarse en tiempo real con clientes, ingenios y proveedores, lo cual permite que el proceso de exportación se lleve a cabo adecuadamente conforme a los objetivos planteados por la empresa.

ABSTRACT

This document focused on analyzing the effects of the use of technological programs for information and communications by CIAMSA S.A. on the international marketing of sugar in the department of Valle del Cauca, a sector that has an important national and international development, considering that the Colombian sugar industry is one of the most efficient in the world.

Therefore, this research project analyzed the methodology under which CIAMSA serves as an intermediary to the mills for the commercialization of their products; this analysis consisted in applying the theoretical research methodology, carrying out a qualitative project, in which it was analyzed and described how the commercialization of sugar cane is conducted at the international market, as well as the inherence of aspects such as innovation and TICS.

The objectives proposed to respond to the problem and to solve the general objective were the following:

The first objective was to identify the effects of the use of technological programs implemented by CIAMSA S.A. for the communication and marketing of sugar on the international market. CIALINEA FUTUROS was recognized, and NOMINATIONS such as the programs that have been part of the technological infrastructure of CIAMSA S.A. during the last few years and those in charge of its success were recognized. All this information was gathered through visits to CIAMSA's central office in the city of Cali, and to Ingenio Pichichi as an associate of the company, where various processes of observation, interviews and an extensive bibliographic review were carried out.

After identifying the technologies implemented by CIAMSA S.A., the following objective was developed, which focuses on knowing the influence of the ICTS used by the sugar sector of the Valley, to promote and execute its international negotiations. This objective is supported by statistics reflecting the sales index and its evident growth in recent years, helped by the inherent nature of TICS.

After executing the objectives previously proposed, and taking into account the ICTS used in the foreign trade of sugar, as well as their influence on the development of the sector, the logistics implemented by the sugar sector of Valle del Cauca through CIAMSA S.A. is specified. In the development of the international sugar trade, with a view to detailing this process, as well as the role played by ICTS in it, a complete characterization of the company CIAMSA S.A. is carried out, including vital aspects such as the infrastructure and operation sites of the company, the activities of the logistic process related to the export process, and the ICTs used for this purpose, as well as the corresponding procedures of the sugar cane export logistics. This information provides a holistic view of the export process carried out by the sugar sector at the head of the company CIAMSA S.A.

The conclusions of this research project in general allow us to foresee that CIAMSA S.A. is currently in the process of international expansion, and it is thanks to its technological infrastructure that it is able to communicate in real time with customers, mills and suppliers, achieving that the export process is carried out adequately in accordance with the objectives set by the company.

GLOSARIO

ACUERDOS COMERCIALES: Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

ADUANA: Unidad administrativa encargada de la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercadería, como el control del tráfico de los bienes que se internan o externa de un territorio aduanero, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones.

AGENTE DE ADUANA: Profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

AGENTE DE TRANSPORTE ADUANERO (A.T.A.): Persona de existencia visible o ideal que, en representación de los transportistas, tiene a su cargo las gestiones relacionadas con la presentación del medio transportador y de sus cargas ante la Aduana.

APROVISIONAMIENTO: El embarque de mercancías nacionales o nacionalizadas, de rancho, destinadas a las naves o aeronaves, nacionales o extranjeras, que no efectúen transporte internacional.

Arancel: Impuesto o derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta se importa o exporta.

BALANZA COMERCIAL: Conjunto de transacciones comerciales realizadas por un país con el exterior, en un periodo determinado (un año), consistentes en la importaciones y exportaciones de mercancías consideradas en su conjunto, exteriorizándose el resultado de tres maneras distintas, conforme a los resultados de los valores totales intercambiados, puede ser: Balanza comercial nivelada (cuando la importación y la exportación se equilibran), deficitaria o favorable (exceso de importación sobre exportación) y, favorables o con superávit (exceso de exportación sobre importación).

BL (BILL OF LADING): Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía.

CAPACIDAD PRODUCTIVA: hace referencia al máximo nivel de producción que puede soportar una unidad productiva concreta, en circunstancias normales de funcionamiento durante un periodo de tiempo determinado.

CARGA: Se denomina así a aquellas mercaderías que son objeto de transporte mediante el pago de un precio. También se puede denominar carga a las mercaderías que un buque, un avión u otro tipo de vehículo transportador, tiene en su bodega o depósito en un momento dado.

CLÚSTER: Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

COMMODITIES: Término muy usado en tráfico internacional, a cuyos efectos significa materia a granel o, más bien, materia prima, cuyo concepto incluye también a los productos semielaborados, base de algún proceso industrial más complejo.

CONTENEDOR: Embalaje metálico grande y recuperable, de tipos y dimensiones acordados internacionalmente.

EMBARQUE: Carga en un vehículo o nave.

EXPORTACIÓN: Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

FLETE: Coste del transporte marítimo. (Freight)

IMPORTACIÓN: Introducción legal de mercancía para su uso o consumo en un territorio aduanero.

IMPORTADOR: Persona natural o jurídica que realiza o solicita, personalmente o a través de terceros, el trámite de importación.

INCOTERM: Son términos definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales. Son reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Durante la última revisión, en el año 2010 se determinan la existencia de 11 términos: EXW, FAS, FOB, FCA, CFR, CIF, CPT, CIP, DDP, DAT, DAP. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan: la forma de pago ni la legislación aplicable. Su uso no es obligatorio.

LOTE: Cantidad de un alimento, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico, producida en condiciones esencialmente iguales.

MATERIA PRIMA: Materia no transformada, utilizada para la producción de un bien. Los procesos productivos alteran su estructura original.

MEDIO DE PAGO INTERNACIONAL: Se emplea en el comercio internacional como consecuencia de operaciones del exterior. Los medios de pago resultan insustituibles en el mercado internacional.

OMC: Organización Mundial de Comercio.

PIB. Producto Interior Bruto.

PNB (PRODUCTO NACIONAL BRUTO). Comprende la suma del total de la inversión privada y pública y del consumo público y privado que se ha realizado en un país durante un año.

RÉGIMEN ADUANERO: Tratamiento aplicable a todas las mercaderías sujetas al control de la aduana, respecto de las leyes y reglamentos aduaneros y de conformidad a su naturaleza y al objetivo de cada operación.

SUPERÁVIT COMERCIAL: Es el saldo positivo de la balanza comercial. Se calcula sumando todos los ingresos por exportaciones de un país, y restando todos los gastos por importaciones.

SUPRANACIONALES: Empresa independiente respecto a su propiedad y control, de cualquier país.

APLICACIONES OFIMÁTICAS: es el conjunto de métodos, aplicaciones y herramientas informáticas que se usan en labores de oficina con el fin de perfeccionar, optimizar, mejorar el trabajo y operaciones relacionados.

TECNIFICACIÓN: Es un proceso de perfeccionamiento y desarrollo en el ámbito tecnológico adaptar las tecnologías a las necesidades de la actividad comercial.

TRAZABILIDAD: Conjunto de aquellos procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas.”

EMBALAJE: Objeto manufacturado que protege, de manera unitaria o colectiva, bienes o mercancías para su distribución física a lo largo de la cadena logística: es decir durante las operaciones de manejo, carga, transporte, descarga, almacenamiento, estiba y posible exhibición.

VALOR AGREGADO: en términos de marketing, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor **valor** en la percepción del consumidor.

0. INTRODUCCIÓN

El origen del proyecto titulado “Efectos del uso de programas tecnológicos para la información y las comunicaciones, por parte de la empresa CIAMSA S.A, en la comercialización internacional de azúcar, en el departamento del valle del cauca”, nace en el trabajo realizado en la asignatura de logística internacional, en la visita a las instalaciones de CIAMSA.SA ubicadas en el puerto de Buenaventura, en esta experiencia de salida de campo se estudió la importancia del proceso logístico en cualquier actividad económica, específicamente en ese momento la actividad logística de CIAMSA. S.A; llama la atención, la organización en los procesos, la optimización de tiempo, el control de existencias, por medio de herramientas tecnológicas que usa la organización antes citada, logrando convertirse en eje central de tema de visita extra muros; otro punto a destacar importante en el origen de la realización de este trabajo fue el reconocimiento del sector azucarero como fuente fundamental de empleo en el departamento del valle del cauca, el crecimiento, desarrollo y renovación tecnológica que ha adquirido este sector permitiéndole convertirse en uno de los sectores más competitivo en el mercado nacional; otro tema de importancia que se pudo valorar en este recorrido por las bodegas de CIAMSA, S.A fue el volumen de azúcar que esta unidad de negocio maneja del sector azucarero colombiano, analizando de primera mano las exportaciones en grandes volúmenes que envía a Estados Unidos, Jamaica Haití, Chile y Perú; de igual manera debe aclararse que sus exportaciones de azúcar son referenciado a los precios de bolsa de Londres de refinados y de New York para crudos; todo lo estudiado anteriormente expuesto, fueron factores claves para que el autor del presente trabajo se interesara por conocer más afondo sobre el sector y su impacto en el comercio, no solo nacional, si no de su competencia en el ámbito internacional.

El desarrollo del presente trabajo se base en el estudio que ha tenido la implementación de las TIC’S en los diferentes sectores económicos, con la llegada de esta nueva alternativa de eficiencia, eficacia y efectividad para las organizaciones, se contempla que estas han sufrido cambios sustanciales en cada una de las actividades propias de las empresas, quedando de manifiesto que las TIC’S en Colombia juegan un papel fundamental en lo referente a la globalización, la comunicación, la forma de hacer negocios y fomentar el e-commers.

Este trabajo se desarrolla en el sector azucarero, y desde allí se pretendió evaluar los efectos del uso de los programas tecnológicos para la información y las comunicaciones, por parte de la empresa CIAMSA S.A, en la comercialización internacional de su producto.

La actividad del sector azucarero se encuentra distribuida en los departamentos del Valle del Cauca, Cauca, Risaralda y Caldas, mientras la siembra de caña de azúcar se localiza en cuarenta y siete municipios de los departamentos mencionados. Sin embargo, la producción de caña de azúcar se encuentra concentrada en el Valle del Cauca, que cuenta con 26 municipios cañicultores de los 42 departamentos.¹ Esta actividad brinda el sustento a gran parte de las familias del departamento, constituyéndose en la principal fuente de empleo de la zona.

Así mismo, la globalización ha traído consigo una cantidad de requerimientos que han llevado a las industrias, a ser más competitivas en el mercado internacional, dentro de este contexto cabe destacar que muchos han sido los esfuerzos gubernamentales por promover el desarrollo en la región a través de la tecnología. Para el año 2000 el gobierno colombiano propuso el documento CONPES 3080 (Consejo Nacional de Política Económica y Social– CONPES, 2000) en el cual se diseñaron los lineamientos de política para conformar los Comités Departamentales de Ciencia y Tecnología.

Siguiendo los lineamientos de la política nacional, el Valle del Cauca consolidó un sistema de innovación; esta iniciativa en la región parte de reconocer la existencia de organizaciones del conocimiento tales como centros de desarrollo productivo, centros científicos y tecnológicos, universidades, organizaciones promotoras del comercio exterior, así como las que apoyan la gestión empresarial, las que financian la producción.

Este trabajo se enfoca en el análisis de la comercialización internacional del azúcar, principalmente a través de la Comercializadora Internacional de Azúcares y Miel (CIAMSA). Sector que ha tenido un importante desarrollo en el mercado nacional e internacional, ya que no es un secreto que la industria azucarera colombiana es una de las más eficientes en el mundo; actualmente se producen en Colombia alrededor de dos millones doscientas mil toneladas anuales de azúcar, de las cuales se exporta cerca del 60%.

CIAMSA es una sociedad anónima compuesta por 11 accionistas, quienes son los ingenios Azucareros Carmelita, La Cabaña, Manuelita, Mayagüez, Pichichi, Risaralda, San Carlos, Rio paila-Castilla, Incauca, y Providencia ; CIAMSA a su vez funciona con la finalidad principal de atender la demanda internacional de los azúcares y mieles y

¹ ARBELÁEZ, M. A.; Estacio, A. y Olivera, M. Impacto socioeconómico nacional y regional del sector azucarero colombiano. Cuadernos de Fedesarrollo, 2010. 31,17-44.

prestar el servicio de operación logística de exportaciones de azúcar, manejando la demanda internacional de azúcar, facilitando el trabajo de las relaciones internacionales para los ingenios.

Por consiguiente en el presente proyecto investigativo se analizó la metodología bajo la cual CIAMSA sirve de intermediario a los ingenios para la comercialización de sus productos, así mismo se muestra como otros ingenios no vinculados con esta comercializadora exportan sus productos, elementos que sirven de ejemplo a empresas que se hallan en crecimiento y desean internacionalizar la venta de sus mercancías.

Cabe anotar que históricamente el departamento del Valle del Cauca ha presentado un déficit permanente en su balanza comercial.² Esto se debe a la estructura productiva del departamento cuyo consumo está por encima de su capacidad productiva, por consiguiente la configuración industrial del Valle lo constituye en un importador neto de bienes intermedios, mientras que los saldos comerciales de bienes de consumo no duradero son positivos.

Sin embargo la caña de azúcar, posee un considerable peso económico en la industria del Valle del Cauca, el cual como departamento líder en la producción azucarera del país, ha logrado consolidar una industria fuerte, a través de la tecnificación, industrialización e internacionalización de sus productos, así como del adecuado manejo de las TICS en sus negociaciones internacionales, ha llevado a que el consumo de azúcares con sello colombiano crezca cada día más alrededor del mundo.³

Según información brindada por la Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia, Asocaña, a lo largo de la región del Valle del Cauca hay alrededor de 225.000 hectáreas sembradas con caña para azúcar, 25% correspondientes a tierras de los ingenios y 75% a más de 2700 cultivadores independientes, los cuales abastecen los trece ingenios de la región⁴.

El propósito del presente trabajo consistió en aplicar la metodología teórico investigativa, realizando un proyecto de tipo cualitativo, en el cual se analizó y se

² DANE. Informe de Exportaciones, importaciones y balanza comercial DE 1958 -2013.

³ *Ibid.* 2014

⁴ ASOCAÑA. Informe Anual, Aspectos Generales del sector Azucarero. 2015

describió como se ejecuta la comercialización de la caña de azúcar en el mercado internacional, así como la inherencia de aspectos como la innovación y las TICS, en pro de que el proceso logístico sea el adecuado; por ende este proyecto ha sido ejecutado utilizando herramientas como la revisión bibliográfica, la entrevista y la observación directa, elementos aplicados tanto en CIAMSA S.A, Cali, como en su sucursal en Buenaventura, así como en el Ingenio Pichichi S.A. que en el desarrollo de la investigación representa los ingenios asociados.

La problemática tratada en este trabajo, se halla enfocada en la forma como se ejecuta la comercialización internacional del azúcar, y la influencia que en dicho proceso tienen aspectos como las TICS y la innovación. Para desarrollar la investigación en torno a tal problemática, se ha dirigido al logro de objetivos fundamentales como el análisis de dicha comercialización y la inherencia de la innovación y las TICS, en el éxito del proceso. Considerando las alianzas realizadas por el sector, sus estrategias y el papel fundamental ejecutado por la comercializadora internacional CIAMSA.

Los objetivos específicos planteados para dar respuesta al problema y solucionar el objetivo general son los siguientes.

El primer objetivo busca identificar los programas tecnológicos implementados por CIAMSA S.A. para la comunicación y comercialización del azúcar en el mercado internacional. Dicho objetivo se encuentra especificado en el capítulo tres, en el cual se muestran las TICS utilizadas, por CIAMSA S.A. en los diversos procesos relacionados con la logística y comercialización del azúcar en el exterior, así mismo se da desarrollo a las etapas de la ECLAC, lo que permite tener claridad en la forma como esta empresa ha utilizado dichas tecnologías con éxito, para el logro de los objetivos propuestos. Para soportar con éxito este objetivo se presenta la infraestructura tecnológica que durante los últimos años CIAMSA S.A ha procurado desarrollar, a través de programas como CIALINEA FUTUROS, y NOMINACIONES. Toda esta información fue recopilada, a través de visitas a la oficina central de CIAMSA en la ciudad de Cali, y al Ingenio Pichichi como asociado de dicha empresa, lugares en los cuales se ejecutaron diversos procesos de observación, entrevistas y una extensa revisión bibliográfica.

Una vez identificadas las tecnologías implementadas por CIAMSA S.A, se desarrolló el siguiente objetivo, el cual se enfoca en conocer la influencia de las TICS utilizadas por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales. Este objetivo se encuentra plasmado en el capítulo tres, y en cuyo desarrollo se destacan las estadísticas que reflejan el índice de ventas y su evidente crecimiento en los últimos años, ayudados por la inherencia de las TICS. Igualmente

se destaca los progresos tecnológicos del sector en aspectos como la agricultura, los procesos de fábrica, y administrativos, aunque de acuerdo al objetivo central del presente proyecto investigativo, se analizan más exhaustivamente las TICS relacionadas con los procesos de exportación.

Luego de ejecutar los objetivos planteados con anterioridad, y teniendo claro las TICS utilizadas en el comercio exterior del azúcar, así como la influencia de las mismas en el desarrollo del sector, se puede pasar a especificar la logística implementada por el sector azucarero del Valle del Cauca a través de CIAMSA S.A. en el desarrollo del comercio internacional del azúcar, con miras a detallar dicho proceso, así como el papel que juegan las TICS en el mismo. Para tal fin se ha diseñado el capítulo cuatro, en el cual se ejecuta una completa caracterización de la empresa CIAMSA S.A. incluyendo aspectos vitales como la infraestructura y sitios de operación de la empresa, las actividades del proceso logístico relacionadas con el proceso de exportación, y las Tics empleadas para tal fin, así como los tramites correspondiente de la logística de exportación de la caña de azúcar. Esta información permite tener una visión holística acerca del proceso de exportación ejecutado por el sector azucarero en cabeza de la empresa CIAMSA S.A.

En las conclusiones del presente trabajo investigativo se encuentran plasmados el alcance de los logros propuestos, ya que a través de las herramientas formuladas, se analizó como se ejecuta el comercio internacional del azúcar, y su agente logístico y comercializadora internacional. Evidenciando la veracidad del soporte teórico del presente trabajo, en torno a la importancia de la tecnología, la innovación y los cluster en el desarrollo económico de este sector. También se detectaron algunas falencias del proceso logístico relacionado con la exportación del azúcar, que deben ser corregidas, con ánimo de acceder al mejoramiento continuo que corresponde, y que le ha permitido alcanzar un lugar privilegiado en el mercado internacional del azúcar.

Entre las conclusiones más relevantes obtenidas se puede destacar, que el caso CIAMSA S.A. es la evidencia de que la implementación de las TICS, les está posibilitando a las empresas darse a conocer a un mercado con un número significativo de potenciales clientes, ya que les permite acceder a importantes beneficios, sin tener que realizar una gran inversión, así mismo facilita el aspecto publicitario, y las relaciones con los clientes internacionales. Así mismo se debe señalar que pese a la complejidad del mercado internacional del azúcar, el cual carece de igualdad competitiva siendo controlado por las potencias, el arduo trabajo de CIAMSA S.A. así como la alta calidad del producto le han permitido ubicarse óptimamente en el mercado internacional, para ello ha desarrollado un complejo proceso logístico, que cubre todo el proceso de exportación, garantizando el cumplimiento al cliente internacional, que

incluye el control de requisiciones, coordinación con los ingenios para el envío al puerto del azúcar, la recepción del producto en el puerto, el bodegaje, los trámites aduaneros, el empaque y embalaje del producto en la motonave, y la vigilancia y coordinación del producto con la línea marítima, hasta ejecutar la entrega al cliente internacional.

Se puede destacar entonces, que el sector azucarero es ejemplo del impacto económico de las redes y las TICS, en el comercio exterior del azúcar, y también de la internacionalización con éxito de una empresa. Dado que a través de diversas estrategias ha alcanzado un posicionamiento en mercados extranjeros, como lo formulará el autor Michael Porter, al referirse a los clúster y su integración, marcando la pauta en el crecimiento económico y la competitividad de la región..

Las conclusiones del presente proyecto investigativo permiten apreciar que CIAMSA S.A. en la actualidad se encuentra en proceso de expansión internacional abriendo sus puertas en el vecino país de Perú, y es gracias a su infraestructura tecnológica, que logra comunicarse en tiempo real con clientes, ingenios y proveedores, logrando que el proceso de exportación se lleve a cabo adecuadamente conforme a los objetivos planteados por la empresa.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La industria azucarera colombiana durante más de cuarenta años ha mantenido su presencia en los mercados Internacionales de azúcar, estableciendo negocios con importantes casas azucareras en el mundo entero como EDF MAN, AMEROP SUGAR, LOUIS DREYFUS, SUCDEN, CARGILL, TRADIGRAIN, COMODITY SPECIALIST, NOBLE, TATE & LYLE, GLENCORE, SUCRIMEX entre otros.

Sin embargo los requerimientos del mundo moderno, son cada vez más exigentes y han llevado al sector a realizar significativos cambios en tecnología, logística y en el ámbito empresarial, con ánimo de suplir las expectativas internacionales y fomentar el crecimiento y desarrollo de la industria azucarera y de la región como tal.

Aspectos como la innovación y las TICS han influenciado notablemente el desarrollo de la industria y del comercio internacional, dicha herramienta se ha constituido en un elemento clave para el óptimo desempeño de las actividades que implica la comercialización de los productos. En los últimos años, con el surgimiento de nuevas tecnologías, la industria de las TICS ha cobrado una gran importancia en el mercado mundial debido a su capacidad de transformar continuamente el entorno económico y social.

La importancia de las TICS y su inherencia en el desarrollo del comercio internacional, en muchas oportunidades es obviada por las empresas, por considerarlas un elemento no relevante en el crecimiento de las mismas. Desconociendo que la implantación de las TICS, les posibilita darse a conocer en el mercado internacional, con un número significativo de potenciales clientes, logrando así acceder a importantes beneficios, sin tener que realizar una gran inversión y con un soporte publicitario inmejorable.

La problemática va dirigida al desconocimiento y poco interés que algunas empresas poseen, de la forma como las TICS y la innovación pueden favorecer el desarrollo de sus actividades comerciales, principalmente en lo que respecta al ámbito internacional. Por lo que CIAMSA S.A. en cabeza del sector azucarero, se constituye en un importante ejemplo de cómo se deben utilizar dichas herramientas de forma adecuada, para llegar a ocupar un adecuado posicionamiento en el mercado exterior.

Dicha situación se debe por un lado a la falta de información acerca del tema, ya que si bien es cierto que el contexto de las TICS es bastante amplio, también es innegable

que su aplicabilidad favorece en muchos aspectos a las empresas que desean crecer en el mercado internacional. Otra causa de esta situación es la mala información acerca de las TICS, que poseen las empresas, por lo que optan por continuar laborando a través de procesos y técnicas obsoletos, que afectan su desarrollo. La mala información sobre el tema, acaba afectando la calidad de la toma de decisiones, de manera que muchas veces no es posible tomar la decisión más acertada por no contar con información real y veraz.

El panorama en este contexto no resulta alentador, por tal razón el autor de este proyecto investigativo, considerando que durante el desarrollo de su preparación académica en el programa de Comercio Exterior, tuvo la oportunidad de presenciar la importancia que para diversas empresas tenían las TICS, ya que a través de ellas habían logrado expandir su negocio en el mercado internacional, optó por buscar un caso empresarial donde se pudiera evidenciar la influencia de dichas tecnologías en el crecimiento de una organización. Es así que CIAMSA S.A. fue la empresa elegida para el desarrollo del presente trabajo investigativo, dado que ha realizado un excelente trabajo en el crecimiento nacional e internacional, utilizando óptimamente las TICS, por consiguiente se busca conocer la influencia de las tics utilizadas por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales.

A través del presente trabajo otras organizaciones podrán identificar algunos programas tecnológicos implementados por CIAMSA S.A. para la comunicación y comercialización del azúcar en el mercado internacional, vislumbrando la posibilidad de abrir las puertas al mundo tecnológico; ya que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son cada vez más usadas para el apoyo y automatización de todas las actividades de las empresas. De allí que las organizaciones que las han utilizado adecuadamente, han conseguido obtener importantes beneficios, entre los que caben mencionar la mejora de sus operaciones, llegada a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida, no sólo con sus empleados sino también con sus clientes y proveedores. En pocas palabras, las TICS les permiten aumentar considerablemente su eficiencia.

Por tal razón, a través de la presente investigación las empresas podrán apreciar la importancia de implementación de distintas herramientas, o estrategias que les ayuden a alcanzar sus objetivos, en pos de adquirir ventajas competitivas respecto a la competencia. Esto explica claramente el papel fundamental que juegan las TIC y las herramientas que colaboran en la toma de decisiones. Por otro lado, mediante el empleo de las TICS es posible recopilar información y llevar a cabo el tratamiento y

análisis de la misma, como apoyo para la toma de decisiones. Incluso, son de gran ayuda para los niveles directivos, puesto que se trata de una herramienta que permite obtener ventajas competitivas, sirviendo como base para alcanzar el máximo nivel jerárquico de la empresa.

Según Spencer (2011), el impacto económico de las redes basadas en computadores se ha desarrollado en tres tendencias que se traslapan:

1. La automatización de la información y el procesamiento de datos;
2. La migración de numerosas actividades de adquisición y procesos de información a la Web.
3. Acceso inmediato a recursos humanos valiosos (amigos y familiares, socios comerciales, socios de investigación, entre otros.), sin importar su ubicación, con la posibilidad de usarlos en procesamiento de mercados y ensamblaje de cadenas productivas en la economía global.

El uso de las TICS en términos generales, permite a las empresas, tener acceso a la información precisa, con independencia de la localización de la mercancía, brinda la posibilidad de usar esta herramienta en el procesamiento de mercados y ensamblaje de cadenas productivas en la economía global. Aunque en el país la evolución en términos de uso de TICS y masificación de internet ha sido significativa, la brecha sigue siendo amplia en comparación con otros países de la región como Chile o Argentina.

Es claro que una estructura de alto desempeño facilita la integración de los negocios, independientemente de la autonomía de cada uno, y facilita las relaciones con el mundo externo. Además de identificar las características y cuantificar la dimensión de las exportaciones del sector azucarero, resulta fundamental evidenciar la forma como se ejecutan las negociaciones internacionales a través de una empresa intermediaria como CIAMSA S.A y principalmente la inherencia que en dicho procesos tienen las TICS. Para tal efecto, debe analizarse la logística implementada por el sector azucarero del Valle del Cauca a través de CIAMSA S.A. en el desarrollo del comercio internacional del azúcar, ya que el análisis de dicho proceso permitirá evidenciar los factores antes mencionados.

En conclusión la problemática sustentada en este proyecto investigativo, radica en el desconocimiento de muchas empresas, acerca de la forma como pueden llevar a cabo con éxito sus exportaciones, y más aún agremiar todo un sector como lo ha realizado la empresa CIAMSA S.A., lo que sin duda ha facilitado el desarrollo del sector y su inminente crecimiento. Por ende este trabajo buscó brindar un análisis completo acerca

de la forma como se ejecutan este tipo de negociaciones internacionales. Haciendo que su aporte y contribución sobre la economía nacional sea determinante.

La metodología usada en el estudio se basa en la descripción como elemento fundamental, siendo un proyecto de corte cualitativo que realiza una profunda recolección de información a través de fuentes primarias y secundarias, con miras a alcanzar los objetivos propuestos.

Los expertos concuerdan en que la forma de hacer negocios ha sido revolucionada por las TICS. Por lo que no es difícil predecir que aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que no adopten estas iniciativas, no podrán persistir mucho tiempo más ya que resulta imposible pensar el desempeño de una compañía sin ellas.

El uso de herramientas adecuadas permite a las empresas como CIAMSA S.A, encontrar con mayor facilidad compradores potenciales, mantener conectados a sus trabajadores, mejorar las capacidades de su fuerza laboral y proveer servicios como contenido noticioso, compras online y servicios de banca electrónica, concretamente en el ámbito de los negocios internacionales del sector azucarero según datos estadísticos del DANE ha permitido el crecimiento económico de la región.

Surge entonces la necesidad de analizar la forma como comercializan el azúcar en el exterior una empresa intermediaria como CIAMSA S.A., y de qué forma utilizan las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) en tal propósito contribuyendo al desarrollo económico de la región.

1.1 Formulación del problema

¿Qué efectos ha generado el uso de programas tecnológicos para la información y las comunicaciones, por parte de la empresa CIAMSA S.A, en la comercialización internacional de azúcar, en el departamento del valle del cauca?

1.2 Sistematización

- ¿Qué programas de la información y las comunicaciones implementa la empresa CIAMSA S.A. en el desarrollo de las negociaciones internacionales del azúcar?
- ¿Cuál es la influencia de los programas tecnológicos usados por CIAMSA S.A., en el desarrollo de las actividades relacionadas con el comercio internacional?
- ¿Cómo Favorece el uso de los programas tecnológicos la logística implementada por CIAMSA S.A para comercializar con éxito el azúcar en el mercado internacional?

1.3 Justificación

El azúcar de caña es un commodity específico, y uno de los mayores contribuyentes al producto interno bruto de Colombia, para el consumo interno y el comercio internacional. Por lo tanto, el mayor reto para la competitividad de la industria azucarera es la reducción de los costos de producción para ser más rentables en los mercados locales y regionales. Brasil, Australia, Tailandia, América del Norte, Centroamérica, India, China y Colombia son los mayores productores y exportadores de azúcar de caña más importantes del mundo. Pero no solo aspectos productivos han de ser determinantes para el éxito del sector, ya que la ventaja competitiva también dependerá de otras variables que se analizarán en el desarrollo del presente trabajo investigativo.

La industria del sector azucarero ha tenido un notable crecimiento a lo largo de la historia, En el caso del Azúcar Crudo, los dos mercados más importantes para Colombia son Perú y Estados Unidos, quienes en conjunto son receptores de más del 60% de las exportaciones que el país hace de este producto. Así mismo la tecnología ha contribuido notablemente al desarrollo de la economía en el mercado mundial, incrementando la eficacia y la eficiencia en el proceso de exportación, dado que se puede tener un conocimiento exacto, en tiempo real de lo que sucede con las mercancías, así como con los diversos sucesos en el transporte de las mismas, permitiendo un mayor control en todas las actividades relacionadas durante la comercialización de sus productos; el caso del azúcar no es la excepción, por tal razón se han diseñado estrategias que han puesto este emblemático producto nacional en los más altos estándares internacionales.

El gobierno de Colombia, desde la presidencia del Doctor Cesar Augusto Gaviria Trujillo donde se consolidó una apertura económica, se ha preocupado por diseñar estrategias que cumplan con el objetivo de promover el comercio internacional hacia todos los países, proceso en el cual la adecuada utilización de la tecnología ha jugado un papel fundamental.⁵

En este contexto y desde el punto de vista logístico, la utilización de herramientas como la innovación y la tecnología no solo son indispensables, resultan vital para

⁵ URREA Fernando, y MURILLO, Guillermo. "Nuevas Tecnologías y Acción Sindical en la Gran Industria del Valle del Cauca según Estilos de Relaciones Industriales y las Dinámicas de la Reforma Laboral y la Apertura Económica de la Administración Gaviria". En Cambio Técnico, Empleo y Trabajo en Colombia; págs. 91-116. Rainer Dombois y Carmen Marina López, editores. Fescol, Bogotá, 1993.

cualquier negociación internacional, en el Valle del Cauca por ejemplo, departamento que se caracteriza por su amplio sector azucarero, el desarrollo de la industria ha sido notable, según los informes anuales del DANE, sin embargo quedan muchos cuestionamientos por contestar, por lo que resulta importante analizar cómo se ejecuta la comercialización del azúcar internacionalmente y cual han sido esas herramientas que han llevado a este sector al éxito.

Gran parte del crecimiento y óptimo desarrollo del sector azucarero a nivel internacional, se debe a la adecuada utilización de factores como la innovación y las TICS. Estas últimas se constituyen en una importante herramienta, que se desarrolla a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones, es así como en el comercio exterior del azúcar, dicha herramienta ha representado un pilar fundamental para alcanzar el posicionamiento en mercados extranjeros, a través del uso de elementos como ordenadores, servicio de internet o de diversos programas, que agilizan y facilitan el desarrollo de las operaciones en el proceso de exportación.

CIAMSA S.A. en pro de alcanzar sus metas utiliza herramientas, como la redefinición del negocio, es decir la obtención de azúcar a partir de la caña orgánica, la recombinación del negocio, que se enfoca en la posibilidad de incrementar la integración de negocios complementarios, para intensificar o formar nuevos clústers. La reubicación medular, que va dirigida al desarrollo de negocios como la confitería, la producción de alcohol carburante y las múltiples aplicaciones de biotecnología, tales como el ácido láctico y los bioplásticos. Así mismo el sector azucarero ejecuta inversiones en el exterior, como expresión del nuevo nivel de desarrollo alcanzado por el clúster, en términos de su inserción internacional, se refieren algunos ejemplos de las inversiones que empresas del conglomerado han hecho en otros países, en su mayoría a partir de 1990.

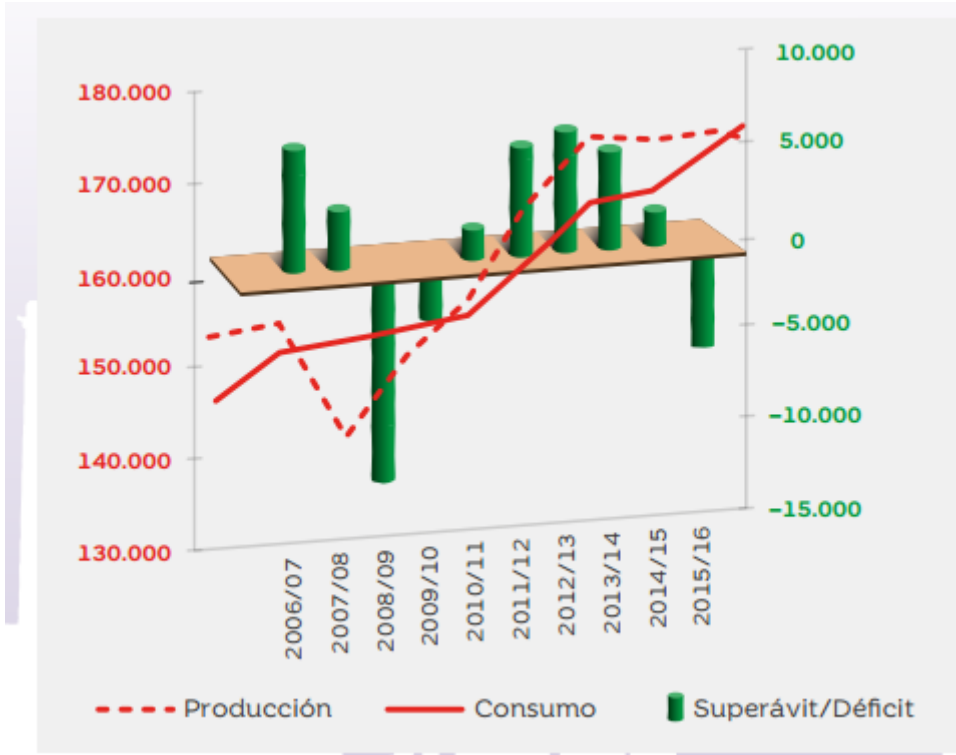
Finalmente, pero no menos importante resulta el progreso tecnológico, que ejecuta la industria azucarera, que va desde las actividades agrícolas, con la inserción de nuevas semillas, y la producción de fertilizantes de óptima calidad, así como la adquisición de maquinaria y tecnología de punta tanto para el desarrollo del proceso productivo, y el desarrollo de la infraestructura tecnológica ejecutada por CIAMSA S.A. como agente logístico y de exportación del sector. Aspectos que sin duda le ha permitido al sector salir adelante en el desarrollo de las exportaciones, creciendo óptimamente en el transcurso del tiempo.

Por ende, surge la necesidad de analizar cómo CIAMSA S.A. en representación del sector azucarero ha logrado dicho posicionamiento, y de qué forma ejecuta los procesos pertinentes, indagando acerca de las tecnologías de información y comunicación que han implementado para mejorar su competitividad en el mercado global.

Cuestionarse aspectos como los expuestos anteriormente no es extraño, dado que en los tiempos modernos, caracterizados por la globalización, un gerente que pretende fomentar el crecimiento de su empresa, debe tener claro lo que representa la innovación y la tecnología para la creación de empresas, desarrollo de nuevos proyectos, estrategias expansivas, para internacionalizar su producción, y de esta forma crecer en el mercado mundial.

A continuación se especifica el balance azucarero internacional, donde se muestran las variaciones de este sector.

Gráfico 1. Balance azucarero mundial (en miles de toneladas)



Fuente: Informe Asocaña informe anual 2015 - 2016

Análisis de la gráfica Balance Azucarero Mundial (en miles de toneladas)

Debe considerarse que por quinto año consecutivo, la temporada 2014 -2015 registró un superávit azucarero mundial de 2,18 millones de toneladas. Para la temporada 2015 - 2016, las proyecciones de la Organización Internacional del Azúcar del mercado azucarero mundial (OIA) señalaron que el mercado mundial cambió su tendencia y, por primera vez en cinco años, se presentó un déficit cercano a 3,53 millones de toneladas.

Desde 2011, las cotizaciones internacionales del azúcar crudo (Bolsa de Nueva York) iniciaron una fase descendente pasando de 32,09 centavos de dólar la libra, llegando a su nivel más bajo en agosto de 2015, con 10,67 centavos de dólar la libra.

Durante los primeros meses del 2015, los precios del azúcar estuvieron influenciados por los mismos factores macroeconómicos que afectaron los precios de los principales commodities en el mercado mundial: la apreciación del dólar con su contrapartida en monedas como el real brasileño, las preocupaciones por el crecimiento de China y las medidas de política en grandes economías productoras o consumidoras de alimentos (subsidios en la India, aumento de los precios de la gasolina en Brasil, entre otros).

A partir de septiembre de 2015, los precios internacionales iniciaron un proceso de lenta recuperación hasta alcanzar en diciembre un promedio de 410,01 USD/t, de acuerdo con la Bolsa de Londres (azúcar blanco), mientras que el precio en la Bolsa de Nueva York (azúcar crudo) registró 330,69 USD/t (15,00 centavos de dólar la libra). Estos precios son 18% y 33% superiores a los registrados tres meses atrás, respectivamente.

Los aspectos que incidieron en el crecimiento del mercado mundial azucarero, fueron la política monetaria de Estados Unidos, la resistencia de los precios del petróleo a mayores caídas, la evolución de las tensiones geopolíticas que incluyen la crisis de refugiados de Irak y Siria, la desaceleración de China a medida que se produce la transición del modelo de inversión y manufactura al de consumo y servicios, que podría generar mayor tensión al comercio de materias primas. Así como el cambio climático y los esfuerzos para limitar las emisiones de CO₂ que van constituyendo una crisis que avanza lentamente.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar los efectos del uso de programas tecnológicos para la información y las comunicaciones, por parte de la empresa CIAMSA S.A, en la comercialización internacional de azúcar, en el departamento del valle del cauca.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los efectos del uso de programas tecnológicos implementados por CIAMSA S.A. para la comunicación y comercialización del azúcar en el mercado internacional.
- Conocer la influencia de los programas tecnológicos utilizados por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales.
- Analizar el uso de los programas tecnológicos en la logística, implementada por CIAMSA S.A para comercializar con éxito el azúcar en el mercado internacional.

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL.

2.1 Marco teórico

Innovación y tecnologías de información y comunicación la clave del éxito en la exportación del azúcar.

Los fundamentos teóricos del presente trabajo de grado, se hallan enfocados en dos puntos básicos; el primero destaca la visión de autores que se evidencian la importancia de las Tecnologías de información y la innovación en el comercio internacional de las empresas, en segundo lugar se presentan autores que señalan la relevancia del sector azucarero en la economía departamental y nacional y su inminente crecimiento en el mercado internacional durante los últimos años.

Las TICS le brindan la oportunidad al sector empresarial de crecer de manera rápida y eficaz, en este contexto conviene citar al autor Michael Porter quien en Expo Gestión 2014, expresó: “Los clúster y su integración van a marcar la pauta para el crecimiento económico y la competitividad de la región”.

Sin duda el sector azucarero se destaca por su constante proceso de innovación en materia de tecnología, dentro de este contexto se puede iniciar destacando que un sistema de innovación es definido como un sistema de instituciones interconectadas para crear, almacenar y transferir el conocimiento, las habilidades y las herramientas para definir nuevas tecnologías⁶

Cabe anotar que dichas tecnologías van dirigidas no solo a mejorar la productividad de las industrias, también pretenden acortar las distancias para facilitar el comercio electrónico y las condiciones para que este se desarrolle de forma óptima, Según lo manifestado por la comisión de las Naciones Unidas para el derecho mercantil Internacional UNCITRAL o CNUDMI, quien formuló la elaboración de un proyecto de Ley en materia de comercio electrónico, (Resolución 51/16 de 1996) el comercio electrónico hace referencia al empleo de técnicas electrónicas modernas, como el Intercambio Electrónico de Datos EDI, el correo electrónico, y otras técnicas de comunicación como el fax, para ejecutar diversas transacciones comerciales.

⁶ METCALFE, The Stakeholder Corporation. 1998.

El doctor Ernesto García Rengifo define el comercio electrónico como: "El intercambio de información entre personas que da lugar a una relación comercial. Consistente en la entrega en línea de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles. Este intercambio de datos o información puede ser multimedia, o consistir en imágenes, textos o sonidos".

El éxito del manejo de la tecnología se encuentra en el aprendizaje, el cual es el soporte de la creación de conocimiento, a la vez que de la transferencia de tecnología del exterior y de la difusión de las innovaciones⁷.

La anterior afirmación coincide con la opinión del autor, dado que el Valle del Cauca ha sufrido un largo proceso de aprendizaje, tecnificación y adaptación a la tecnología, los resultados son adecuados dado su crecimiento económico, conforme a esta afirmación Spencer, plantea:

El impacto económico de las redes basadas en computadores se ha desarrollado en tres tendencias que se traslapan: (i) la automatización de la información y el procesamiento de datos; (ii) la migración de numerosas actividades de adquisición y procesos de información a la WWW; y (iii) acceso inmediato a recursos humanos valiosos (amigos y familiares, socios comerciales, socios de investigación, entre otros.), con independencia de su localización, con la posibilidad de usarlos en procesamiento de mercados y ensamblaje de cadenas productivas en la economía global⁸

En lo referente a las teorías de internacionalización de la empresa, el modelo más aceptado en el ámbito académico internacional y el de mayor influencia es el que proporciona el paradigma ecléctico de Dunning (1974, 1981, 1988, 1991).

El autor Dunning, realiza la integración de otras teorías de internacionalización en su modelo ecléctico, en el cuál plantea que tales teorías son parcialmente correctas e incorrectas para explicar cada tipo de inversión directa extranjera, por lo que en su opinión resultan incompletas. De esta forma, el autor británico intentó elaborar un marco

⁷ LUNDVALL & Lorenz, On the role of social investment in the learning economy: a European Perspective, 2009

⁸ SPENCER, L.M., Spencer, S.M. Competence at work. Models for superior performance. John Wiley & Sons, Inc., New York. 1993.

teórico analítico general para posteriores investigaciones empíricas, que tendrían como objetivo la internacionalización de las empresas a través de inversión directa extranjera.

El paradigma ecléctico (o modelo OLI) explica el proceso de internacionalización de las empresas como una serie de pasos que deben de cumplirse para poder pasar al siguiente y cuyos condicionantes son:

1. Ventajas competitivas (O)
2. Factores de localización (I)
3. Ventajas de internalización (L)

En un estudio realizado por la Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe de las Naciones Unidas, (ECLAC), se plantea que las tres etapas que siguen las empresas al adoptar las TICS se abrevian en estos tres niveles⁹:

1. Difusión de la información dentro de la empresa: Con este fin las empresas introducen computadoras personales y establecen redes de área local, cumpliendo con un primer objetivo de brindar y compartir la información mediante el uso del correo electrónico y las páginas web.

2. Mejora de la gestión interna de la empresa: En este segundo nivel de adopción, las empresas buscan lograr una mayor eficiencia en su gestión interna. Desarrollan e introducen aplicaciones para lograr mayor eficiencia y racionalización del trabajo dentro de la empresa, entre otras cosas la contabilidad, la planificación comercial, la administración del personal, la planificación y el control de producción y la gestión del inventario.

3. Intercambio de información con clientes y proveedores: Este es el uso más avanzado de las Tics, mediante el cual las empresas buscan desarrollar vínculos de colaboración con otras empresas y clientes mediante la conexión de redes. Se comparte información con proveedores y clientes, y se busca desarrollar un papel de colaboración con empresas asociadas, con el objeto de aumentar la eficiencia en la gestión de la

⁹ UEKI, Tsuji y CÁRCAMO Olmos, Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental. 2005

producción, la gestión del inventario, las ventas y la distribución, o para desarrollar la gestión de la cadena de suministro.

Otro factor relevante en el éxito del sector azucarero es la constante innovación de sus productos, al respecto autores como Solleiro y Castañón destacan que:

La innovación representa un factor central para alcanzar el desarrollo económico y la competitividad; así como la transición de un mercado interno protegido a una economía abierta que exige elevar la eficiencia o salir del mercado. Su base es una organización empresarial capaz de activar la capacidad de aprendizaje e innovación en todas las áreas operativas de una empresa y en redes de colaboración orientadas a la creatividad, apoyadas por diversas instituciones en un contexto institucional con capacidad para fomentarla.¹⁰

La innovación, es un concepto que introdujo el autor Schumpeter en los años cuarenta y que a partir de aquel momento ha sido desarrollado por diferentes autores; sin embargo en los últimos años este aspecto se ha convertido en una necesidad primordial para las empresas, fundamental para el crecimiento integral de las mismas.

Para Dosi, la innovación se define como “la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales”¹¹

En lo referente al sector azucarero, cabe anotar que con el paso del tiempo en la región, las cadenas productivas, le han permitido competir con otras en el mercado nacional e internacional. Alrededor de estas cadenas se ha concentrado la industria regional, en empresas de capital local, nacional y multinacional, factor en el cual la importancia de la caña de azúcar para la región ha sido determinante. Es este contexto resulta adecuado asegurar que “La innovación cuando tiene éxito, es un cambio a mejor”¹²;

¹⁰ SOLLEIRO y Castañón. Competitividad y sistemas de Innovación: Los retos para la inserción de México en el Contexto Global. Revista, 2005. Iberoamericana, vol. 5, pp. 15. Referencia en Línea.

Recuperado en: <http://www.oei.es/salactsi/solleiro.pdf2005>

¹¹ DOSSI. Technical Change and Economic Theory. Pinter Publishers 1988

¹² WATERMAN Nick Principal-Agent Models: An Expansion? 1998

El autor Peter Drucker, el cual en la primera edición de su libro en 1986, plantea una visión idealista sobre el tema, distinguiendo dos conceptos claves, la innovación y el emprendimiento. Al respecto se debe destacar que en la actualidad la mayoría de las Universidades y Escuelas de Negocios continúan teniendo más cursos de emprendimiento que de Innovación, aunque el primer concepto no consigue ser sustentado sin el segundo.

En relación al tema de la innovación, Drucker sustenta, “Existen muchísimas organizaciones cuyo rendimiento es tan elevado que desacreditan la creencia casi universal en el alto riesgo del empresario innovador y de la innovación”¹³.

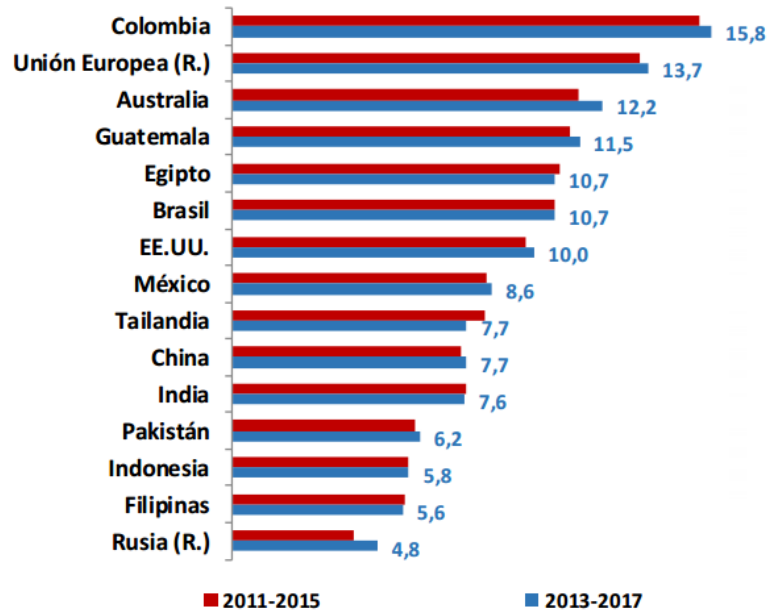
En contexto, para el año 2007 la Organización Internacional del Azúcar, aseguró que la producción de 2,28 millones de toneladas de azúcar posicionó al país en el décimo tercer lugar como productor y en el décimo lugar como uno de los principales exportadores de azúcar en el mundo. El mejor desempeño del sector en el mercado mundial está relacionado con su dinámica en los últimos años; En efecto, desde el año 2001, el sector ha incrementado su actividad productiva aproximadamente en un 5,24%.¹⁴

Según informe de Asocaña, Colombia es el primer productor de caña de azúcar, para el año 2016, este sector produjo 23.221.931 toneladas de caña de azúcar, y 2.091.218 toneladas de azúcar. De las cuales se exportaron 518.000, por ende, sus exportaciones son considerables internacionalmente manteniendo relaciones con importantes casa dedicadas a la comercialización de este producto en el mundo.

¹³ DRUCKER Peter. La innovación y el empresario Innovador. Editorial Norma. 1986

¹⁴ ARBELÁEZ, Estacio, & Olivera, impacto socioeconómico del sector azucarero colombiano en la economía regional. 2010

Grafico 2. Producción internacional del azúcar

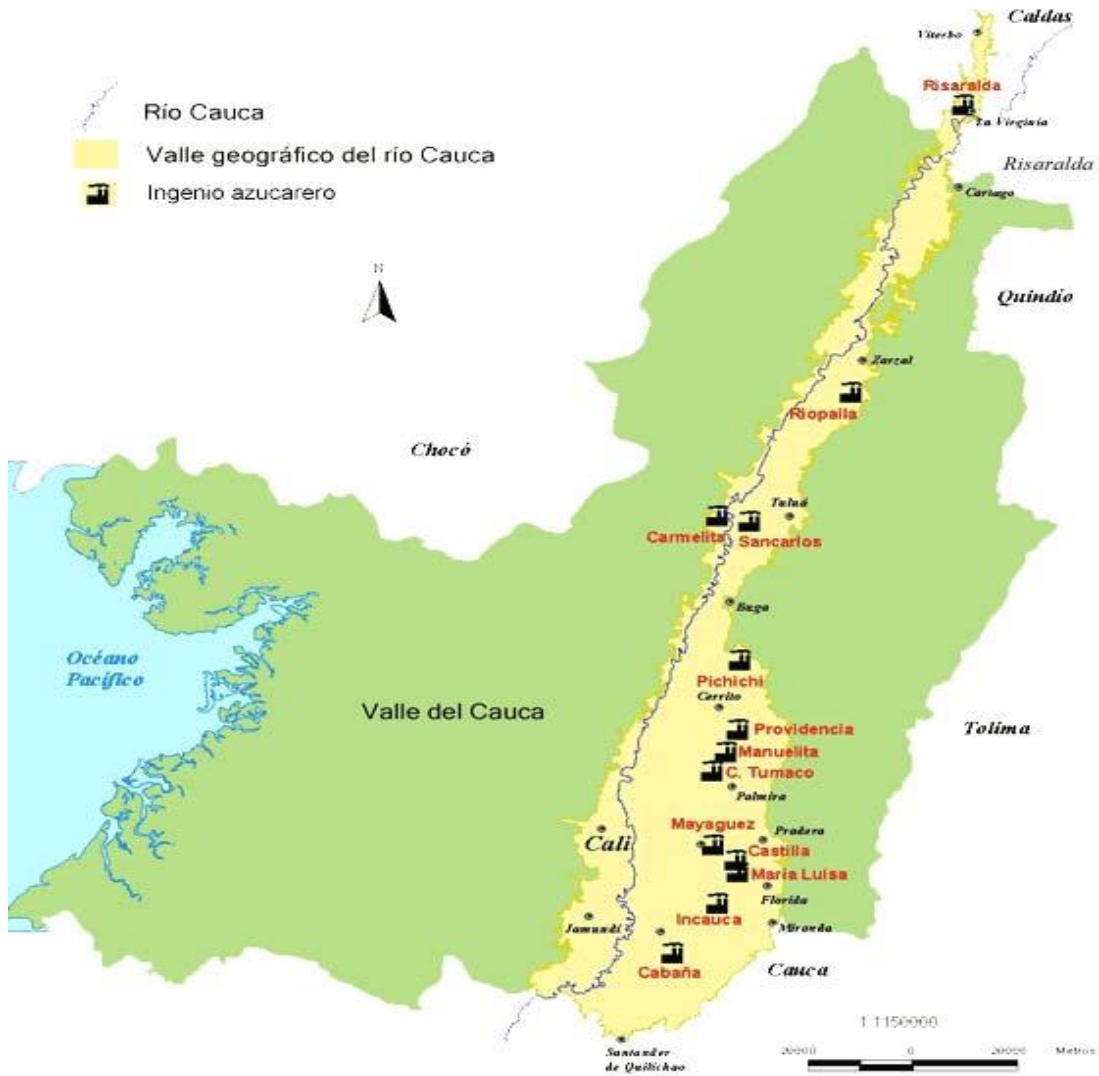


Fuente: Informe anual asocaña 2016 - 2017

La actividad del sector azucarero se encuentra distribuida en los departamentos del Valle del Cauca, Cauca, Risaralda y Caldas, mientras la siembra de caña de azúcar se localiza en cuarenta y siete municipios de los departamentos mencionados. Sin embargo, la producción de caña de azúcar se encuentra concentrada en el Valle del Cauca, que cuenta con 26 municipios cañicultores de los 47 departamentos.

2.2 Marco contextual.

Grafico 3. Mapa azucarero del valle del cauca



Fuente: Asocaña, Informe anual 2016

En el mapa anterior se presenta el departamento del Valle del Cauca, ilustrando los trece ingenios que componen el sector azucarero en Colombia, sin embargo son 47 los municipios en los cuales se siembra la caña de azúcar. De los trece ingenios, once son los propietarios de la principal empresa exportadora de azúcar en Colombia, CIAMSA S.A. dicha empresa otros servicios, pero el presente trabajo investigativo, se centra en las actividades desarrolladas por dicha empresa en la comercialización internacional del azúcar, importante producto, característico de la región y de la nación entera.

El presente trabajo investigativo fue ejecutado en el sector azucarero de Colombia, el cual se localiza en los departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Risaralda y Caldas, mientras la siembra de caña de azúcar se ubica en cuarenta y siete municipios de los departamentos antes mencionados. Este trabajo investigativo se ejecuta tomando como modelo de referencia al Ingenio Pichichi S.A. y a CIAMSA S.A. con ánimo de ejecutar un análisis adecuado acerca de la forma como se ejecuta la exportación del azúcar, y la influencia de la innovación y las TICS en el óptimo desarrollo del sector.

Los ingenios ubicados en la geografía del Valle del Rio Cauca son: La Cabaña, Carmelita, Manuelita, María Luisa, Mayagüez, Pichichi, Risaralda, San Carlos, Río paila-Castilla, Incauca y Providencia. Sin embargo en consideración a la profundidad como se pretende analizar las influencias de las Tics y la innovación en el desarrollo del comercio internacional, se ha tomado como referencia el ingenio Pichichi, y la empresa CIAMSA. S.A. importante empresa exportadora de azúcar.

Desde comienzos del siglo XX ha resultado evidente la influencia de las exportaciones del azúcar para el desarrollo de la región, del Valle del Cauca. Alrededor de 1920, las oportunidades generadas por el desarrollo de la infraestructura abrieron las puertas a los industriales para acceder a nuevos mercados, pese a la complejidad del desarrollo de todas las actividades agrícolas, industriales y de comercialización, debido a la falta de empresas que contribuyeran en estas labores de forma independiente. Sin embargo esta debilidad terminó convirtiéndose en una fortaleza que llevo a los ingenios a convertirse en grandes empresas una fuerte y determinada integración vertical, brindando gran crecimiento económico y productivo al sector y por ende a la región.

La mayor fortaleza del sector azucarero es el poder, producto de la protección arancelaria que tiene el negocio desde 1931, ya que los azucareros han mantenido una alta capacidad de influir en las decisiones de política pública, debido al grado de inserción social, económica y política de sus miembros”, así como por la creencia permanente de la importancia social y económica que sus actividades tienen para la economía regional y nacional. Este factor se vincula con la creencia de que la

prosperidad del sector azucarero impulsa el crecimiento económico de la región, y legitima las acciones de políticas públicas que protegen ilimitadamente tal sector.

Es innegable que los municipios con influencia del sector azucarero tienen mejores condiciones económicas y sociales que aquellos municipios en los que el sector no tiene influencia. Adicionalmente, se establece como hipótesis que estos resultados son producto de la actividad económica del sector¹⁵.

Entonces, la industria azucarera estructuró la economía regional y determinó su especialización productiva, al tiempo que la región y la nación configuró la plataforma que lo hizo posible.

En la actualidad, por quinto año consecutivo, la temporada entre los años 2014 y 2015 registró un superávit azucarero mundial de 2,18 millones de toneladas. Para la temporada, mientras que en los años 2015 y 2016, el mercado mundial cambió su tendencia y, por primera vez en cinco años, presentó un déficit cercano a 3,53 millones de toneladas.

A partir del año 2011, las cotizaciones internacionales del azúcar crudo (Bolsa de Nueva York) se caracterizaron por su tendencia descendente pasando de 32,09 centavos de dólar la libra, llegando a su nivel más bajo en agosto de 2015, con 10,67 centavos de dólar la libra.

Durante los primeros meses del 2015, los precios del azúcar estuvieron influenciados por los mismos factores macroeconómicos que afectaron los precios de los principales commodities en el mercado mundial: la apreciación del dólar con su contrapartida en monedas como el real brasileño, las preocupaciones por el crecimiento de China y las medidas de política en grandes economías productoras o consumidoras de alimentos.

A partir de septiembre de 2015, los precios internacionales del azúcar se recuperaron lentamente hasta alcanzar en diciembre un promedio de 410,01 USD/t, de acuerdo con la Bolsa de Londres (azúcar blanco), mientras que el precio en la Bolsa de Nueva York (azúcar crudo) registró 330,69 USD/t (15,00 centavos de dólar la libra)¹⁶.

¹⁵ ARBELÁEZ, ESTACIO, & OLIVERA óp. cit. 2010

¹⁶ ASOCAÑA. Informe anual 2015 - 2016

Para ese mismo año el rendimiento comercial (toneladas de azúcar/toneladas de caña molida) alcanzó 11,8%, un aumento de 1,2% frente a 2014.

Tabla 1. Etapas del desarrollo del conglomerado azucarero

ETAPAS DEL DESARROLLO DEL CONGLOMERADO AZUCARERO			
Períodos	Hechos externos e internos	Políticas públicas	Estrategias
Etapa de Inicio 1900-1925	<ul style="list-style-type: none"> - Apertura del Canal de Panamá - Primera Guerra Mundial - Alza del precio internacional del azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción del ferrocarril Cali- Buenaventura - Desarrollo del puerto de Buenaventura - Creación del Departamento del Valle del Cauca - Carreteras Cali Bogotá, Medellín 	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción del negocio medular - Integración de cadenas de valor independientes
Etapa de Crecimiento 1926-1958	<ul style="list-style-type: none"> - Emergencia económica nacional, 1925 a 1930 - Gran depresión, 1930 	<ul style="list-style-type: none"> - Adopción del modelo de sustitución de importaciones - Integración de la infraestructura de conectividad nacional - Creación de instituciones de apoyo: 	<ul style="list-style-type: none"> - Progreso tecnológico - Diferenciación del negocio medular - Consolidación del poder de negociación
Etapa de Integración del Conglomerado 1959-1990	<ul style="list-style-type: none"> - Revolución cubana, 1959 - Asignación de cuota de exportación a los Estados Unidos - Alza del precio internacional del azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> - Reforma Agraria, 1966 - Adopción del modelo de sustitución de importaciones con promoción de exportaciones. - Proyecto Salvajina, 1984 	<ul style="list-style-type: none"> - Vinculación de nuevos cultivadores - Estrategia de cooperación - Integración y diversificación productiva
Etapa de Apertura e Internacionalización 1991 a hoy	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de integración Andina - ATPA - Sobreproducción mundial de azúcar - Crisis económica y aguda recesión en 1999 	<ul style="list-style-type: none"> - Adopción del modelo de desarrollo de economía abierta - Mecanismos de estabilización de los precios internos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de las exportaciones - Inversión en el exterior - Compromiso con el medio ambiente - Cambio del negocio medular

Fuente: Censo Nacional de productividad

2.3 Marco conceptual

Dentro del contexto del presente proyecto investigativo, y en relación con el comercio exterior se utilizan ciertos términos que pueden resultar de difícil comprensión, por consiguiente su significado se especifica a continuación.

B2B: (Busisnes to Busisnes o B-to-B) Negocio a negocio. Consiste en el comercio electrónico entre empresas a través de Internet. Esto incluye la presentación de propuestas, negociación de precios, cierre de ventas, despacho de pedidos y otras transacciones. Con este método se agiliza notablemente el tiempo empleado para esta contratación, ya que los pedidos a través de Internet se tramitan en tiempo real. También abarata los costos del pedido, se pueden comunicar con otras empresas de lugares distantes, e incluso de otros países; por otra parte, el ahorro de tiempo es en sí un valor económico importante. Método sin duda favorable a empresas como CIAMSA S.A. Comercializadora internacional de azúcar.

B2G: (Business to Government o B to G) consiste en optimizar los procesos de negociación entre empresas y el gobierno a través del uso de Internet. Se aplica a sitios o portales especializados en la relación con la administración pública. En ellos las instituciones oficiales pueden ponerse en contacto con sus proveedores, y estos pueden agrupar ofertas o servicios, podríamos llamarlos de “empresa a Administración”.

INCOTERMS: (International Commercial Terms, “términos internacionales de comercio”) Son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías

Commodities: Son bienes básicos, es decir aquellos productos que puedan ser destinados a uso comercial, sin embargo, la característica más importante de estos es que no cuentan con ningún valor agregado, ningún proceso o diferenciación con los productos que se encuentran en el mercado, por esta razón son utilizados como materias primas para la elaboración de otros bienes.

Brokers: Es un individuo o institución (agente de bolsa) que organiza las transacciones entre un comprador y un vendedor para una comisión cuando se ejecute la operación. Los brokers son entes encargados de actuar como intermediarios entre compradores y vendedores mediante una comisión, que puede ser fija o variable.

Logística: es la parte del proceso de gestión de la cadena de suministro encargada de la planificación, implementación y control eficiente del flujo de materiales o productos terminados, así como el flujo de información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de destino, cumpliendo al máximo con las necesidades de los clientes y generando los mínimos costos operativos. La Logística es clave para lograr el máximo de eficiencia y efectividad.

Cadena logística: Es el proceso continuo de flujo de materiales e información entre proveedores y cliente.

Distribución física internacional DFI : Es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino.

Carga General: Todo tipo de carga de distinta naturaleza que se transporta conjuntamente, en pequeñas cantidades y en unidades independientes. Se pueden contar el número de bultos y en consecuencia se manipulan como unidades. Se transportan y se almacenan juntas, y embarcados como unidades separadas.

Carga Unitarizada: Agrupación de embalajes en una carga compacta de mayor tamaño, para ser manejada como una sola unidad, reduciendo superficies de almacenamiento, facilitando operaciones de manipulación de mercancías y favoreciendo labores logísticas. En ellas podemos incluir las cargas paletizadas o contenedorizadas.

Cargas Paletizadas: Carga situada sobre un armazón de madera, plástico u otros materiales, que se emplea para el movimiento de carga ya que facilita el levantamiento y manejo con carretillas elevadoras y otra maquinaria específica. (apilador, paletizadores automáticos).

Cargas contenedorizadas: Cualquier tipo de unidad de carga, producto o mercancía a granel que se encuentre depositado o consolidado en un contenedor de transporte.

Carga a Granel: Los gráneles se almacenan por lo general en tanques o silos. Ninguno de estos productos necesita embalaje o unitarización.

Empaque: Es un sistema diseñado donde los productos son acomodados para su traslado del sitio de producción al sitio de consumo sin que sufran daño. El objetivo también es lograr un vínculo comercial permanente entre un producto y un consumidor.

Embalaje: Sirve para proteger el producto o conjunto de productos que se exporten, durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que lleguen a manos del destinatario sin que se hayan deteriorado o desperdiciado, desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

Transporte marítimo: Aplica para vías navegables marítimas, o de navegación interior como ríos o lagos. Se contrata Puerto a Puerto a través de agentes de carga o embarcadores. La carga se embarca en contenedores especializados para lo cual debe ser consolidada.

Transporte terrestre por carretera: Aplica para transporte por vías y carreteras. Se contrata Puerta a Puerta a través de agentes de carga. La carga se transporta en contenedores especializados de acuerdo a sus características. Tiene restricciones para productos peligrosos en cuanto a las normas de seguridad y cumplimientos de capacidad vehicular y horarios de tránsitos. El Documento utilizado para el transporte terrestre es la Carta porte (CMR), La carta de porte como su nombre lo indica es el escrito en el que constan las mercancías que se transportan por vía terrestre.

Línea marítima regular: Es aquella que proporciona un servicio en una ruta determinada, con disponibilidad de espacio, con la regularidad y frecuencia que el embarcador necesita y aceptar cargas de un gran número de embarcadores destinados a diferentes puertos a lo largo de la ruta. itinerario fijo, posee escalas anunciadas, tarifas pre-establecidas, partidas heterogéneas y contratos de adhesión

Línea marítima Tramp: No tienen itinerarios fijos y comercian en todas las regiones buscando carga, principalmente a granel. La contratación se realiza en las bolsas de

fletes o mercados de fletes. Un buque tramp puede obtener carga por medio de un representante o consignatario. La negociación se inicia con una oferta en firme y la contraoferta, hasta que se cierra el trato, suele hacerse de forma verbal. Dentro de este servicio, se manejan dos tipos de fletamento: por tiempo y por viaje. Este tipo de línea marítima, realiza viajes individuales, el flete es negociado, normalmente transporte carga a granel y todas las condiciones son negociadas.

2.4 Marco legal

El marco legal del presente proyecto investigativo abarca dos aspectos muy importantes, el primero va dirigido a la reglamentación que rige en esta nación el uso de Tecnologías de información y comunicación, el segundo factor se enfoca en la normatividad que rige el comercio internacional en Colombia, como se especifica a continuación.

Seguridad electrónica

Ley 527 de 1999

Se establecieron las entidades de certificación, para desarrollar actividades de emisión de certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como para cumplir con las demás funciones relativas a las comunicaciones basadas en firmas digitales. Dichas entidades requerían de la autorización previa por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio para el ejercicio de su actividad.

Ley 115 de 1994

También denominada ley general de educación dentro de los fines de la educación, el numeral 13 cita “la promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo” (artículo 5)”

Ley 715 de 2001

Que ha brindado la oportunidad de trascender desde un sector “con baja cantidad y calidad de información a un sector con un conjunto completo de información pertinente, oportuna y de calidad en diferentes aspectos relevantes para la gestión de cada nivel en el sector” (plan nacional de tecnologías de la información y las comunicaciones, 2008: 35).

La ley 1341 del 30 de julio de 2009

Es una de las muestras más claras del esfuerzo del gobierno colombiano por brindarle al país un marco normativo para el desarrollo del sector de tecnologías de información y comunicaciones. Esta ley promueve el acceso y uso de las tic a través de su masificación, garantiza la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el espectro, y en especial, fortalece la protección de los derechos de los usuarios."

Decreto 333 de 2014

Por el cual se reglamenta el artículo 160 del Decreto-ley 19 de 2012. El presente decreto tiene por objeto definir el régimen de acreditación de las entidades de certificación, en desarrollo de lo previsto en el artículo 160 del Decreto-ley 19 de 2012.

"La constitución política de Colombia promueve el uso activo de las tic como herramienta para reducir las brechas económica, social y digital en materia de soluciones informáticas representada en la proclamación de los principios de justicia, equidad, educación, salud, cultura y transparencia"

Comercio exterior

Constitución política de Colombia

Arts. 9, 226 y 227

Se establece la soberanía nacional, el respeto a la autodeterminación de los pueblos y el reconocimiento de los principios del derecho internacional aceptados por Colombia, como fundamento de las relaciones exteriores del Estado; Se establece la integración latinoamericana y del Caribe, como norte de la política exterior de Colombia; Se establece la obligación del Estado de promover la internacionalización de las relaciones políticas, económicas, sociales y ecológicas sobre la base de la equidad, la reciprocidad y la conveniencia nacional, y de promover la integración económica, social y política con otras naciones y en especial con las latinoamericanas y del Caribe, celebrando tratados equitativos, igualitarios y recíprocos, con los cuales se creen organismos supranacionales; Se establece la posibilidad de que la ley autorice la elección directa de los integrantes del parlamento andino y del parlamento latinoamericano.

Ley 6 de 1971 Ley marco de aduanas

En la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno para modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas.

Ley 67 de 1979:

Según la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República, para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior.

Ley 48 de 1983

En la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el gobierno nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano. Especificando las pautas generales que orientan el comercio exterior, las cuales se enfocan en la obligación del gobierno por promover las exportaciones de bienes y servicios, su diversificación y estimular la industria y los sectores productivos nacionales, Facilitando el desarrollo y la aplicación de los tratados internacionales vigentes. Para lo cual debe adecuar en forma permanente la legislación nacional a los cambios del comercio internacional.

Ley 07 de 1991

Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones.

Ley 09 de 1991.

En la cual se establecen los criterios generales para las regulaciones sobre cambios internacionales, inversión extranjera y comercio internacional del café, y por ende se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el gobierno nacional, adoptando medidas complementarias

Decreto 954 de 1996 Exportación del azúcar.

Por el cual se derogan normas en materia de exportación de azúcar. Por ende se especifica que la exportación de azúcar deberá sujetarse al régimen general de exportaciones y en consecuencia no se requerirá del cumplimiento de requisitos condiciones diferentes a los establecidos en dicho régimen.

Decreto 390 del 7 de marzo de 2016. Nueva Regulación aduanera.

Esta regulación, pretende armonizar los regímenes y el lenguaje con la normativa internacional; modernizar las operaciones de comercio exterior a través del sistema informático que evitará la presentación de documentos físicos y permitirá realizar el perfil de riesgo del operador de comercio exterior; facilita, sin comprometer el control, las operaciones comerciales por medio de diferentes elementos, que involucra además la logística, y evita la imposición de sanciones por errores formales, enfocándose en aquellas conductas que generan un perjuicio para el fisco como es el contrabando. Este estatuto contiene más de 670 artículos, los cuales buscan agilizar y mejorar los procesos de exportación e importación de productos e insumos.

Los puntos clave de este decreto se abrevian en los siguientes puntos clave:

1. Esta regulación armoniza las operaciones y el lenguaje con la legislación internacional, Es por esto que el Convenio de Kioto se constituye en una guía o base al momento de la lectura del decreto.

2. Los declarantes siempre serán los importadores, exportadores, o quienes declaren el régimen de tránsito y almacenamiento, esto quiere decir que la figura de la agencia de

aduanas será potestativa, en la medida que la responsabilidad recae siempre sobre el declarante aun así se pacte un robusto mandato aduanero.

3. El decreto recoge todos los usuarios y actores de la actual legislación e incorpora algunos nuevos como el agente aeroportuario bajo la denominación de operadores de comercio exterior. Estos operadores tendrán obligaciones comunes y especiales por la actividad que desarrollen.

4. En el entendido que la columna vertebral es la gestión del riesgo, la nueva regulación contempla tratamientos especiales para aquellos operadores que brinden alta confianza a la autoridad aduanera y en su orden de importancia son: los operadores económicos autorizados, los usuarios de confianza y el exportador autorizado.

5. Desaparecen las modalidades y suben a la categoría de régimen, es así como encontraremos en el régimen de importación la i) definitiva, ii) suspensiva, iii) transformación y ensamble y iv) especiales de importación. Para el caso de exportación encontramos los regímenes i) definitivo, ii) temporal y iii) especiales de exportación. En tránsito tenemos i) tránsito aduanero, ii) cabotaje y iii) transbordo. Por último se adiciona un nuevo régimen, este es el de depósito aduanero.

6. Se elimina la sanción tipo general o en blanco, propuesta en algunas versiones del proyecto y se reemplaza por una amonestación aplicada por el incumplimiento de formalidades. Además se incorporan las causales de exoneración de responsabilidad que confieren al operador una herramienta de defensa frente a los procesos sancionatorios. Entre las causales vale la pena destacar: el hecho de un tercero y aquellos incumplimientos derivados de fallas en los sistemas informáticos de la aduana o propios.

7. En cuenta a la vigencia, la aplicación de la legislación es escalonada por fecha de la siguiente forma: un primer grupo de artículos a los 15 días de expedido, un segundo grupo a los 180 días, término en el cual se deberá expedir la resolución reglamentaria, y el resto quedará supeditado a los ajustes informáticos que no podrá tomar más de 24 meses.

El Estatuto por ende, incorpora uno de los principales instrumentos de la gestión aduanera, el riesgo, y las modernas técnicas que se utilizan para analizar y disminuir su impacto. La inteligencia y procesos aduaneros se fundamentan en el criterio de

CONFIANZA generada por el operador del comercio internacional. La figura del Operador Económico Autorizado (OEA) y del importador - exportador de confianza se incorpora a la nueva normativa.

También incluye la modernización tecnológica, a través de la incorporación de nuevos procedimientos automatizados que van a requerir plataformas informáticas bastante robustas, así como tecnologías para revisiones no intrusivas que permitan un actuar mucho más efectivo y eficiente al control aduanero.

2.5 Marco Metodológico

2.5.1. Enfoque de la investigación.

La metodología utilizada en el desarrollo de este proyecto investigativo es de tipo cualitativo y se soporta en el método descriptivo.

El soporte cualitativo de este trabajo se halla en la descripción, ejecutada del tema objeto de estudio presentado en este proyecto de grado y proviene de la información obtenida a través de las entrevistas semi estructuradas realizadas en los ingenios que constituyen la muestra.

En general el enfoque metodológico se basa en la recolección de información a través de un complejo trabajo de campo en la empresa CIAMSA S.A., la cual se encarga de las exportaciones del sector azucarero, y en el ingenio Pichichi S.A. en representación de los trece ingenios propietarios de dicha empresa, con el fin de verificar la hipótesis y alcanzar los objetivos propuestos.

2.5.2. Tipo de estudio.

DESCRIPTIVO. Es un estudio que permitirá caracterizar, identificar y medir una serie de cuestiones, particularidades y elementos de la población estudiada

2.5.3. Población

La población objeto de estudio son los trece ingenios existentes en el sector azucarero del Valle del Cauca y Regiones aledañas, así como todo el esquema logístico de la empresa CIAMSA S.A. Así se ejecuta la presente investigación en los correspondientes departamentos relacionados con el comercio exterior de los ingenios, y de la empresa encargada de la exportación.

2.5.4 Muestra

La muestra objeto de estudio en este tipo de trabajo se encuentra representada en el Ingenio Pichichi S.A. como representante de los trece ingenios, que componen el sector azucarero, así mismo se ha ejecutado este proyecto investigativo en CIAMSA S.A principal empresa exportadora de azúcar en Colombia.

2.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Con el fin de recopilar de forma adecuada la información se hará uso de fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias: con ánimo de acceder a una información veraz se ejecutaran entrevistas semiestructuradas, y visitas de campo que permitirán desarrollar la metodología de investigación de forma adecuada, logrando obtener los datos estadísticos reales, acerca de la forma como se ejecuta la comercialización del azúcar en el mercado internacional.

Fuentes secundarias: Se ejecutará una revisión bibliográfica exhaustiva que permita analizar en contexto la situación actual del tema objeto de estudio.

2.5.6 Técnicas de análisis

Para realizar el análisis correspondiente de la información recopilada, se hará uso del análisis cualitativo, esta parte de este trabajo de grado, se enfoca en la descripción de las tics utilizada por los Ingenios objeto de investigación, y se soporta en las entrevistas realizadas a los diversos profesionales de las diferentes empresas.

2.5.7. Índice analítico tentativo que tendrá el proyecto

El proyecto tiene un índice analítico sustentado en herramientas cualitativas que se ve soportado a través de la descripción del sector y se soporta en las entrevistas a los profesionales de las empresas objeto de investigación.

CAPITULO III

OBJETIVO NÚMERO UNO

3. EFECTOS DEL USO DE PROGRAMAS TECNOLÓGICOS IMPLEMENTADOS POR CIAMSA S.A. PARA LA COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL AZÚCAR EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

3.1 Tecnologías de la información y la comunicación

En líneas generales se puede decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas."¹⁷

Las aplicaciones o programas que se utilizan con el ordenador en algunos casos no requieren el uso de las redes de comunicación, sino que están diseñados para su uso de forma local -off line-. Estas aplicaciones informáticas están bastante extendidas, siendo las más utilizadas por los usuarios principalmente las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo, gestor de bases de datos, entre otros.), que se adaptan a las necesidades de usuarios de diferentes ámbitos y profesiones. No obstante, se pueden encontrar otras aplicaciones que son utilizadas en ámbitos más específicos o concretos (ej. aplicaciones estadísticas, contabilidad, gestión, entre otros.).

Dentro de este contexto, CIAMSA S.A. en representación del sector azucarero, ha implementado diversas TICS, que le han permitido crecer en el mercado internacional, de acuerdo al paradigma ecléctico Dunning, el cual realiza la integración de otras teorías de internacionalización en su modelo ecléctico.

El paradigma ecléctico (o modelo OLI) explica el proceso de internacionalización de las empresas como una serie de pasos que deben cumplirse para poder pasar al siguiente y cuyos condicionantes son:

¹⁷ CABERO, J. Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. En Lorenzo, M. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales (pp. 197-206). 1998. Granada: Grupo Editorial Universitario.

1. Ventajas competitivas (O): La ventaja competitiva que caracteriza la estrategia implementada por CIAMSA S.A. Inicia como consecuencia del inicio en forma del proceso de apertura, a principios de los noventa, el gobierno adelantó negociaciones con diversos países buscando acuerdos comerciales tendientes a eliminar las barreras comerciales existentes. Entre 1989 y 1990, el sector azucarero colombiano exportaba un promedio anual de 280,000 toneladas de azúcar, que representaban el 17% de su producción¹⁸. Adicionalmente, contaba con toda la infraestructura, la organización y el conocimiento acumulado para aumentar la capacidad de producción de azúcar y eventualmente abastecer otros mercados deficitarios.

Debido a eso, el Gobierno buscó llegar a acuerdos en materia de desgravación arancelaria azucarera dentro del G-3 (Colombia, México y Venezuela), la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia) y Chile. El déficit azucarero de estos países, sin incluir a Colombia, sumaba en conjunto cerca de un millón de toneladas. Mientras tanto, la industria azucarera colombiana continuó un proceso de mejoramiento en todas sus líneas y, aprovechando las ventajas agroclimáticas para el cultivo de la caña de azúcar que le brindaba una región como la del valle geográfico del río Cauca, aumentó su capacidad exportadora, al tiempo que mejoraban sus indicadores de competitividad frente a otros países.

Tabla 2. Balance azucarero mundial (miles de toneladas métricas)

	Producción	Consumo	Exportación neta	Existencias fin de año
1999	136.325	126.221	34.011	84.939

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 3. Balance azucarero de Colombia (miles de toneladas métricas)

	Producción	Exportaciones conjuntas	Exportación neta	Existencias fin de año
1999	2.325.134	80.538	885.494	98.145

Fuente: Elaboración del autor

Finalmente, en el caso del G-3, México se encargó de excluir el azúcar de las negociaciones. Chile hizo lo mismo y dejó entonces a Colombia con dos mercados

¹⁸ ASOCAÑA. Informe Sector Agroindustrial de la caña. Análisis estructural 2000 – 2001

Recuperado en:

<http://www.asocana.org/StaticContentFull.aspx?SCid=56>

principales para el azúcar: la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y la Cuota Azucarera otorgada por Estados Unidos.

El balance para el azúcar, luego de casi diez años de integración comercial, fue medianamente satisfactorio. Por el lado de la Cuota Americana, fueron infructuosos los esfuerzos para que Estados Unidos modificara que su ya antiguo mecanismo de asignación, con el fin de que pueda beneficiar a países exportadores netos como Colombia. Sin embargo, y no obstante su bajo volumen, constituye un atractivo negocio de exportación, pues otorga casi el doble del precio que el mercado mundial.

De otra parte, la CAN posee un mecanismo de integración andino que ha estado lleno de altibajos y de una falta de compromiso real de las partes que lo conforman. Este mercado ha representado en promedio, entre 1991 y 2000, Más de la mitad de las exportaciones de azúcar de Colombia,¹⁹ pero los continuos incumplimientos por parte de sus miembros a la normatividad andina y más aún, a los fallos del Tribunal Andino de Justicia, se han constituido en verdaderas barreras a su sostenimiento y a la integración comercial en sí misma.

Por concepto de exportaciones Colombia, entre los años 1980 y 1989, se pasó de US\$ 66 millones en promedio, a US\$183 millones entre 1990 y 2000. En términos de volumen, las exportaciones de azúcar también se triplicaron entre los mismos períodos, pasando de 240,957 toneladas en promedio entre 1980 y 1989, a 717,316 toneladas en promedio entre 1990 y 2000.

Entre los años 2001, y 2009 se pasaron de exportar en toneladas de 913.542 a 1.008.278 respectivamente, sin embargo frente el volumen exportado de azúcar en 2010 fue 34,1% menor frente al de 2009. Las exportaciones de 2010 fueron 25,7% menores a las registradas de 2010 y 60,0% respecto a 2009. Es decir para dicho año las exportaciones ascendieron a 658.037 toneladas, esto debido a diversos problemas de orden político y económico, entre ellos, las limitaciones de algunos países para permitir el ingreso de los productos colombianos, y la revaluación del peso colombiano que ocasionó la desincentivación de los exportadores para vender, ya que recibían menos dinero que lo que estos empresarios estaban acostumbrados a percibir.

¹⁹ *Ibíd.*

En el año 2011, las exportaciones en toneladas fueron de 891.525, para el 2012, descendieron a 720.569, para 2013 las toneladas exportadas fueron de 671.887, en el año 2014 fueron de 796.483, para el 2015 descendieron a 725.033 y finalmente en el 2016 se exportaron 518.423.

Pese a los complejos problemas que ha debido enfrentar el sector, siempre han salido avante, logrando recuperarse y permanecer estables sus exportaciones. El esfuerzo exportador y la ventaja competitiva establecida por CIAMSA S.A, tuvo su punto culminante en el año 2000, cuando se exportaron 1,045,349 toneladas de azúcar, cifra récord de exportaciones de azúcar, con un valor de US\$190 millones, que representa el 3% de las exportaciones totales no tradicionales del país. Para dar una idea de la magnitud de este esfuerzo, es importante resaltar que, en toneladas, las exportaciones de azúcar duplican a las de café, lo cual implica un gigantesco movimiento logístico que se ha constituido en motor del desarrollo de variadas empresas de servicios en la región.

2. Factores de localización (I)

Los factores de localización propuestos por la empresa CIAMSA S.A., se ha centrado en la ventaja que le brinda al sector azucarero estar ubicado en el departamento del Valle del Cauca, ya que el entorno inmediato de un sector juega un papel importante en su desarrollo y estabilidad. El estar situado en el valle geográfico del río Cauca otorga múltiples ventajas estratégicas al sector azucarero colombiano: es una zona donde existen excelentes condiciones agroclimáticas, dinámicas empresas locales y grandes multinacionales, facilidades portuarias, una de las mejores redes viales del país, una creciente infraestructura de comunicaciones y múltiples universidades.

Por lo tanto, no se puede desconocer el potencial que posee una región como ésta, que si bien enfrenta múltiples problemas de orden público y de desempleo, en la medida en que se consoliden los hasta ahora aislados esfuerzos para su desarrollo, está llamada a ser la gran protagonista de la Colombia del siglo XXI.

3. Ventajas de internalización (L)

Actualmente las TIC'S son de vital importancia para una sociedad que está en constante crecimiento y evolución, éstas nos permiten facilitar y aportan rapidez en los diversos trabajos o tareas que se van presentando día a día. En cuanto al Comercio

Internacional las TIC'S se han convertido en un instrumento para facilitar la competencia en los diferentes escenarios ya sea exportaciones o importaciones al mercado mundial, logrando así un incremento en la productividad de las diferentes empresas que estén relacionadas en esa área. Este instrumento impulsa el desarrollo de un país, por lo tanto incide en el crecimiento de diversos sectores de producción, como también influye en las oportunidades de negocios que se van creando.

La aplicación de las TIC'S han contribuido notablemente para el desarrollo del sector azucarero, en el comercio internacional, dado que como ventajas de internacionalización, dicho sector ha podido aumentar la competitividad exportadora, también ha mejorado la infraestructura de servicios que lo sustentan; y en la actualidad son utilizadas como instrumento de negocios para innovar, producir, vender y reducir costos de operación y transacciones, lo que sin duda le ha permitido ampliar su mercado.

El desarrollo acelerado del comercio internacional del azúcar, exige un acceso a servicios de facilitación, fiables y a costos razonables dada la alta competencia que hay entre las diversas empresas exportadoras de azúcar en el mercado mundial. Las TIC son instrumentos fundamentales en este proceso.

El azúcar se produce en más de 130 países, y desde la década de los sesenta la producción mundial se ha más que duplicado. Actualmente, los principales productores son Brasil, India, Unión Europea, China, USA y Tailandia. En el mercado mundial del azúcar se comercializan dos productos básicos, el azúcar crudo y el azúcar refinado o blanco. Dentro de cada tipo básico de azúcar existen diferentes categorías de acuerdo a la calidad, medida por la polarización. Especialmente en el caso de los azúcares blancos hay una tendencia a usar otros criterios adicionales a los ya mencionados, como el tamaño del grano y la marca.

El comercio de azúcar crudo está altamente influenciado por los acuerdos entre gobiernos y por la necesidad de los productores de azúcar de tener seguridad en el uso de su capacidad instalada. Los acuerdos de largo plazo entre gobiernos o entre exportadores e importadores dedicados a la refinación de azúcar son muy comunes.

A diferencia de lo que ocurre con el mercado de azúcar crudo, donde los acuerdos de abastecimiento a largo plazo son importantes para la industria local, las importaciones de azúcar refinada pueden hacerse según las condiciones imperantes en los mercados. Las relaciones de largo plazo tienden a ser menos

Desde los inicios de la década de los noventa hasta hoy, el comercio mundial del azúcar se ha expandido del 18% hasta un 30 %, y de acuerdo a la teoría de las ventajas comparativas, desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX, cuyo postulado básico es que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, es decir aunque fabrique todos sus productos de forma más cara que en el resto del mundo, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor, esta tendencia debería continuar, salvo que persistan las actuales medidas proteccionistas de las industrias nacionales, en desmedro, fundamentalmente, de los países exportadores en vías de desarrollo.

3.2 Etapas de la ECLAC

La Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe de las Naciones Unidas, (ECLAC), plantea tres etapas que siguen las empresas al adoptar las TICS, las cuales se abrevian en estos tres niveles, Y se han desarrollado e implementado por la empresa CIAMSA S.A.

1. Difusión de la información dentro de la empresa:

Bajo este punto la empresa CIAMSA S.A., ha realizado importantes modificaciones tecnológicas. Es así que el área de tecnología ha realizado grandes inversiones y trabajos para mejorar y maximizar las capacidades tecnológicas de CIAMSA. Durante los últimos años se han adelantado trabajos de manera exitosa, los cuales redundarán en un incremento sustancial de la disponibilidad de los servicios de TI y de la continuidad operativa de la organización. Algunos de los trabajos adelantados fueron:

- Cambio físico de los RACKS (Armarios para servidores y equipos activos).
- Cambio de los circuitos regulados del centro de cómputo para conectarlo a la UPS nueva.
- Instalación de equipos activos adquiridos: Switches capa 4 con administración marca Enterasys.
- Instalación de los nuevos servidores (8 en total) adquiridos por CIAMSA, marca HP DL 160.
- Migración de regletas con cableado físico de datos y voz.
- Servidores CIAMSA S.A.
- Instalación de más de 150 cámaras HD registrando las operaciones. Archivo fílmico y fotográfico por 6 meses.
- A través de estas modificaciones la empresa CIAMSA S.A., ha logrado cumplir con el objetivo de brindar y compartir la información mediante el uso del correo electrónico, programas y páginas web.

2. Mejora de la gestión interna de la empresa:

La empresa CIAMSA S.A, ha alcanzado la eficiencia en su gestión interna, a través de programas que facilitan el desarrollo de los procesos de la empresa, principalmente en el área logística.

La nueva alternativa logística integra todas sus operaciones de importación y/o exportación, con el fin de optimizar tiempos y mejorar costos logísticos, servicio integral de agenciamiento aduanero en exportaciones e importaciones de todo tipo de artículos y productos procedentes de cualquier lugar del mundo, establecidos dentro del marco legal. Así mismo cuenta con Software para el control y trazabilidad de inventarios y contenedores.

Desarrollan e introducen aplicaciones para lograr mayor eficiencia y racionalización del trabajo dentro de la empresa, entre otras cosas la contabilidad, la planificación comercial, la administración del personal, el control de producción y la gestión del inventario.

3. Intercambio de información con clientes y proveedores:

En este punto, la empresa CIAMSA S.A. ha implementado programas que le permitan estar en permanente comunicación con los Ingenios, clientes y proveedores, mediante la conexión de redes. El desarrollo de esta etapa, busca desarrollar un papel de colaboración con empresas asociadas, con el objeto de aumentar la eficiencia en la gestión de la producción.

Tabla 4. Exportaciones de azúcar de los últimos

AÑO	TONELADAS EXPORTADAS
2010	658.037
2011	891.525
2012	720.569
2013	671.887
2014	796.483
2015	725.033
2016	518.423

Fuente: Elaboración del autor

Los programas que para este fin ha diseñado CIAMSA S, A, son:
 Futuros,
 Cialinea,
 Nominaciones.

3.3 Infraestructura Tecnológica

En esta área de tecnología CIAMSA S.A. ha realizado grandes inversiones y trabajos, en pro de mejorar y maximizar las capacidades tecnológicas de la empresa e incrementar la disponibilidad de los servicios de TICS y la continuidad operativa de la organización. Las actividades realizadas en este contexto se describen a continuación:

- Cambio físico de los RACKS (Armarios para servidores y equipos activos).
- Cambio de los circuitos regulados del centro de cómputo para conectarlo a la UPS nueva.
- Instalación de equipos activos adquiridos: Switches capa 4 con administración marca Enterasys.
- Instalación de los nuevos servidores (8 en total) adquiridos por CIAMSA, marca HP DL 160.
- Migración de regletas con cableado físico de datos y voz.

Para la comunicación con los clientes, proveedores, e ingenios azucareros, la empresa CIAMSA S.A. hace uso de diferentes programas, los cuales tienen instalados todos los ingenios del sector, y les permiten acceder a la información directa en tiempo real. Así mismo, los clientes pueden realizar sus requisiciones de azúcar de forma directa evitando demoras y errores en los pedidos.

En el ámbito logístico, CIAMSA S.A. a través de sus programas, puede tener información directa del azúcar despachado a puerto, el estado de la carga, de los documentos necesarios para el embarque, y sobre todo de la cantidad acumulada y la faltante para cumplir con los requerimientos del cliente.

Así mismo esta empresa puede conocer los precios internacionales del azúcar y la situación de la bolsa, brindando información oportuna y veraz a los ingenios azucareros.

Página web de CIAMSA S.A.

FIGURA 1. PÁGINA DE INTERNET CIAMSA S.A.



Fuente: Autor.

La página web de CIAMSA S.A ha favorecido notablemente no solo el ámbito publicitario internacionalmente, también se constituye en fuente de información para clientes externos e internos de la empresa. A través de ella se pueden tener acceso a diversos programas en línea que favorecen el flujo de información en la empresa con clientes, proveedores, e ingenios.

Las ventanas contempladas en la página web de CIAMSA S.A. son los siguientes:

A. Inicio. Tiene un vínculo directo con las diversas actividades de CIAMSA S.A.

B. Unidades de negocio. En esta ventana se brinda una completa información sobre las actividades desarrolladas por CIAMSA S.A. por ello se puede acceder a opciones como:

1. Operador logístico. En el cual se describen las características de esta actividad destacando aspectos como:

Operación segura, realizada a través de Tecnología de avanzada en sistemas de seguridad, Circuito cerrado de televisión operando las 24 horas con más de 150 cámaras HD registrando las operaciones, central alterna en la ciudad de Cali, monitoreo 24 horas, vigilancia privada 24 horas en todas las bodegas con la compañía, protocolos de seguridad que aseguran el perfilamiento de contenedores.

Infraestructura, soportada en diversas bodegas como la ubicada a 300 metros marítimos de la SPRBUN y a 1 KM de TCBUEN, la bodega de Granel con capacidad de almacenamiento de 24.000 m², zona aduanera habilitada, almacenamiento en zona deshabilitada para carga nacionalizada y para exportación, capacidad de almacenamiento de 29.000 TN de granel y carga general, almacenamiento en estantería.

Tecnología, en el cual explica que se cuenta con Software para el control y trazabilidad de inventarios y contenedores, así como ensacadora de granos y granel.

Optimización de Costos, a través de la nacionalización de depósito aduanero podrá optimizar costos portuarios.

Integralidad del Servicio, a través de soluciones logísticas de exportación e importación

Almacenamiento, que cuenta con servicios de desembalaje y embalaje de contenedores, operaciones de carga suelta y granel, clasificación de mercancías y alistamientos de pedidos, servicios de etiquetados, reempaques y maquilas.

Destacando también otros servicios, como agenciamiento aduanero, empaque automatizado de producto granel, y el servicio de operación portuaria.

2. Sercodex Agencia aduana. En este ítem explica las función desarrolladas por Sercodex en su papel de agencia de aduanas de CIAMSA que brinda asesoría en comercio internacional, gestión aduanera y documental. Seguimiento, control y garantía hasta destino final.

3. Comercializadora. En esta pestaña se brinda información sobre la función de CIAMSA, como comercializadora internacional de azúcares, mieles, marcas y productos derivados de la agroindustria, destacando propósitos como proveer a la industria soporte continuo en consideración ha:

Ventas: comercialización de azúcar y melaza en el mercado internacional.
Coberturas: gestión de derivados y otras herramientas financieras.
Logística: gestión logística para la exportación a mercados internacionales.
Asesoría: en regulación y documentación aduanera.

4. Agrícola. En esta ventana se relacionan aspectos fundamentales relacionados con la actividad agrícola realizada por CIAMSA en su función de proveedor de servicios e insumos en dicho ámbito, por más de 16 años de experiencia en fertilizantes.

C. Nosotros. En este aspecto se detalla información de la empresa en ventanas como: Quiénes somos, misión y visión, principios, infraestructura tecnológica, datos personales, galería de videos.

D. Servicios en línea. Presenta programas diseñados especialmente para proveedores, con el fin de realizar negociaciones nacionales e internacionales, dichos programas se detallan a continuación:

1. Sistema de ofertas y disponibilidad SOD: Que relaciona la cantidad de azúcar disponible en puertos para ser despachada y cumplir con los requerimientos del mercado.
2. Futuros: Este programa permite identificar los precios internacionales del azúcar, y se puede elegir la Bolsa que se desea visualizar, ya sea la de New York o la de Londres, así como otros mercados, pudiendo comparar precios internacionales del azúcar.
3. Sistema de nominaciones: Es un programa destinado por CIAMSA S.A. para informar vía internet a los ingenios azucareros de los requerimientos de azúcar, permitiéndoles tener un historial sobre los diversos despachos del producto.
4. Cialinea. Brinda información en tiempo real sobre el despacho internacional de azúcar permitiéndole a los clientes externos e internos acceder a tales datos.

E. Contacto. Establece la forma como un posible cliente puede contactarse con la empresa, para ello ha diseñado un formulario de contacto general

Sistema de nominaciones

Figura 2. Reporte de nominaciones

Nominación	Estado	E. Radicación	E. Cierre	Ete Origen	días	Exportador	Usuario	Compañía Comprador	Contrato	Número Booking
Selecciónar 06297-00	Documentación Aduanera	02/03/2017 00:00:00	22/02/2017 00:00:00	24/02/2017 00:00:00	19	INGENIO Pichichi SA	MARIA HERVE	Sucden Americas Corporation	06297-00	711700005382
Selecciónar 06236-00	Documentación Aduanera	27/01/2017 00:00:00	23/02/2017 00:00:00	28/02/2017 00:00:00	27	INGENIO Pichichi SA	GABRIEL GIORDANO	Sucden Americas Corporation	0632-00	BGA0211806
Selecciónar 06232-00	Documentación Aduanera	25/12/2016 00:00:00	25/01/2017 00:00:00	28/01/2017 00:00:00	27	INGENIO Pichichi SA	ZOILA ALMEIDA	ALVEAN SUGAR SL	AL-010	97889188
Selecciónar 06231-01	Documentación Aduanera	27/01/2017 00:00:00	02/10/2017 00:00:00	15/02/2017 00:00:00	14	INGENIO Pichichi SA	ZOILA ALMEIDA	ALVEAN SUGAR SL	AL-010	98015740
Selecciónar 06231-00	Documentación Inicial	27/01/2017 00:00:00	17/02/2017 00:00:00	22/02/2017 00:00:00	21	INGENIO Pichichi SA	ZOILA ALMEIDA	ALVEAN SUGAR SL	AL-010	98015740
Selecciónar 06230-02	Documentación Aduanera	27/01/2017 00:00:00	02/10/2017 00:00:00	15/02/2017 00:00:00	14	INGENIO Pichichi SA	ZOILA ALMEIDA	ALVEAN SUGAR SL	AL-010	98015740
Selecciónar 06230-01	Documentación Inicial	27/01/2017 00:00:00	17/02/2017 00:00:00	22/02/2017 00:00:00	21	INGENIO Pichichi SA	ZOILA ALMEIDA	ALVEAN SUGAR SL	AL-010	98015740
Selecciónar 06230-00	Radicado	27/01/2017 00:00:00	17/02/2017 00:00:00	22/02/2017 00:00:00	21	INGENIO Pichichi SA	ZOILA ALMEIDA	ALVEAN SUGAR SL	AL-010	98015740
Selecciónar 06119-03	Documentación Aduanera	17/01/2017 00:00:00	22/02/2017 00:00:00	25/02/2017 00:00:00	36	INGENIO Pichichi SA	GABRIEL GIORDANO	Sucden Americas Corporation	066119-02	L993000613
Selecciónar 06119-01	Aprobada	17/01/2017 00:00:00	15/02/2017 00:00:00	18/02/2017 00:00:00	29	INGENIO Pichichi SA	GABRIEL GIORDANO	Sucden Americas Corporation		L993000613

Fuente: fotografía del autor.

Figura 3. Consultas y reportes

BEATRIZ MONTOYA
SISTEMA NOMINACIONES

Expedidor: C I DE AZUCARES Y MIELES
Exportador: INGENIO Pichichi SA
Fecha: 03/02/2017
No. Nominación: 06297-00

Datos Transporte: Datos Embarque | Datos Cantidad | Productos | Comensal | Comensalero | Neticar A | Documentos requeridos | Otros documentos

motorave: REGENT BOMAR
N° de viaje: 0701000N
ETA origen: 24/02/2017
Fecha Cierre: 22/02/2017
Naviera: ENVIO GLOBAL
linea: HOJAS PERENNES
País de Destino: HT
Puerto de Destino: Puerto Principe

Operador Port: SERTEPORT
N° de reserva: 711700005382
Modalidad de Flete: Pagado por adelantado
Emisión BL: lanzamiento expreso
Mov. a Cargo de: Otros
Puerto Emb.: SPR de Buenaventura SA
Agente Carga: No Aplica

Selecciónar

Pedido: 0006013925 Entrega: 0042330 Transporte: 0000031200 Pedido de traslado: 4700037672
PROPORMA: #19046573
003245

Fuente: Fotografía del autor

Figura 4. Situación de exportaciones – Tabla maestra.

Agrupación	Ingenuo	Material	Desc. Mate	Entrega	CL	T.Venta	E.T.A.	Fec. Embarque	F.Zarpe	CUTOFF	Cant
NOMINADAS	MSC VEGA	FICHCHI	200176	AZ. CRUDO EN SACOS FICHCHI	9043547	TOPPER TRA	C	07.03.2017	25.02.2017	02.03.2017	50,
NOMINADAS	RUDOLF SCHEPERS		200990	AZ. CRUDO SACOS X 25KG CALIÑA FICHCHI	9043455	TOPPER TRA	C	13.03.2017	09.12.2016	09.03.2017	300,
NOMINADAS	COSCO KOREA		200176	AZ. CRUDO EN SACOS FICHCHI	9043454	TOPPER TRA	C	04.03.2017	27.02.2017	01.03.2017	250,
NOMINADAS	RUDOLF SCHEPERS		201105	AZ1000 KG 180CUMSA EMP EN BCO FICHCHI	9043436	BM SUGAR	C	13.03.2017	12.02.2017	08.03.2017	80,
NOMINADAS	RUDOLF SCHEPERS		201105	AZ1000 KG 180CUMSA EMP EN BCO FICHCHI	9043435	BM SUGAR	C	13.03.2017	02.03.2017	08.03.2017	40,
NOMINADAS	RUDOLF SCHEPERS		201105	AZ1000 KG 180CUMSA EMP EN BCO FICHCHI	9043434	BM SUGAR	C	13.03.2017	06.03.2017	08.03.2017	40,
NOMINADAS	RUDOLF SCHEPERS		201176	AZ. CRUDO EN SACOS FICHCHI	9043433	BM SUGAR	C	13.03.2017	04.03.2017	08.03.2017	20,
NOMINADAS	MSC VEGA		200176	AZ. CRUDO EN SACOS FICHCHI	9043401	TOPPER TRA	C	07.03.2017	28.02.2017	02.03.2017	250,
NOMINADAS	CMA CGM TANYA		200990	AZ. CRUDO SACOS X 25KG CALIÑA FICHCHI	9043341	TOPPER TRA	C	18.03.2017	08.03.2017	15.03.2017	700,
PENDIENTE POR NOMINAR			200998	AZ. CR CALM. BROWN CANE FICHCHI		STYWI	C				53,
PENDIENTE POR NOMINAR			200020	AZ. BCO TPOA CAL WHITE SUGAR FICHCHI		MOLINERA 1	C				25,
PENDIENTE POR NOMINAR			200176	AZ. CRUDO EN SACOS FICHCHI		MOLINERA 1	C				0,
PENDIENTE POR NOMINAR			200384	AZ. CR. BROWN NUMERO 1 FICHCHI		AMA TRADER	C				250,
PENDIENTE POR NOMINAR			200793	AZ. CR. BROWN NUMERO 1 25 KGS FICHCHI		AMA TRADER	C				6,
PENDIENTE POR NOMINAR			200384	AZ. CR. BROWN NUMERO 1 FICHCHI		AMA TRADER	C				150,
PENDIENTE POR NOMINAR			200793	AZ. CR. BROWN NUMERO 1 25 KGS FICHCHI		AMA TRADER	C				125,
PENDIENTE POR NOMINAR			200793	AZ. CR. BROWN NUMERO 1 25 KGS FICHCHI		AMA TRADER	C				150,
PENDIENTE POR NOMINAR			200998	AZ. CR CALM. BROWN CANE FICHCHI		STYWI	C				70,
PENDIENTE POR NOMINAR			200020	AZ. BCO TPOA CAL WHITE SUGAR FICHCHI		STYWI	C				20,
PENDIENTE POR NOMINAR			201105	AZ1000 KG 180CUMSA EMP EN BCO FICHCHI		BM SUGAR	C				100,
PENDIENTE POR NOMINAR			200319	AZ. SACOX1000KG TPO 8 FICHCHI		BM SUGAR	C				100,
PENDIENTE POR NOMINAR			201105	AZ1000 KG 180CUMSA EMP EN BCO FICHCHI		BM SUGAR	C				100,
PENDIENTE POR NOMINAR			200319	AZ. SACOX1000KG TPO 8 FICHCHI		BM SUGAR	C				150,
PENDIENTE POR NOMINAR			200998	AZ. CR CALM. BROWN CANE FICHCHI		STYWI	C				70,
PENDIENTE POR NOMINAR			200020	AZ. BCO TPOA CAL WHITE SUGAR FICHCHI		STYWI	C				100,
PENDIENTE POR NOMINAR			200319	AZ. SACOX1000KG TPO 8 FICHCHI		BM SUGAR	C				100,
PENDIENTE POR NOMINAR			200319	AZ. SACOX1000KG TPO 8 FICHCHI		BM SUGAR	C				100,
PENDIENTE POR NOMINAR			200319	AZ. SACOX1000KG TPO 8 FICHCHI		BM SUGAR	C				100,

Fuente: fotografía del autor.

Es un programa empleado por CIAMSA S.A. para informar vía internet a los ingenios azucareros de los requerimientos de azúcar, así como de los plazos que poseen para cumplir con el pedido del cliente. Los ingenios pueden ingresar los pedidos que se les realicen a ellos y en los cuales requieran de la colaboración de CIAMSA S.A. como su agente logístico.

Las características del sistema de nominaciones son diversas, dado que sus usos facilitan notablemente la exportación del azúcar, actividad que involucra una cantidad considerable de papeleo; dentro de estas acciones se encuentran: certificados de origen, los documentos de pagos y del embarque, licencias, notificaciones de los avances del embarque, inspecciones requeridas por el exportador, agente aduanal, autoridades aduaneras de origen y destino, transportista locales y foráneos, reexpedidor, entre otros.

Básicamente el sistema de nominaciones ofrece al cliente interno la opción de realizar las siguientes actividades:

A. Consultas y reportes: En la cual los ingenios asociados pueden apreciar los diferentes requerimientos de azúcar realizados por diversos clientes y optar conforme

su capacidad instalada por despachar dichas exportaciones de azúcar. Esta ventana da la opción de acceder a información histórica de las exportaciones realizadas, brindando información detallada como:

- Nombre de la motonave
- Número de viaje
- Fecha de origen
- Fecha de cierre
- Naviera
- Línea
- País de destino
- Puerto de destino
- Operador portuario
- Número de reserva y modalidad de flete
- Emisión
- Nombre del responsable del movimiento
- Puerto de embarque
- Agente de carga.

También se brinda en esta ventana la oportunidad de realizar especificaciones sobre el embarque realizado, en una casilla llamada observaciones de modificación.

En esta ventana también se puede acceder al reporte de nominaciones, en el cual se puede encontrar información determinante sobre el despacho del azúcar que ha sido exportado, dado que es un histórico de las operaciones efectuadas.

1. Reporte de nominaciones. Se constituye en una relación histórica de los requerimientos de azúcar y estado del trámite en el que se encuentra, a través de ventanas como:

- Código de la Nominación; identifica el código del requerimiento establecido.
- Situación de la Nominación, factor que comprende opciones como radicado, es decir que la solicitud ha sido recibida, aprobado, que se relaciona con que la solicitud fue recibida con éxito, documentación inicial, que consiste en que se están efectuando los primeros trámites para la venta del azúcar luego de ser asignado a algún ingenio, documentación aduanera, que refiere el último paso del proceso en puerto.
- Fecha de radicación, en la cual se especifica la fecha en que la solicitud fue cumplida a cabalidad por el ingenio efectuando la radicación de los documentos correspondientes.

- Fecha de cierre, en la cual se especifica la fecha en que la solicitud de azúcar fue solicitada.
- Fecha de origen: Refiere la fecha en que el ingenio contestó al requerimiento realizado.
- Días: Especifica la cantidad de días en los cuales se debe dar cumplimiento al requerimiento.
- Exportador: Refiere la empresa que ha optado por cumplir el requerimiento del cliente, ya sea CIAMSA S.A. o alguno de los ingenios asociados.
- Usuario: Referencia la persona en representación de la empresa exportadora que diligenció la solicitud, para cumplir con el requerimiento del cliente.
- Compañía compradora: Evidencia el nombre del cliente que realizó el requerimiento de azúcar.
- Contrato: Se relaciona con el número del documento en el cual se pactan las condiciones de exportación con el cliente.
- Número de Booking: Tiene relación con el número de contenedor en el cual se transportará el cargamento de azúcar destinado a cumplir con la solicitud del cliente.

2. **Tabla maestra.** Evidencia el historial de las transacciones internacionales, información sobre documentación, logística y número de la motonave entre otros datos que se especifican con más detalle en las líneas siguientes.

La tabla maestra detalle información como:

- Agrupación: Refiere si las exportaciones se encuentran nominadas o pendientes por nominar.
- MN: Identifica al cliente al cual se le va a enviar el producto destinado para exportación.
- Ingenio: Identifica los datos del ingenio responsable de proveer la azúcar destinada para la exportación.

- Material: Identifica el código con el cual se especifica el tipo de azúcar que va a ser exportada.
- Descripción del material: Se constituye en una descripción del azúcar que va a ser exportada, así como la presentación de la misma.
- Entrega: Identifica el código del intermediario al cual se entregará la azúcar exportada.
- CL: Presenta el nombre del intermediario que recibirá el azúcar.
- Tipo de venta: Especifica de qué forma se realizará la venta, ya sea de contado o a crédito.
- Fechas: Relaciona las fechas de pedido, embalaje y entrega del producto.
- Cantidad: Relaciona el peso del producto exportado conforme la presentación del azúcar.

B. Configuración:

Se constituyen en elemento importante dado que permite cambiar elementos del programa como visualizaciones de pantalla de las diferentes funciones, individuos que pueden acceder al mismo, cambios de claves y usuarios entre otras.

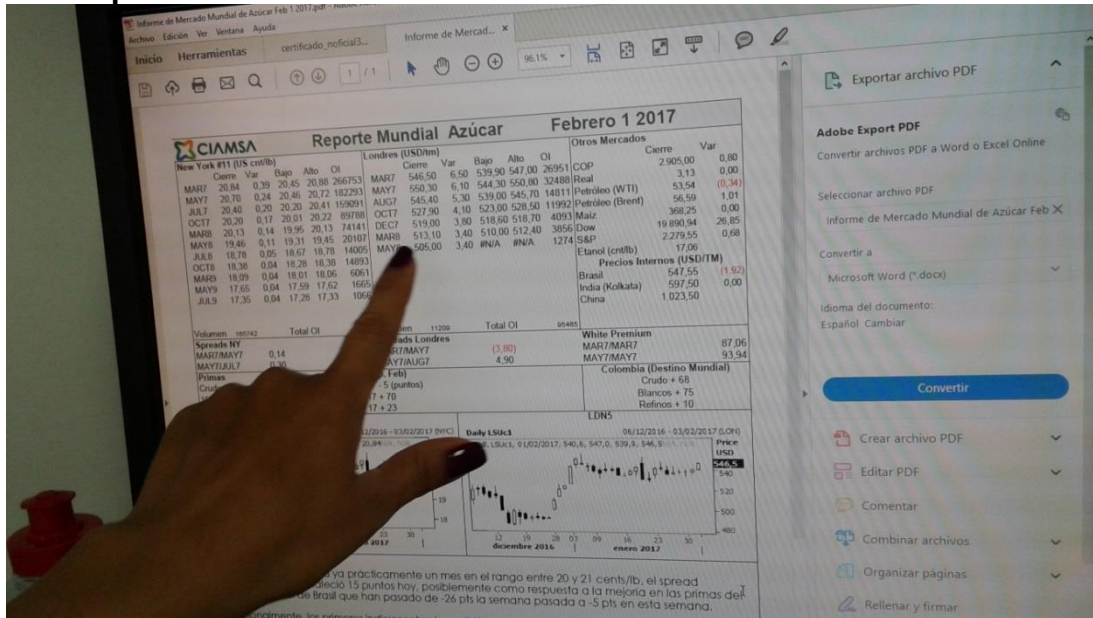
C. Nominaciones:

En este punto se pueden apreciar las nominaciones disponibles es decir vigentes, por ende los ingenios encontraran información clave sobre los requerimientos de azúcar de forma detallada, como:

1. Nombre del cliente
2. Fecha de la solicitud
3. Cantidad y tipo de azúcar solicitada
4. Plazo para responder a la solicitud

Futuro

Figura 5. Reporte mundial de azúcar



Fuente: fotografía del autor.

Este programa permite a CIAMSA S.A. el adecuado manejo de la información sobre la exportación del azúcar, precios del mercado internacional, y reportes mundiales. Así mismo, permite a los ingenios azucareros tener acceso a la más completa información brindada por esta empresa. Por consiguiente Futuros, se constituye en un programa que permite a los ingenios apreciar el precio con el cual se ofertó el producto en el mercado internacional, así como cuando expira, al igual que los precios ofertados por los competidores (Brasil, China, India).

Las ventanas que pueden hallarse en este programa son:

A. Bolsa que desea visualizar: ya sea la de New York o la de Londres, también permite visualizar el valor de otros mercados determinantes para la economía mundial como son el petróleo y el café. Otra opción relevante se vincula con la presentación de competidores directos de Colombia en la exportación del azúcar como son (Brasil, India, China).

B. Precio internacional ofertado: Referencia el precio internacional del azúcar.

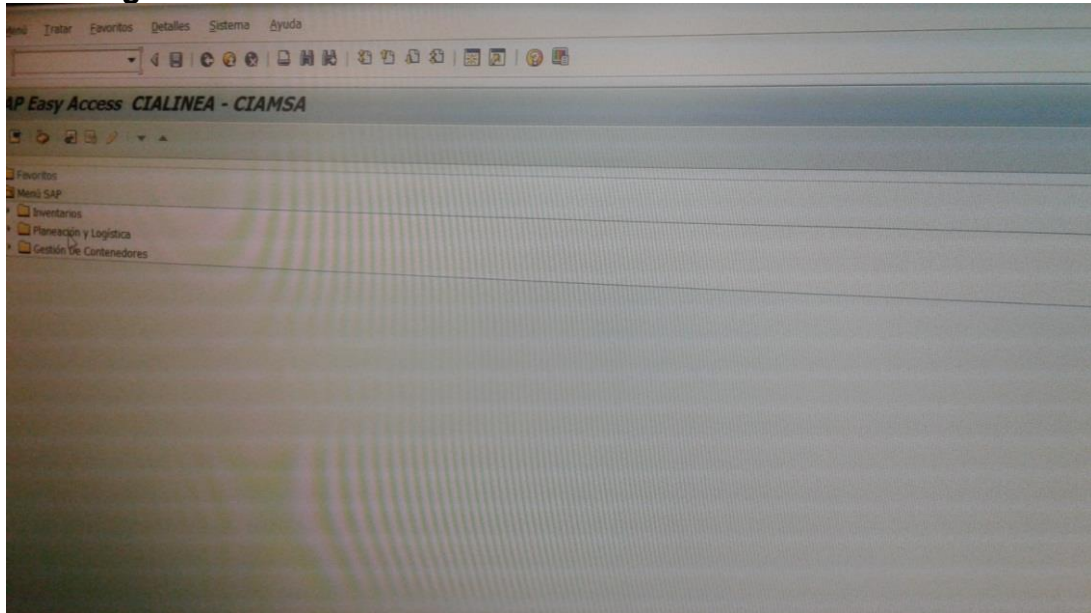
C. Fechas de variación de precios en la bolsa: Muestra la fecha en la cual se produjo la variación en el precio del azúcar con relación a los periodos anteriores.

D. Gráficos: En este programa también pueden apreciarse gráficos que indican los diferentes índices en los cambios de los precios de las diversas calidades de azúcar.

E. Observaciones relevantes de las variaciones: Este programa brinda una completa información sobre las variaciones en el precio del azúcar, aunada a una explicación, sobre porque sucede tal cambio, y los factores internacionales que han influido en tal suceso.

Cialínea

Figura 6. Programa Cialínea



Fuente: fotografía del autor.

Figura 7. Ventana de planeación logística

A screenshot of the 'Información de la Operación' window in the CIALINEA - CIAMSA system. The window title is 'CIALINEA - CIAMSA'. The interface shows a table of operational information with the following data:

Información de la Operación			
CIALINEA - CIAMSA			
Origen:	BUENAVENTURA, CO	Destino:	SAN ANTONIO, CL
No Reserva:	SNG0189199	Fec. Reserva:	23/09/2015
Fec. Estimada Salida:	30/09/2015	Fec. Estimado Llegada:	10/10/2015
Fec. Real de Salida:	30/09/2015	Fec. Real de Llegada:	10/10/2015
Nro del BL / Guia:	MPRS3256	Fec. Documento Transporte:	30/09/2015
Fec. de Facturación:	05/10/2015	Fec. de Liberación:	15/10/2015
		Motonave/Nro Viaje:	FRANCOISE GILOT V. 54

Fuente: fotografía del autor.

El programa Cialínea, sirve de conexión entre Ciamsa y los ingenios asociados, ya que luego de que los gerentes comerciales participan en la oferta de azúcar, y firman los contratos por las cantidades pactadas, en el sistema de Cialínea se sube toda la información relacionada con las exportaciones, como las nominaciones del mes, descripción por motonave, fecha de salida de la mercancía, fecha de embalaje entre otras.

Este programa permite principalmente a los ingenios azucareros tener completa información en tiempo real, sobre el despacho de azúcar al exterior, informándoles acerca de la ubicación y estado de su mercancía. monitoreando sus inventarios, y los vehículos que están pendientes por descargar, así como los datos de los que ya han descargado. También brinda información sobre los contenedores que se han embalado de acuerdo a los compromisos que previamente los ingenios han establecido con CIAMSA S.A, de acuerdo a la exportación programada que tengan con determinado comprador de azúcar.

Este programa cuenta con ventanas como:

A. Favoritos: Refiere los archivos que son utilizados con mayor frecuencia por el usuario.

B. Menú SAP: Contiene ventanas como:

1. Inventarios: Relaciona detalladamente todo el inventario de azúcar tanto en bodegas de la empresa, como en puerto, brindando claridad al cliente interno sobre el producto con que cuenta para cubrir los requerimientos del cliente, en tiempo real.

2. Planeación Logística: Identifica la forma como se ha organizado el despacho embalaje y exportación del azúcar. Es decir presenta la situación real de las exportaciones: Esta ventana ilustra de manera global las exportaciones vigentes realizadas por la empresa CIAMSA S.A. y sus ingenios asociados a través de información como:

- Origen: Que especifica el puerto desde el cual se realiza el despacho.
- Destino: En el cual se plasma el país al cual se está enviando la exportación.
- Número de Reserva: Identifica el código con el cual se efectúa la reserva del producto.
- Fecha de Reserva: Especifica la fecha en que se concretó el despacho del azúcar.
- Fecha estimada de salida: refiere la fecha en la cual se ha considerado puede salir de puerto la exportación.
- Fecha estimada de llegada: Identifica la fecha en la cual se ha considerado llegará el producto a su destino.
- Días de transito estimado: Indica los días que durará en el mar el producto, desde su origen hacia su destino.

- Fecha real de salida: Hace referencia a la fecha real en que el producto saldrá del puerto de origen
- Fecha real de llegada: Identifica la fecha real en que el producto ha llegado a su destino
- Días de transito Real: Es el dato real sobre los días que el producto transitó entre su puerto de origen y de destino.
- Numero de BI/Guía: Identifica el número del documento/factura de transporte de la exportación que se refiere.
- Fecha de documento de transporte: relaciona la fecha en que se efectuó el documento de transporte
- Motonave/Número de Viaje: especifica la motonave en que se efectúa el despacho del azúcar, así como el número de viaje que identifica el mismo.
- Fecha de facturación: Indica la fecha en que se realiza la factura.
- Fecha de Liberación: En este ítem se especifica la fecha en que ha concluido el proceso de exportación.

3. Gestión de contenedores. De manera coordinada conforme se ha efectuado el requerimiento de contenedor se relacionan los mismos. Permitiendo al cliente interno acceder a información clara sobre la gestión de estos.

OBJETIVO NÚMERO DOS.

3.4 Conocer la influencia de los programas tecnológicos utilizados por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales

La influencia de las tecnologías de información y las comunicaciones en la comercialización de azúcar ha sido esencial para posicionar al sector azucarero colombiano a nivel internacional, así mismo, desde el año 2001 la implementación de dichas tecnologías ha resultado clave en el éxito del sector, en diversos ámbitos empresariales y principalmente en el desarrollo del comercio internacional, ya que ha brindado a CIAMSA S.A, la oportunidad de mejorar los tiempos de respuestas en el proceso de exportación, mejorando la comunicación entre dicha empresa, los ingenios azucareros, los clientes y por supuesto los proveedores. Este factor se ve reflejado en el crecimiento económico del sector y de la región. Un ejemplo claro es la adopción de software como Futuros, Cialinea, SOD, Nominaciones. Los cuales han elevado el nivel de competitividad de CIAMSA S.A durante los últimos años, contando así con la organización, eficiencia y eficacia requerida para brindar al cliente del exterior un óptimo servicio.

Tabla 5. Exportaciones de azúcar 2001 - 2016

AÑO	TONELADAS EXPORTADAS
2001	913.542
2002	1.096.510
2003	1.247.248
2004	1.192.049
2005	1.132.134
2006	887.013
2007	682.729
2008	456.452
2009	1.008.278
2010	658.037
2011	891.525
2012	720.569
2013	671.887
2014	796.483
2015	725.033
2016	518.423

Fuente: Asocaña - SAC - Sociedad de Agricultores de Colombia

En la tabla número 5, puede apreciarse como durante los últimos 9 años el crecimiento del mercado internacional del azúcar ha sido inminente, aunque luego del año 2009 y debido a complejos problemas económicos y políticos, que incluían una huelga generalizada de los corteros de caña y la implementación de barreras arancelarias por otros países entre ellos México influyeron que las exportaciones bajaron notablemente, el sector poco a poco ha salido avante logrando estabilizarse en el mercado internacional. Esto debido principalmente al uso adecuado de las tecnologías de información y comunicación y a la innovación como elemento vital en todos sus procesos.

Históricamente, el mercado del azúcar ha sido exportado desde muchos años atrás, hasta 1960 se realizaron algunas exportaciones ocasionales y hasta 1980 se exportaban los excedentes del mercado interno. Hasta los años ochenta, las exportaciones estuvieron constituidas exclusivamente por azúcar a granel, para entonces se empezó a incursionar en el mercado del azúcar blanca. Ya para 1990 se exportaba poco más del 25% de la producción total.

Durante la década de los noventa, la producción creció 47.9%, mientras el consumo nacional tan sólo creció 2.21% y los Estados Unidos redujeron significativamente la cuota de exportación²⁰. Como respuesta a esta situación se optó por incrementar las exportaciones en un 151%, terminando la década de los noventa, las exportaciones representaban el 43.7% de la producción total nacional.

En el crecimiento internacional de las exportaciones del azúcar, tuvo un papel vital el proceso de apertura que adoptó el país al iniciar la década de 1990, ya que llevó a que el sector azucarero enfocara su estrategia de exportaciones hacia el Mercado Andino. Con tal propósito, los ingenios ensancharon su capacidad de producción, apalancándose en el endeudamiento interno y en el exterior. Las cosas no se dieron como se esperaba. Los países vecinos, al igual que Colombia han vivido en los últimos años fenómenos de recesión severos.

El mercado interno no ha crecido de la manera esperada, la tasa de cambio elevó el valor de los créditos de manera significativa y el precio internacional permaneció deprimido durante cuatro años (apenas reaccionó en el segundo semestre del 2000). En estas condiciones, el esfuerzo exportador se dirigió hacia la apertura de nuevos mercados, aumentando de manera considerable la exposición a los riesgos de un

²⁰ ASOCAÑA Óp. Cit

producto commodity, en un mercado de excedentes, donde se vende a un precio inferior al costo de producción y a proponer desde Asocaña y CIAMSA, los mecanismos de estabilización de precios y aranceles en la Comunidad Andina de Naciones.

La Comercializadora Internacional de Azúcares y Mieles (CIAMSA), que agrupa a todos los ingenios, se ha consolidado en la última fase de desarrollo del Clúster como el organismo que soporta la estrategia de competitividad de la industria. Al efecto, es el único canal de comercialización internacional; cumple las funciones de regulador del mercado interno; ha realizado inversiones de capital y representa al sector azucarero en la Sociedad Portuaria de Buenaventura y la Sociedad de Transporte Férreo de Occidente; tiene casas de representación en Ecuador, Perú y Venezuela; es dueña, a nombre de todos los ingenios, del ingenio Central Azucarero de Táchira (CAZTA), en Venezuela. Adicionalmente, cumple funciones de operador portuario y agente aduanero, cobrando una comisión por dichas actividades.

La infraestructura de CIAMSA también se ha consolidado desde la década de los noventa, mediante la construcción de un terminal azucarero propio en el puerto de Buenaventura, bodegas para el almacenaje del producto de exportación y el montaje de infraestructura mecánica y automatizada de embarque de azúcar en sacos y a granel, entre otros. Así como la adecuada utilización de las TICS para impulsar la comercialización del azúcar en el mercado internacional.

En suma, CIAMSA articula todo el sistema de información y comercialización de manera eficiente; algo que los ingenios difícilmente podrían realizar individualmente y sin lo cual la proyección del clúster en el mercado internacional, no se concebiría, ya que la participación de Colombia en el mercado mundial del azúcar y su capacidad de negociación en la respectiva cadena de valor global se ha incrementado con el paso de los años.

Básicamente pueden destacarse en el crecimiento del mercado azucarero, los procesos de expansión, diferenciación de producto, integración y diversificación. Como consecuencia de este desarrollo, es necesario entender que el negocio medular se ha venido desplazado gradualmente del azúcar, hacia los productos de valor agregado.

El crecimiento de las exportaciones y el uso intensivo de los diferentes productos asociados ha permitido disminuir gradualmente la dependencia inicial casi absoluta del azúcar como producto básico dedicado al consumo directo, al punto que actualmente alrededor del 25 % del azúcar que se produce se destina al consumo humano interno.

Por ende, la región y el complejo productivo azucarero han configurado una estructura económica diversificada, orientada hacia la generación de valor agregado, en sectores promisorios en el mercado internacional como la confitería, la industria editorial y la biotecnología.

De esta manera, el complejo productivo se ha configurado con un sentido de equilibrio, el cual permite que cuando por ejemplo, el precio del azúcar en el exterior se desplome, los otros usos del azúcar y los demás “subproductos”, contribuyan a evitar que la crisis sea mayor. Esta sinergia constituye un blindaje parcial y una ventaja competitiva.

En el contexto del desarrollo del comercio internacional del sector azucarero, representado por la empresa CIAMSA S.A, le ha permitido adaptarse a una economía mundial globalizada, en la cual los factores de producción y los activos financieros son sustituidos en cualquier parte y ya no sería posible considerar a las naciones como entidades económicas, diferentes con poder de decisión autónomo en la consecución de objetivos nacionales, la economía global viene a ser un tipo ideal, que al contrastarlo con la economía realmente existente su diferencia es obvia, por lo que se concluye que la globalización actual no existe, que lo existente es tan solo un sistema de economía predominante nacionales con elevados niveles de internacionalización.

Por ende el crecimiento del sector, tiene que ver en primer lugar, con el desarrollo de las tecnologías disponibles, y en segundo lugar con acontecimientos políticos o económicos que pueden obstaculizarlo. El ritmo, la dinámica mayor o menor de las redes de interconexión e interdependencia puede ser favorecido u obstaculizado por razones no tecnológicas, como son las de orden político, la enemistad entre los Estados, las guerras; ya que pueden detener y hasta revertir las interconexiones ya establecidas, lo que en definitiva se traduce en situaciones de paralización o reversa de la globalización.

Algunas de las estrategias que le han permitido al sector azucarero adaptarse al proceso de globalización y adquirir una ventaja competitiva son las siguientes:

La redefinición del negocio. La obtención de azúcar a partir de la caña orgánica, representa una nueva frontera en la cual se está trabajando experimentalmente, guiados por el hecho que los productos naturales tienen un precio mayor en el mercado, especialmente en el externo.

La recombinación del negocio. Alude a la posibilidad de incrementar la integración de negocios complementarios, para intensificar o formar nuevos clústers. Las fusiones; la integración de algunas unidades de negocio con actividades comunes como por ejemplo el corte alce y transporte de la caña; la creación de empresas conjuntas para producir insumos comunes; la comercialización de azúcar sin una cadena de intermediarios; pueden ser algunas ideas.

La reubicación medular. Consiste en el proceso de integración hacia adelante, mediante el desarrollo de negocios como la confitería, la producción de alcohol carburante y las múltiples aplicaciones de biotecnología, tales como el ácido láctico y los bioplásticos. El negocio medular está cambiando. En el futuro ya no será el azúcar sino, el conjunto de bienes generados a partir de ella y los mal llamados “subproductos” de la caña.

Por ende, el conglomerado del azúcar del Valle del Cauca, Colombia, evidencia el ritmo de crecimiento económico y el dinamismo de los productos diferentes al azúcar, incluyendo las exportaciones conjuntas, es más dinámico.

Inversiones en el exterior. Como expresión del nuevo nivel de desarrollo alcanzado por el clúster, en términos de su inserción internacional, se refieren algunos ejemplos de las inversiones que empresas del conglomerado han hecho en otros países, en su mayoría a partir de 1990.

La compra por parte de todos los ingenios vinculados a Asocaña, del ingenio Central Azucarera del Táchira (Cazta), en Venezuela. La adquisición del Ingenio Laredo en Perú, por parte del ingenio Manuelita. La compra de un ingenio y el establecimiento de una fábrica confitera en Guatemala, por parte de accionistas del Ingenio Río Paila y Colombina. La constitución de CIAMSA en Ecuador, Perú y Venezuela. La participación de Cenicaña en el consorcio internacional para investigaciones en biotecnología. Claramente se observa que la estrategia consiste en incrementar la participación y el poder de control de la industria Colombiana, en los países andinos, como mercado natural. No obstante, para algunos formadores de opinión estos esfuerzos resultan ser tímidos, de cara a los desafíos que enfrenta la industria en el largo plazo y a la dinámica de la industria en el contexto mundial.

Progreso tecnológico. Durante las últimas décadas, las mejoras tecnológicas más representativas de este periodo. Son la tecnología de cosecha, ya que en los años noventa, la presión de la comunidad por los efectos y riesgos de la quema de caña, condujo al establecimiento de un acuerdo para la “producción más limpia”, con acciones

encaminadas al control, reducción de la contaminación y las molestias a las comunidades, el cual se ha venido cumpliendo..

En las últimas décadas se incorporaron las primeras cosechadoras mecánicas, que hoy se utilizan en el 25% del área cultivada, previéndose que su utilización en todos los ingenios significará en el futuro próximo, la desaparición de las quemas y de miles de puestos de trabajo asociados a las actividades de cosecha.

Al tiempo con lo anterior, también se han incorporado mejoramientos en un conjunto de prácticas de cultivo como la aplicación de surco alterno, balance hídrico, labranza reducida, aplicación de madurantes, macro nivelación, y control biológico de plagas, las cuales hacen parte del proceso de convergencia tecnológica internacional y del nuevo modelo de industria ecoeficiente.

En buena parte de los ingenios se han llevado a cabo importantes procesos de reconversión industrial y cambio técnico, acompañados del ensanche de su capacidad productiva, mediante la adopción de tecnología microelectrónica en planta; el uso de laboratorios de pesaje de caña; la adopción de salas de talofiltrado de nuevas variedades de caña ricas en sacarosa y resistentes a las plagas. El reemplazo de las turbinas de vapor por los motores hidráulicos. Otra actividad donde se han realizado grandes esfuerzos es en la recuperación de sacarosa en miel final.

También se han ejecutado importantes cambios en las TICS, que son mencionados en la descripción de la infraestructura tecnológica. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son un elemento clave para afrontar las múltiples dimensiones de los retos que afronta el sector azucarero, al igual que muchas empresas dedicadas a la agricultura. En este sentido, la Oficina TIC del Ministerio de Agricultura, se encarga de la articulación y fortalecimiento de la política de uso y aplicación de tecnologías, estrategias y herramientas para el mejoramiento continuo de los procesos del Ministerio y del sector.

CAPITULO IV

4. CARACTERIZACIÓN DE CIAMSA S.A.

COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE AZUCARES Y MIELES S.A. es una empresa constituida en mayo de 1961, por integrantes de la industria azucarera colombiana, con miras a darle solución a diferentes necesidades del sector, dado que al vislumbrar el inminente crecimiento de la industria e intereses de dicho sector. Su razón social era Colombiana de Mieles S.A.

La primera exportación de azúcar a granel data del 24 de enero de 1972 por 10.321 Toneladas Métricas. De esta forma en el año 1981 la sociedad recibió su inscripción en el registro de las comercializadoras internacionales y por ello su razón social se modificó a Sociedad Comercializadora Internacional de Azúcares y Mieles S.A. CIAMSA.

En 1986 se inició la exportación de azúcar en sacos. La primera exportación en esta modalidad fue por 8.600 tm. En 1961 Operamos la Logística y aduanas como Colmieles. Desde 1995 de acuerdo al Decreto 2680 de 1995 se crea Sercodex como agencia de aduanas. 2005 primera importación y comercialización de fertilizantes. Se compra una bodega en Buga que tiene 8.659 m².

En el transcurso de los últimos 5 años, los volúmenes de exportación de azúcar han oscilado entre las 480.000 hasta más de 1.000.000 de toneladas métricas anuales. Dado q esta empresa, brinda soluciones integradas y servicios por más de 56 años a la industria azucarera.

Así mismo ha logrado identificar las oportunidades y las amenazas emergentes de la logística internacional y su necesidad indispensable de optimizar su operación. CIAMSA trabaja continuamente enfocado en la adaptación al cambio y a ofrecer soluciones con valor agregado.

4.1 Misión

Ser el operador logístico y comercializador de las exportaciones e importaciones de la industria azucarera colombiana, garantizando la satisfacción de los clientes, generando valor para los ingenios socios, fundamentado en el bienestar de los colaboradores y en el cumplimiento de la responsabilidad social.

4.2 Visión

Para el 2015 ser la comercializadora internacional de la industria azucarera colombiana líder en el mercado latinoamericano con índices de productividad competitivos internacionalmente.

4.3 Principios y Valores

Honestidad – actuar con rectitud y transparencia
Responsabilidad social – solidaridad con nuestro entorno
Respeto propio y a los demás
Trabajo en equipo
Compromiso
Innovación
Excelencia

OBJETIVO NUMERO TRES

Analizar el uso de los programas tecnológicos en la logística, implementada por CIAMSA S.A para comercializar con éxito el azúcar en el mercado internacional

Figura 8. Panorámica del puerto de buenaventura



Fuente: fotografía facilitada por CIAMSA S.A.

El azúcar exportable por el puerto de Buenaventura está a cargo de la Comercializadora Internacional de Azúcares y mieles CIAMSA, la cual es una casa azucarera de propiedad de todos los ingenios colombianos, constituida para consolidar, comercializar y despachar al cliente toda la oferta azucarera colombiana; estos ingenios son Carmelita, La Cabaña, Manuelita, Mayagüez, Pichichi, Risaralda, San Carlos, Rio paila-Castilla, Incauca, y Providencia. El trabajo de CIAMSA S.A. es arduo y se caracteriza por cumplir en un gran porcentaje los requerimientos de los clientes ya que cuenta con diversas fuentes de suministro que trabajan coordinadamente.

Dentro de su oferta exportable CIAMSA cuenta con azúcar crudo a granel o en sacos y distintas calidades de azúcar blanco empacado en diversas presentaciones, con las que podemos satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes, en términos de calidades, empaques y entregas, pues la condición de nuestros proveedores de productores permanentes permite producir según pedido, en vez de manejar inventarios pos cosecha. El cliente solicita y nosotros le garantizamos producto fresco, recién fabricado y con puntualidad total en los despachos.

Las actividades de CIAMSA S.A. relacionadas se centran principalmente en los siguientes aspectos:

- Ventas: comercialización de azúcar y melaza en el mercado internacional.
- Coberturas: gestión de derivados y otras herramientas financieras.
- Logística: gestión logística para la exportación a mercados internacionales.
- Asesoría: en regulación y documentación aduanera.

En el presente trabajo interesa analizar como ejecutan las ventas del azúcar en el mercado internacional, así como la gestión logística. En lo referente a este último aspecto las actividades realizadas por CIAMSA S.A. se centran, en ejecutar las operaciones seguras, a través de tecnología avanzada en sistemas de seguridad: ya que realizan el 100% del cubrimiento total de operaciones con 89 cámaras y domos de vigilancia, además se cuenta con departamento de seguridad 24 horas.

CONTROL LOGISTICO

El programa utilizado por CIAMSA S.A especialmente en el ambito logistico es el programa Cialinea, el cual sirve de conexión entre Ciamsa y los ingenios asociados, ya que una vez elaborada la negociación e identificado los ingenios que van hacer parte de esta solicitud, en el sistema de Cialinea se sube toda la información relacionada con las exportacion, como las nominaciones del mes, descripción por motonave, fecha de salida de la mercancía, fecha de embalaje entre otras; este programa permite principalmente a los ingenios azucareros tener completa información en tiempo real, sobre el despacho de azúcar al exterior, informandoles acerca de la ubicación y estado de su mercancía. monitoreando sus inventarios, y los vehículos que están pendientes por descargar, así como los datos de los que ya han descargado. Tambien brinda información sobre los contenedores que se han embalado de acuerdo a los compromisos que previamente los ingenios han establecido con CIAMSA S.A, de acuerdo a la exportación programada que tengan con determinado comprador de azúcar.

Este programa brinda información como:

- Origen: Que especifica el puerto desde el cual se realiza el despacho.

- Destino: En el cual se plasma el país al cual se está enviando la exportación.
- Número de Reserva: Identifica el código con el cual se efectúa la reserva del producto.
- Fecha de Reserva: Especifica la fecha en que se concretó el despacho del azúcar.
- Fecha estimada de salida: refiere la fecha en la cual se ha considerado puede salir de puerto la exportación.
- Fecha estimada de llegada: Identifica la fecha en la cual se ha considerado llegará el producto a su destino.
- Días de transito estimado: Indica los días que durará en el mar el producto, desde su origen hacia su destino.
- Fecha real de salida: Hace referencia a la fecha real en que el producto saldrá del puerto de origen
- Fecha real de llegada: Identifica la fecha real en que el producto ha llegado a su destino
- Días de transito Real: Es el dato real sobre los días que el producto transitó entre su puerto de origen y de destino.
- Numero de BI/Guía: Identifica el número del documento/factura de transporte de la exportación que se refiere.
- Fecha de documento de transporte: relaciona la fecha en que se efectuó el documento de transporte
- Motonave/Número de Viaje: especifica la motonave en que se efectúa el despacho del azúcar, así como el número de viaje que identifica el mismo.
- Fecha de facturación: Indica la fecha en que se realiza la factura.
- Fecha de Liberación: En este ítem se especifica la fecha en que ha concluido el proceso de exportación.

Con estos datos el proceso logístico es más organizado, la toma de decisiones es más exacta, lo que ha permitido que el tiempo de respuesta entre PROVEDORES(INGENIOS)-CIAMSA S.A-CLIENTES sea más rápido, y la empresa sea más competitiva en el mercado nacional e internacional.

4.4.1 Infraestructura y sitios de operación:

CIAMSA S.A. cuenta con diversos sitios, para realizar sus actividades óptimamente, dichos sitios son:

- Oficina administrativa en Cali

Figura 9. Oficina de Ciamsa en Cali



Fuente: Fotografía del autor



Fuente: Fotografía del autor

- Oficina administrativa dentro del Terminal Marítimo de Buenaventura.

Figura 10. Oficina Ciamsa en Buenaventura



Fuente: Fotografía brindada por CIAMSA S.A.

- Bodegas con moderna infraestructura dentro del Terminal Marítimo de Buenaventura.

Figura 11. Bodegas en el terminal marítimo de buenaventura



Fuente: Fotografía del autor

- Bodega y depósito aduanero en un punto estratégico de la ciudad de Buenaventura

Figura 12. Deposito aduanero



Fuente: Fotografía del autor

En la ciudad de Buenaventura, la infraestructura se compone de dos bodegas que facilitan el proceso logístico, existe en la actualidad una bodega ubicada a 300 metros marítimos de la SPRBUN y a 1 KM de TCBUEN. Una Bodega de Granel con capacidad de almacenamiento de 24.000 m². Se cuenta con zona aduanera habilitada. Y almacenamiento en zona deshabilitada para carga nacionalizada y para exportación. La capacidad de almacenamiento es de 29.000 TN de granel y carga general. Así como almacenamiento en estantería.

Figura 13. Bodega de Ciamsa Buga



Fuente: Fotografía brindada por CIAMSA S.A

En el ámbito tecnológico, CIAMSA cuenta con Software para el control y trazabilidad de inventarios y contenedores. Ensacadora de granos y granel. La optimización de Costos, se ejecuta a través de la nacionalización de depósito aduanero para optimizar costos portuarios.

El último aspecto a considerar es la Integralidad del Servicio a través de soluciones logísticas de exportación e importación en relación, al almacenamiento, desembalaje y embalaje de contenedores, operaciones de carga suelta y granel y clasificación de mercancías y alistamientos de pedidos. Así como servicios de etiquetados, reempaques y maquilas, agenciamiento aduanero y empaque automatizado de producto granel.

Figura 14. Banda de transporte de azúcar a granel



Fuente: Fotografía del autor.

4.4.2 Actividades del proceso logístico para la exportación del azúcar

El proceso Logístico se inicia cuando CIAMSA S.A. ejecuta diversos estudios, que le permiten explorar sobre los distintos mercados de azúcar del exterior. De esta forma la empresa logra concretar la venta internacional, de una determinada cantidad del producto. El cliente realiza el requerimiento a través de la página electrónica de la empresa, o a solicitud de cualquiera de los once ingenios propietarios de CIAMSA S.A. Luego a través de un programa denominado NOMINACIONES, se le comunica a los ingenios los requerimientos que existen y quienes deseen participar en la exportación postulan la cantidad que colocaran en puerto.

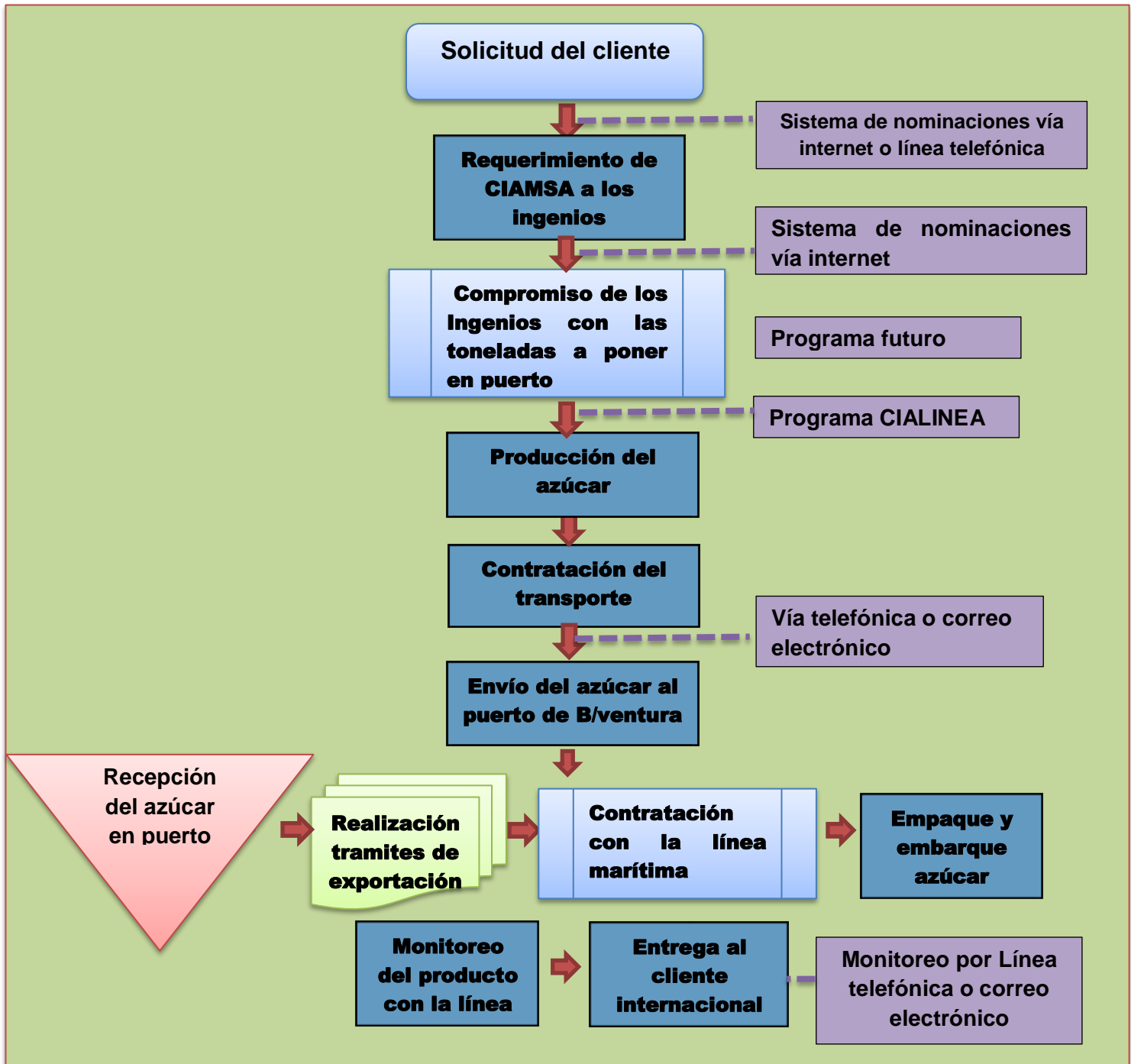
Corresponde a CIAMSA S.A. la programación, realización y seguimiento de las exportaciones de azúcar, así como la coordinación de los despachos y transporte de productos desde los Ingenios hasta Buenaventura. Sin embargo la contratación del transporte desde el ingenio hasta el puerto, compete a cada ingenio. Estableciendo un

límite de tiempo para cumplir con el requerimiento, CIAMSA S.A. espera que los ingenios realicen el traslado del azúcar al puerto de Buenaventura.

Posteriormente CIAMSA S.A. realiza el recibo de los productos, pesaje, aseguramiento de la calidad, almacenamiento y control en las bodegas y depósitos correspondientes, movilización portuaria, agenciamiento aduanero y puesta a bordo o estiba del barco.

Tabla 6. Flujoograma del proceso de exportación del azúcar

4.4.3 Flujoograma del proceso exportación del azúcar



Fuente: Elaboración del autor.

Tabla 7. Tics proceso exportación

4.4.4 TICS utilizadas en el proceso de exportación del azúcar.



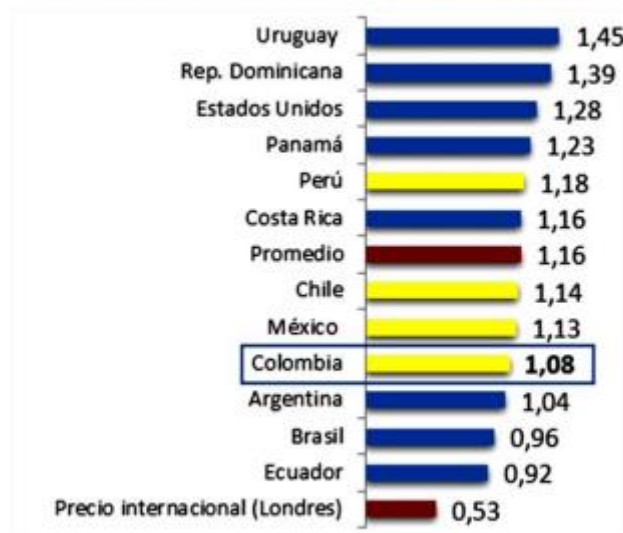
Fuente: Elaboración del autor.

4.4.5 Precio del producto

La Bolsa es la que fija el precio se transará el azúcar. Este precio que determina diariamente dicha entidad se denomina London Daily Price (LDP) o spot, el cual es sólo de uso administrativo para la LIFFE. El precio LDP se considera un precio indicativo, ya que es recopilado cada día siguiendo la opinión de un grupo de bróker (corredores de bolsa) y comerciantes, y considera principalmente la información relacionada con el azúcar disponible en Europa.

Grafico 4. Precio del azúcar al consumidor

Gráfica Precio del azúcar al consumidor (dólares por kilo) – febrero de 2017
(en amarillo países de la Alianza del Pacífico)



Fuentes: supermercados online de cada país, tasas de cambio: XE.

Fuente; supermercado online de cada país, tasas de cambio XE

4.4.6 Patios, Bodegas y Operadores Portuarios

Patios

Dentro del manejo actual de contenedores en patios CIAMSA cuenta con áreas específicas para el almacenamiento de contenedores llenos de importación, llenos de exportación y vacíos. En el caso de los vacíos sólo se almacenan estos contenedores dentro del puerto cuando tienen una destinación específica, o sea, para un programa de llenado o para ser embarcados en un buque.

Lo anterior quiere decir que el grueso del almacenamiento de contenedores vacíos se produce en patios externos a la SPRB (Sociedad portuaria Regional de Buenaventura), y debido a eso el flujo para el ingreso de contenedores vacíos al puerto es extremadamente lento producto de las largas colas debido a un cuello de botella que se presenta en el sitio conocido como “Puente del Piñal”, el cual une a la isla en donde se encuentra la SPRB con el continente y al ingreso por una sola puerta al terminal marítimo. Los contenedores una vez cumplido el programa de llenado deben ser trasladados para ser almacenados en el área para contenedores llenos de exportación.

Bodegas

Para el almacenamiento de azúcar la SPRB cuenta con dos bodegas con capacidad para almacenar 50.000 Toneladas de azúcar y 40.000 sacos habilitadas para tal fin, una para azúcar a granel y otra para azúcar en sacos de 50 Kg.

Figura 15. Azúcar a granel Ciamsa S.A



Fuente: fotografía del autor.

Figura 16. Bodega Ciamsa Buenaventura



Fuente: fotografía del autor.

Operadores portuarios

Como se explicó con anterioridad, la comercialización del azúcar exportable por el puerto de Buenaventura está a cargo de la Comercializadora Internacional de Azúcares y mieles CIAMSA, las ventas del azúcar por el puerto de Buenaventura se exporta alrededor de un millón de toneladas anuales, equivalentes a la mitad de la producción total de azúcar colombiana. Los clientes en el exterior le solicitan a la comercializadora y ellos garantizan el producto fresco, recién fabricado y con puntualidad total en los despachos. La comercializadora CIAMSA utiliza los mercados de futuros de Londres y Nueva York para ponerle precio a sus ventas y a las compras de sus clientes. Por esa razón pueden vender a precio fijo u ofrecer a opción de sus clientes la posibilidad de recurrir a las bolsas para establecer sus precios.

Para ejecutar la operación portuaria, CIAMSA S.A utiliza diversos contenedores, los cuales dentro de la nomenclatura internacional, se ha estandarizado en el uso de contenedores de 20" y de 40", pero para el caso específico del manejo de exportación del azúcar se utilizan sólo unidades de 20" reforzadas en donde el peso neto máximo posible es de 26.020 Kg, con una Tara (peso del contenedor Vacío) de 2.230 Kg, para un peso bruto (carga + tara) de 28.250 Kg.

Los contenedores pertenecen a diferentes líneas marítimas entre las que sobresalen las siguiente: TMM, CSAV, MSC, CCNI, MARUBA, PONL, MAERSK, HAMBURG SUD, APL, SEA BOARD, EVERGREEN, HAPAG LLOYD.

Cada línea marítima le da exclusividad a un operador portuario para movilizar sus contenedores, ya sean llenos o vacíos.

La operación del manejo de contenedores por el terminal de la SPRB está en manos de diferentes operadores portuarios debidamente inscritos ante la Superintendencia General de Puertos, la cual les expide una resolución habilitándolos para operar en los puertos una vez cumplidos unos requisitos mínimos en cuanto a capital, equipos, entre otros.

Por el puerto de Buenaventura, la Superintendencia General de Puertos tiene autorizados para ejercer como operadores portuarios a una gran cantidad, entre los que sobresalen Elequip, Nautiservicios, Maritrans, Granportuaria, como los principales. Cada operador portuario trabaja con una línea marítima con exclusividad, las principales relaciones con las líneas marítimas son:

- Elequip trabaja con líneas marítimas como CSAV y MSC,
- Nautiservicios trabaja con PONL, MAERSK, HAMBURG SUD y APL.
- Maritrans trabaja con CCNI, Maruba, y Hapag Lloyds.
- Granportuaria trabaja con TMM y Sea Board.

Figura 17. Patio de contenedores en Buenaventura



Fuente: fotografía del autor.

Otros pequeños operadores portuarios trabajan con líneas marítimas que manejan pocos contenedores, como es el caso de Cooserpo con líneas marítimas como Evergreen entre otros, siendo la operación terrestre su fuerte

Figura 18. Zona de embarque



Fuente: fotografía del autor.

Logísticamente en el puerto, aparecen cinco etapas para el embarque del azúcar:

1. Ingreso de contenedores vacíos al puerto.
2. Posicionamiento de contenedores vacíos en el área de llenado asignada.
3. Llenado de los contenedores propiamente dicho.
4. Evacuación de los contenedores una vez realizada la operación de llenado.
5. Embarque de contenedores en la motonave.

Figura 19. Panorámica de la sociedad portuaria



Fuente: Fotografía brindada por CIAMSA S.A.

Así, mismo aparecen cuatro etapas para el embarque del azúcar a granel:

1. Ingreso del producto a granel al puerto.
2. Descargue del producto en la bodega granelera.
3. Empaque y etiquetado del producto en las bodegas de CIAMSA S.A.
4. Embarque del producto en la motonave.

Figura 20. Embarque del azúcar en la motonave



Fuente: Fotografía del autor

Figura 21. Sacos de azúcar para exportación



Fuente: Fotografía del autor

4.4.6 Trámites para realizar una exportación en Colombia

A continuación se relacionan los trámites necesarios para ejecutar una exportación en Colombia, aspecto que ejecuta CIAMSA S.A. en representación de todo el sector azucarero.

Remisión de la factura proforma

Luego de que un comprador externo realice una cotización, el exportador deberá suministrar una factura proforma (cotización), con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador. Este documento contiene datos como: la identificación del comprador, su ubicación, validez de la cotización, las cantidades, precio unitario, valor total y las condiciones de la negociación.

Aceptación de las condiciones

El importador en el exterior confirma al exportador colombiano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal, a la remisión de las letras, pagarés o transferencias bancarias por los valores respectivos. Se emite en Original y 2 copias y no puede tener enmiendas ni raspaduras. Su plazo de validez es de 180 días desde que es emitido y no puede tener fecha anterior a la de la emisión de la factura comercial que ampara el embarque.

Confirmación de la carta de crédito

El banco comercial colombiano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que se convenga como garantía de pago y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía. En la actualidad CIAMSA S.A no posee línea de crédito para sus clientes en el exterior.

Factura comercial

Es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial. Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país del importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.

A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge en cierta forma las condiciones acordadas entre las partes.

Lista de empaque

Acompaña generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, su contenido, su peso y volumen así como las condiciones de manejo, medidas y transporte de las mismas.

Contratación del transporte

El exportador contratará el medio y la compañía de transporte más adecuados (en consideración a la clase de mercancía, los costos y las necesidades de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador. Las modalidades de transporte que más se utilizan internacionalmente son el aéreo y el marítimo. En el caso del azúcar, el transporte utilizado es el marítimo, debido al elevado volumen de peso que deben transportar.

Certificación de origen de la mercancía

En caso que el importador requiera certificar el origen de la mercancía, por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino, el exportador iniciará los siguientes trámites para la aprobación del certificado de origen ante Ministerio del Comercio.

Radicación del formulario de registro de productores nacionales, oferta exportable y solicitud de determinación de origen

Este formulario es suministrado en forma gratuita por MINCOMERCIO y debe radicarse en original y copia, junto con copia de Registro Nacional de Exportadores y el certificado de constitución y gerencia si se trata de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de personas naturales, en la ventanilla de correspondencia de las Direcciones Territorial o Puntos de Atención.

Verificación de la información y determinación de criterios de origen

Radicado el mencionado formulario, se verifica la información y se determina el criterio de origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla "Relación de Inscripción y Determinación de Origen". El original de la "Relación de Inscripción y Determinación de Origen" se remite al exportador. La inscripción tiene una validez de dos años.

Radicación y aprobación del certificado de origen el Ministerio del comercio

A través de las Direcciones Territoriales y Puntos de Atención expide los Certificados de Origen para los distintos productos de exportación.

Compra y diligenciamiento de la declaración de exportación

La Declaración de Exportación, DEX, lo expenden las Administraciones de Aduana y en algunas ciudades los almacenes de cadena, el DEX consta de un (1) original y cinco (5) copias y para facilitación del exportador la DIAN ofrece la posibilidad de que el DEX sea utilizado en dos formas.

Solicitud de vistos buenos

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno. Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de los productos.

Presentación de la declaración de exportación (dex) y aforo de La mercancía ante la DIAN

Una vez presentado el DEX con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque. El DEX se presenta junto con los siguientes documentos:

- Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera.
- Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte),
- Factura comercial,
- Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.
- Lista de empaque (si lo requiere)
- Pago de la exportación

Los exportadores, de acuerdo a lo establecido en el régimen cambiario (Resolución 08/00 de la Junta Directiva del Banco de la República) deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, autorizados por el Banco de la República (bancos comerciales y demás entidades financieras), dentro de los plazos consignados en la declaración de exportación, para ello el exportador deberá previamente diligenciar el formulario Declaración de Cambio No. 2, que le entrega en forma gratuita la entidad financiera. El exportador tiene seis meses de plazo para realizar el reintegro de divisas una vez se reciba la transferencia por medio de la entidad financiera.

CAPITULO V

5. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

La información recopilada puede dividirse en tres secciones fundamentales: La obtenida a través del trabajo de campo mediante un proceso de observación arduo, la referida mediante una extensa revisión bibliográfica, la brindada por personal altamente capacitado, en CIAMSA S.A. y en unos de los once ingenios que componen el grupo de accionistas propietarios de CIAMSA S.A.

Observación

Hoy en día es más difícil que nunca concebir desarrollo económico sin comercio exterior. Ya no hay lugar para la utopía de economías cerradas y “desenganchadas” del mercado mundial, que consigan organizar su economía al margen de los dictados de las grandes empresas y de los fondos de inversión. Una de las características de los tiempos modernos es la integración de los mercados nacionales en una vasta red mundial que ofrece muchas innovaciones tecnológicas y organizativas. Quedarse al margen de esa red es el principal problema que tienen hoy los países más pobres de la tierra, porque les supone quedarse estancados en la pobreza y cerrarse al progreso.

La innovación y la tecnología le han permitido a CIAMSA S.A. como comercializadora internacional y agente logístico de los ingenios que componen el sector azucarero, desarrollarse y crecer productiva y económicamente, lo que sin dudas ha traído progreso a la región. Observar la tecnología que manejan tanto en sus oficinas administrativas, como en el puerto de Buenaventura, no solo sorprende, es sinónimo de progreso y pujanza, ya que se trata de la empresa pionera en la Venta del azúcar en el mercado internacional. Por el puerto de Buenaventura se exporta alrededor de un millón de toneladas anuales, equivalentes a la mitad de la producción total de azúcar colombiana.

Los clientes en el exterior le solicitan el azúcar a la comercializadora y esta debe garantizar el producto fresco, recién fabricado y con puntualidad total en los despachos. La comercializadora CIAMSA utiliza los mercados de futuros de Londres y Nueva York para ponerle precio a sus ventas y a las compras de sus clientes. Por esa razón pueden vender a precio fijo u ofrecer a opción de sus clientes la posibilidad de recurrir a las bolsas para establecer sus precios.

El proceso de observación, cuyo formato de recopilación, puede apreciarse en el anexo A, permitió vislumbrar importantes aspectos acerca de la logística utilizada para la exportación de la caña de azúcar, principalmente en el puerto de Buenaventura, sitio donde CIAMSA S.A. posee bodegas destinadas al almacenamiento, empaque y despacho del producto, y donde por su puesto se despachan los pedidos de los clientes internacionales.

En primer lugar se puede observar que pese a lo bien estructurada que se encuentra la logística entre CIAMSA S.A. y los Ingenios Asociados, existe un problema evidente, que dista de lo planteado teóricamente en el proceso logístico, ya que los ingenios no cumplen con las fechas estipuladas para los envíos, al respecto la doctora Katherine Arango, en entrevista realizada, (observar anexo C), encargada del área comercial de CIAMSA, explica que por un problema de organización en los Ingenios azucareros, estos utilizan las primeras semanas del mes para producir lo requerido en el mercado nacional, y solo en la última semana se apresuran a enviar a puerto el azúcar pactado con CIAMSA S.A con gran anticipación, para despachos internacionales, este factor ha generado complejos problemas y retrasos, haciendo que en algunas oportunidades no se le pueda cumplir al cliente internacional con la fecha acordado para el envío.

En segundo lugar se puede evidenciar, la efectividad del proceso logístico que ejecuta CIAMSA S.A. con los Ingenios, factor que ha sido facilitado por la inclusión de las TICS, y la innovación, ya que a través de los programas implementados pueden mantener acceso constante a la situación y ubicación del producto, los requerimientos del mismo y otros interesantes aspectos de la transacción como los precios en los mercados internacionales. Elemento que crea valor agregado al servicio, y evita todo tipo de errores en el proceso de la información, lo que sin duda ha repercutido notablemente en el crecimiento del sector. En relación a este aspecto la doctora Beatriz Montoya, encargada de las ventas internacionales del Ingenio S. A, destaca la importancia que para los ingenios posee CIAMSA S.A. tanto en lo referente a las exportaciones y al ámbito logístico, considerando fundamental el apoyo que brinda esta empresa al sector azucarero.

Por ultimo debe destacarse que Las TICS utilizadas en el proceso de exportación del azúcar, por parte de CIAMSA S.A, se constituyen en elemento vital no solo para la sostenibilidad en el mercado de la empresa, y la adquisición de la ventaja competitiva, también garantizan el adecuado desarrollo del proceso, a través de aspectos como seguridad en la información, el óptimo uso del sistema operativo, la utilización de herramientas de comunicación, organización de documentos, y almacenamiento de información, el máximo aprovechamiento del portal en internet de la empresa, el uso de

diversos programas para controlar el proceso de exportación y el cobro y pago seguro de sus transacciones comerciales en el exterior

Revisión bibliográfica

La información recopilada a través de una extensa recopilación bibliográfica permitió analizar cómo se exporta el azúcar, considerando la posición de los Ingenios, y la de la empresa CIAMSA S. A. como empresa encargada de las ventas internacionales y agente logístico.

Se determinó CIAMSA S.A. en representación del sector azucarero como la segunda empresa que más exporta en el departamento del valle del cauca, por encima de grandes compañías como Colgate Palmolive, Johnson & Johnson, sin duda un lugar privilegiado, ya que la industria posee una alta producción de caña de azúcar, que se ha visto favorecida por inigualables condiciones climáticas, óptimos recursos naturales, mano de obra barata, condiciones de trabajo limitadas y la evaluación del desempeño sólo a partir de indicadores productivos. Ubicarse en el mercado internacional para la empresa ha resultado más complejo que incrementar la producción del sector, Sin embargo gracias al arduo trabajo de la empresa CIAMSA S.A. este objetivo se ha logrado alcanzar.

Conforme a lo planteado, se puede deducir que un factor clave para soportar el crecimiento económico del sector, es la competitividad. La cual no solo se refiere a un concepto de tipo académico e ideológico, ocupa un lugar singular por la relevancia, ya que la innovación representa un factor central para alcanzar el desarrollo económico y la competitividad; es así que CIAMSA S.A. ha logrado la transición de un mercado interno protegido a una economía abierta que exige elevar la eficiencia o salir del mercado, conquistado óptimamente mercados internacionales, como se puede corroborar en la entrevista con la doctora Katherine Arango (anexo C).

En relación a la competitividad y la innovación, los autores Solleiro y Catañon, argumentan: “la base es una organización empresarial capaz de activar la capacidad de aprendizaje e innovación en todas las áreas operativas de una empresa y en redes de colaboración orientadas a la creatividad, apoyadas por diversas instituciones en un contexto institucional con capacidad para fomentarla”²¹

²¹ SOLLEIRO Y CASTAÑÓN, op.cit. 2005

Sin embargo y pese al adecuado desarrollo productivo del sector azucarero del Valle del Cauca, algunos actores del mercado mundial mantienen grandes apoyos y subsidios a su producción, lo que sin duda distorsiona el mercado internacional, ocasionando que se carezca de la libre competencia, ya que las condiciones de los productores no son equilibradas para competir en mercados extranjeros, en relación a este aspecto, Colombia debe mantener unos instrumentos de política que le permitan equiparar dichas distorsiones del mercado internacional que por supuesto no afectan el movimiento del mercado interno de la nación. Elemento que no le resulta extraño a CIAMSA S.A. ya que a través de estrategias altamente competitivas han logrado subsanar este negativo aspecto.

Entrevistas:

Las entrevistas realizadas a Beatriz Montoya Díaz, representante de ventas de exportación del Ingenio Pichichi S. A y a Katherine Arango, encargada del área comercial en CIAMSA S.A. permitieron obtener información muy útil al desarrollo del presente proyecto investigativo, a continuación se evaluará la información recopilada.

En primer lugar debe resaltarse la labor logística y comercial que realiza CIAMSA S.A. para los ingenios azucareros, la importancia de esta empresa es tal que ha logrado posicionarse con éxito en el mercado internacional, a pesar de múltiples factores que ocasionan que la competitividad en dicho mercado no sea equitativa.

Tanto la innovación con las tecnologías de información y comunicación han facilitado que tanto CIAMSA S,A como los ingenios azucareros mantengan en constante comunicación y creen pactos que facilitan las negociaciones internacionales del azúcar, logrando por ende el crecimiento económico del sector.

La percepción que poseen ambas partes del manejo de las TICS, es diversa, ya que mientras los ingenios consideran que el trabajo se ha facilitado enormemente a partir de la utilización de la tecnología, y por ende el flujo de información es constante, CIAMSA S.A. opina que falta mucho por hacer en este sentido, pues a pesar de las múltiples innovaciones realizadas por ellos, los ingenios aún permanecen lejos de imaginar la dificultad que le genera a la empresa el incumplimiento en los envíos de azúcar al puerto de Buenaventura en el tiempo previsto conforme a lo pactado por los medios electrónicos. Es decir no se equipará lo acordado electrónicamente con la realidad lo que en términos reales genera incumplimiento por parte de CIAMSA S.A.

Si bien es cierto que aún falta mucho por hacer en materia tecnológica como lo expone la representante de CIAMSA S.A, también es cierto que la labor comercial y logística que ofrece esta empresa es óptima y los ingenios la valoran enormemente, así mismo los clientes obtienen un adecuado servicio, y un valor agregado al producto, lo que explica el posicionamiento actual que esta empresa posee en el mercado internacional.

La clave del éxito alcanzado por CIAMSA S.A. y el crecimiento del sector azucarero solo son el resultado de un constante proceso de innovación, que ha acompañado esta industria desde muchos años atrás. El crecimiento empresarial evidenciado en el comercio internacional refiere que se ha cumplido con el paradigma ecléctico propuesto

por Dunning, donde convergen las ventajas competitivas, los factores de localización y las ventajas de internalización.

En contexto, la innovación evidenciada en la caracterización de la empresa CIAMSA S.A. da fe de la innovación que ha marcado el desarrollo como una constante, por consiguiente conviene retomar los planteamientos del autor Dossi, quien define la innovación como “la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales”, concepto que pareciera marcar los lineamientos estratégicos de esta exitosa empresa.

6. CONCLUSIONES

Con base a las entrevistas realizadas a Beatriz Montoya Díaz, representante de ventas de exportación del Ingenio Pichichi S. A y a Katherine Arango, encargada del área comercial en CIAMSA S.A. se puede concluir que la influencia de las tecnologías de información y las comunicaciones como lo son el software, Cialinea, Futuros, Nominaciones, en el proceso de comercialización del azúcar ha sido esencial para posicionar al sector azucarero colombiano a nivel internacional; desde la implementación de dichas tecnologías ha resultado clave en el éxito del sector, en diversos ámbitos empresariales y principalmente en el desarrollo del comercio internacional, ya que ha brindado a CIAMSA S.A, la oportunidad de mejorar los tiempos de respuestas en el proceso de exportación, controlar de manera más eficiente el proceso logístico, la comunicación entre dicha empresa, los ingenios azucareros, los clientes y por supuesto los proveedores, Este factor se ve reflejado en la sostenibilidad económica del sector durante los últimos años; un ejemplo claro es el elevado nivel de competitividad de CIAMSA S.A, hoy en día una organización con, la eficiencia y eficacia requerida para brindar al cliente del exterior un óptimo servicio.

Se reconoce que el gran desafío de las empresas modernas se ha enfocado en tener capacidad de respuesta oportuna a los cambios, en el entorno económico en el cual actúan, de este factor depende directamente su subsistencia, aquí juega un papel fundamental la adopción de las tecnologías de información y las comunicaciones.

La venta y comercialización del azúcar, así como el proceso logístico para concretar las exportaciones del producto efectuados por el sector azucarero, se realizan a través de la empresa CIAMSA S.A quien durante muchas décadas ha contribuido enormemente al desarrollo del sector y al crecimiento económico de la región. CIAMSA S.A es propiedad de once de los doce ingenios azucareros que existen en la actualidad, el sector logra mantenerse informado a través del adecuado uso de las TICS, acerca de factores claves como el movimiento de la bolsa, y el precio internacional del producto, así mismo perciben nuevos clientes y se concreta con éxito el proceso de exportación del azúcar, siempre de la mano de la innovación y las tecnologías de información, herramientas que han garantizado el éxito al sector.

Se observa que CIAMSA S.A. ha logrado adoptar de forma acertada la implementación de software como CIALINEA, FUTUROS, y SISTEMA DE NOMINACIONES, entre otros, los cuales han permitido mejorar sustancialmente el tiempo de respuesta en los pedidos, aumentando su competitividad y de igual forma su reconocimiento en el mercado internacional, otro factor importante, consiste en la optimización de recursos

que permiten mantener los niveles de rentabilidad que se verá reflejado en las oportunidades de crecimiento a futuro. La empresa CIAMSA S.A. y en general el sector azucarero es un ejemplo latente de este factor, ya que han logrado con éxito superar las dificultades y agruparse para conquistar nuevos mercados en el exterior.

El caso CIAMSA S.A. es la evidencia de que la implementación de las TICS, les está posibilitando a las empresas darse a conocer en un mercado con un número significativo de potenciales clientes, elementos como programas tecnológicos, correo electrónico, y redes sociales, permiten el contacto permanente con ingenios, proveedores y clientes logrando así acceder a importantes beneficios, por eso CIAMSA S.A trabaja en su página web. www.Ciamsa.com y añade información detallada de sus procesos brindándole de esta forma confianza al cliente.

Hablar de comercialización del azúcar en el mercado internacional actualmente implica referirse a CIAMSA S.A. siendo más conocida que los mismos ingenios, dado su posicionamiento en el mercado. La influencia de las TICS utilizadas por el sector azucarero del Valle, para impulsar y ejecutar sus negociaciones internacionales, es innegable, como lo sustentaran autores como Spencer, o Dunning, el sector azucarero es ejemplo del impacto económico de las redes y las TICS, en el comercio exterior del azúcar, y también de la internacionalización con éxito de una empresa. Dado que a través de diversas estrategias han alcanzado un posicionamiento en mercados extranjeros, como lo formulará el autor Michael Porter, al referirse a los clúster y su integración, marcando la pauta en el crecimiento económico y la competitividad de la región. Además de emplear herramientas como el correo electrónico, y la comunicación telefónica.

Pese a la complejidad del mercado internacional del azúcar el cual carece de igualdad competitiva siendo controlado por las potencias, el arduo trabajo de CIAMSA S.A. así como la alta calidad del producto le han permitido ubicarse óptimamente en el mercado internacional, para ello ha desarrollado un complejo proceso logístico, que cubre todo el proceso de exportación, garantizando el cumplimiento al cliente internacional, que incluye el control de requisiciones, coordinación con los ingenios para el envío al puerto del azúcar, la recepción del producto en el puerto, el bodegaje, los trámites aduaneros, el empaque y embalaje del producto en la motonave, y la vigilancia y coordinación del producto con la línea marítima, hasta ejecutar la entrega al cliente internacional.

CIAMSA S.A. en la actualidad se encuentra en proceso de expansión internacional, y pese a su adecuada infraestructura tecnológica, que le permite comunicarse en tiempo real con clientes, ingenios y proveedores, considera que falta mucho por hacer en esta

área, con miras a subsanar falencias como las presentadas en el análisis en relación con las demoras en las entregas por parte de los ingenios, al colocar el azúcar en el puerto de Buenaventura.

7. RECOMENDACIONES

Los expertos en comercialización concuerdan en que la forma de hacer negocios ha sido revolucionada por las TIC. Por lo que no es difícil predecir que aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que no adopten estas iniciativas, no podrán persistir mucho tiempo más ya que resulta imposible pensar el desempeño de una compañía sin ellas.

Implementación de redes sociales y páginas web como herramientas tecnológicas que hoy día alcanzan una importante función comercial para dar a conocer la empresa, el portafolio de sus productos y la manera más directa para abrir y cerrar negocios,

Utilización de herramientas para optimizar recursos, la apertura de nuevos mercados, y aumentar considerablemente su eficiencia.

Las organizaciones deben comprender por la implementación de distintas herramientas tecnológicas o estrategias que le permitan alcanzar sus objetivos en aras de adquirir ventajas competitivas respecto a las competencias.

Las tics permiten recopilar información y llevar a cabo tratamientos y análisis de la misma como apoyo para la toma de decisiones.

El uso de las TICS como herramientas tecnológicas para el desarrollo y automatización de los procesos empresariales, llegando a más clientes, adquiriendo información más profunda sobre estos para ofrecer sus productos de calidad y adaptarlos a sus necesidades.

BIBLIOGRAFIA

ARBELÁEZ, M. A.; Estadio, A. y Olivera, M. Impacto socioeconómico nacional y regional del sector azucarero colombiano. Cuadernos de Fedesarrollo, 2010. 31,17-44. ASOCAÑA. Informe anual 2016.

ASOCAÑA. Informe Anual, Aspectos Generales del sector Azucarero. 2015

DANE. Informe de Exportaciones, importaciones y balanza comercial DE 1958 -2013.

DOSSI. Technical Change and Economic Theory. Pinter Publishers 1988

DRUCKER Peter. La innovación y el empresario Innovador. Editorial Norma. 1986

LUNDVALL & Lorenz, On the role of social investment in the learning economy: a European Perspective, 2009

METCALFE, The Stakeholder Corporation. 1998.

SOLLEIRO y Castañón. Competitividad y sistemas de Innovación: Los retos para la inserción de México en el Contexto Global. Revista, 2005. Iberoamericana, vol. 5, pp. 15. Referencia en Línea.

Recuperado en: <http://www.oei.es/salactsi/solleiro.pdf2005>

SPENCER, L.M., Spencer, S.M. Competence at work. Models for superior performance. John Wiley & Sons, Inc., New York. 1993.

URREA Giraldo, Fernando, y Murillo, Guillermo. "Nuevas Tecnologías y Acción Sindical en la Gran Industria del Valle del Cauca según Estilos de Relaciones Industriales y las Dinámicas de la Reforma Laboral y la Apertura Económica de la Administración Gaviria". En Cambio Técnico, Empleo y Trabajo en Colombia ; págs. 91-116. Rainer Dombois y Carmen Marina López, editores. Fescol, Bogotá, 1993.

WATERMAN Nick Principal-Agent Models: An Expansion? 1998

ANEXOS

ANEXOS

Anexo A. Diario de observación

REGISTRO DE OBSERVACION

FECHA	LUGAR	MOMENTO
ACTORES IMPLICADOS	ESPECTADORES	
SITUACIÓN PRESENTADA	ACTUACIÓN	OBSERVACIONES DE LOS INVESTIGADORES

Anexo B. Entrevista a la representante de ventas de exportación del Ingenio Pichichi s.a.



Doctora Beatriz Montoya
Representante de ventas de exportación Ingenio Pichichi S.A.

1.Cuál es la función del departamento de comercio Exterior, en el Ingenio Pichichi?

Mi nombre es Beatriz Montoya Díaz, yo soy representante de ventas de exportación, somos un ingenio que tiene una parte de exportación. Está establecido en el Ingenio el 60% es para la parte de exportación y el 40% para el mercado nacional.

2. ¿Qué significa CIAMSA S.A, para su empresa, y que papel desarrolla al hablar de comercio internacional?

CIAMSA S.A. para los Ingenios es la Comercializadora Internacional, de propiedad de once ingenios. ¿Qué se hace con Ciamsa?, ellos tienen toda la parte logística, tienen su infraestructura en Buenaventura, a la vez tienen su CIAT directamente que es SERCODEX. ¿Cuál es la función de Ciamsa? Ellos ofertan...ósea nos mandan cierta cantidad de azúcar a cada ingenio. Como somos tan pequeños no podemos abastecer una cierta cantidad de azúcar a los compradores, como son ofertas muy grandes entonces nos dirigimos directamente a CIAMSA, por ejemplo, tenemos un cliente que solicita 250.000 toneladas, de azúcar de X calidad, entonces les indicamos que llame a la comercializadora internacional, entonces CIAMSA, publica los volúmenes, "Ingenios tenemos 250.000 toneladas de calidad digamos tipo A, y nos dicen, tenemos cierta disponibilidad quienes desean participar. Entonces los diferentes ingenios, por ejemplo Pichichi dice yo voy a ir con 3.000 toneladas, y así se recoge el volumen entre los diferentes ingenios y allí ya le salen ofertados al comprador.

CIAMSA S.A, soporta también en la parte de los precios internacionales, ellos con toda la infraestructura que tienen en Buenaventura montada, son los expertos en la parte del azúcar, tienen la tecnología y son expertos en aspectos como el embalado, de carga suelta, en sacos y también es por la confianza que tenemos ante ellos para cubrir el envío en puerto y todo eso. Eso significa CIAMSA S.A para nosotros como una estrategia para abarcar mercados internacionales.

3. ¿Cómo desarrolla el Ingenio Pichichi, las operaciones correspondientes para la comercialización del azúcar, a través de CIAMSA en el mercado internacional?

No....no, ellos si tienen diferentes plataformas, por ejemplo para la parte de ofertas ellos tienen un sistema que le mandan a todos los gerentes comerciales como un software donde ellos tienen establecidos, donde nos dicen tienen cuatro horas para poder participar de esta oferta, ya los diferentes gerentes comerciales dicen participamos con x cantidad de azúcar, y automáticamente nos mandan unos contratos por esas cantidades, adicionalmente tienen un sistema de Cialínea donde se montan todas las situaciones de exportaciones, todo lo que yo tengo nominado para el mes, allí se ve por motonave, cuando va a salir, cuando se va a embalar, que cantidades yo tengo, es toda esta parte. Y es un sistema que se llama Cialínea, adicionalmente también tienen un sistema de la parte de Futuros, allí se ve como se colocó el producto, y a qué precio, cuando expira y toda esa parte. La parte de Cialínea la manejo directamente.

Existen diversas modalidades de exportación, unas que son directamente CIAMSA S.A, que son las ofertas que ellos me mandan, y otras que son directas por medio de CIAMSA S.A., estas últimas funcionan, así, Pichichi hace la negociación directamente con el cliente y el cliente me manda la nominación, la cual se sube en un sistema de nominación especial para que sea reflejada en este formato, porque también hay un sistema de nominaciones en el cual montamos todo, que motonaves, que cantidades, que calidades, que se va a hacer, que documentación necesito y este también es un sistema que maneja directamente CIAMSA, ese sistema se ve condensado en el uso de línea.

El manejo de control de vehículos se manda, se maneja a través de un estado diario de bodegaje, en el cual se explica que vehículos se están mandando para Buenaventura y para que motonave van.

En la parte comercial, lo único que se hace es nominar, y yo digo, te nomine 250 toneladas de un tipo A la cual sale el diecisiete de Marzo, entonces automáticamente nos comunicamos con Bodega, y se les dice, tenemos 250 toneladas de calidad tipo A, las cuales vamos a mandar para puerto, tenemos que tenerlas el 17 de Marzo, él se comunica con la parte de producción, y coordina la producción de esta calidad, y empieza a enviar a Buenaventura, ya en puerto, mandan la relación y para que motonave iba, y para que entrega es, todos estos datos se consignan en la Remisión. Continúa enviando producto hasta que completa la entrega.

4. ¿Ustedes gestionan o realizan exportaciones directamente sin acceder a los servicios prestados por CIAMSA?

Si, nosotros también hacemos exportaciones directas, pues en estos momentos solo lo estamos haciendo con un solo cliente, les enviamos por vía terrestre, por la parte del Ecuador, pero por lo regular siempre usamos a CIAMSA S.A., ¿Por qué?, pues porque es nuestro operador logístico, el cual cuenta con toda la infraestructura realizada y además en la parte de costos es mucho más favorable, entonces por eso se utiliza principalmente a CIAMSA S.A.

5. ¿Qué medios de tecnología, información y comunicación (TICS), son requeridos para la negociación a través de intermediarios, (CIAMSA), en el proceso de comercialización del azúcar? (Nota favor mencionar programas, aparatos tecnológicos y todo lo referente a la sistematización).

Por lo regular tenemos una parte, en la cual nos llegan muchas solicitudes de producto, necesitamos azúcar para tal destino y de tal calidad, y no la manda directamente la parte de comunicaciones, a través de los sistemas de información. Diariamente por teléfono, o por las páginas envían las solicitudes de todas las calidades, refino, costo, pero día a día.

6. ¿El azúcar es toda para exportación, o también se destina para uso nacional?

No, el azúcar es dividida, 60% para exportación y 40% para consumo nacional.

7. Mencione en manera holística, los principales aportes que según su criterio han brindado las TICS en el desarrollo del Comercio Internacional, para el Ingenio Pichichi.

En esta parte es la organización, por ejemplo, el sistema Cialínea, nosotros a diario llamábamos a CIAMSA S.A., ahora con este sistema lo que hacemos es generarlo al inicio del día, si esta la nominación, cuando se tienen que mandar el azúcar, cuando se va la motonave, cuando fue la parte del cierre documental físico, toda esta parte, ósea, es como la organización entre CIAMSA S.A. y nosotros, y también permite evitar tantas llamadas telefónicas. A veces se quedaban las nominaciones, porque ellos no lo tenían reportado, es como tener mayor control tanto en la parte de despachos como en la parte comercial.

8. Explique ¿cómo influyen las TICS, en las transacciones comerciales y cuáles son los principales problemas que suelen presentarse en el desarrollo de dichas actividades?

Todo lo que se ha hecho con CIAMSA S.A. y con los Ingenios, brinda la posibilidad de ir mejorando, por ejemplo, este sistema se hizo con el propósito de no generar retrasos, en la parte de exportaciones, ser muy eficientes en el área del despacho, porque antes se mandaba el azúcar y utilizaban a CIAMSA como una almacenadora, ahora no, es un justo a tiempo, ya que cuando llega el azúcar es para tal motonave, y para tal fin ha contribuido mucho.

9. Puede usted sustentarnos a través de cifras cual ha sido el beneficio de la utilización de las TICS, en los procesos de comercialización del azúcar en el mercado internacional.

De uno a diez, calificaría como nueve el uso de las TICS, todo este desarrollo ha sido fundamental, en todos los sentidos, porque ya no se necesita llamar a CIAMSA S.A., ya que toda la información está a la mano y en línea. Lo bueno con la parte de nominaciones es que lo hace el cliente, no lo hacemos ni siquiera nosotros, ellos piden la documentación que necesitan la motonave que es y todo, uno lo aprueba para ver si lo puede cumplir y se manda directamente a CIAMSA S.A, gracias a este sistema Cialínea, y se evitan errores en la documentación, todo es más preciso y más seguro. Anteriormente el cliente mandaba un texto y se transcribía, en cierta parte, y en ese proceso se pueden omitir datos, en esa parte ya hay cero errores.

10. ¿Existe un precio internacional del azúcar, como maneja esta situación para la comercialización del azúcar el Ingenio Pichichi?

Nosotros tenemos a nivel mundial un número once, para pichichi, por lo que nosotros no tenemos refino, ya que este es con Londres. Pero para los que son blancos, blanqueadores somos con el mismo once, y esto es a nivel mundial ante la bolsa. Se coge ese precio, si hoy voy a negociar, miro como esta ese número once, y adicionalmente para ciertos destinos hay unas primas, que se manejan ya sean para blancos, para crudos y para refinados, entonces si es por ejemplo para el Ecuador, se toma el precio del mercado mundial, y se habla con CIAMSA S.A., ya que ellos tienen la plataforma donde recogen toda la información a nivel mundial de cómo está el mercado, porque se altera, por que disminuye, ellos en la semana nos manda dos o tres reportes de por qué está pasando, esos factores que alteran el precio, entonces cogemos el número once más esas primas. Esas primas son un factor diferencial entre la bolsa de Londres y la de Nueva York,

Por ejemplo: Hoy está el número once a 20 centavos, y nosotros lo multiplicamos por un factor que es 22.0462, esto me da un 440. Supongamos que las primas estén hoy a 85. Entonces decimos que el precio es de 525 dólares por tonelada, estos valores son por tonelada, y así se establecen los precios. Basados en el precio a nivel mundial como esté.

11. Para concluir, explique qué aspectos resultan vitales para que las empresas puedan comercializar con éxito, sus productos en el mercado internacional.

Que te digo, creo que día a día deben utilizar las herramientas que se están desarrollando, Aquí internamente se ha visto la parte de la tecnología, estar también como revisando como está el mercado hacia donde está yendo, por ejemplo nosotros que somos expertos en crudo, debemos revisar hacia donde está la tendencia, a que precios está. Así como la utilización de las herramientas que se tienen hoy día, así como la parte de costos cuando uno va a exportar, ya que eso es vital en cualquier negociación. Toda la parte logística corresponde a CIAMSA S.A. y para los ingenios resulta muy favorable.

Anexos C. Entrevista a la representante del área comercial de CIAMSA S.A.



Doctora Katherine Arango
Representante del área comercial CIAMSA S.A.

1. ¿Cuál es su nombre y cargo dentro de la organización?

Mi nombre es Katherine Arango, soy la encargada de la parte comercial, pero hasta hace unos meses era la encargada del sector logístico en la empresa, por ello le puedo apoyar con toda la información.

2. ¿Explíquenos como nace CIAMSA S.A. y cuál es su propósito en el sector azucarero?

CIAMSA S.A. nace hace 54 años pero no nace como CIAMSA S.A. si no como COLNIEVES, la necesidad de los ingenios era que después de la producción de azúcar sale la melaza y ellos necesitaban que todos los excedentes de melaza que manejaban para la exportación igualmente todos los excedentes de granel, entonces CIAMSA S.A. nace, porque todos los ingenios tenían la necesidad de consolidar esos volúmenes de granel y de melaza para poderlos exportar, porque hace 54 años el manejo no era en contenedores si no que era en buques graneleros, entonces el volumen de un solo ingenio no daba para que cada uno lograra chatear un buque, si no que entre todos lograran consolidar un buque y así hacerlas contrataciones, así que consolidaban la carga y la vendían.

3. ¿Cuál es la función del departamento de comercio Exterior, en CIAMSA S.A.?

Esta compañía se divide en dos, de una vez te voy surtiendo una de las preguntas, entonces tiene dos finalidades. Uno ser la comercializadora internacional de azúcares y mieles, lo que significa que CIAMSA, compra azúcar a los ingenios y lo comercializa en el mercado internacional, esa es la primera finalidad, comercializar, la otra finalidad de CIAMSA sería ser el operador logístico de los ingenios. Pues los dueños de CIAMSA son todos los Ingenios. Tiene en Buenaventura una infraestructura bastante grande dentro del terminal marítimo de la sociedad portuaria, tenemos tres bodegas especializadas en azúcar, entonces nosotros en el tema logístico nosotros tenemos que ser el operador logístico para los ingenios en sus ventas directas y ser el operador logístico para la misma CIAMSA S.A.

Entonces nosotros que hacemos, a través del sistema directo de nominaciones nos damos cuenta cuales son los requerimientos de exportación, entonces ahí empezamos a planificar de acuerdo a la fecha de la motonave de acuerdo al cierre documental, empezamos a coordinar los despachos de azúcar desde los ingenios hasta Buenaventura, esos despachos de azúcar los hacen en vehículos tracto camiones o en volvos, aproximadamente estamos recibiendo un promedio de cien a ciento veinte vehículos diarios entre todos los ingenios, se descarga el azúcar tenemos una bodega transitoria que máximo allí podría estar la carga dos días, coordinamos el embalaje de contenedores.

Para poder validar ese embalaje de contenedores nosotros nos estamos comunicando diariamente con las líneas marítimas, dependiendo de la negociación que tenga cada uno de los clientes compradores de azúcar, numero de buque, que tenga la disponibilidad de los equipos, que ingresen los contenedores, y en fin estamos coordinando toda esa operación logística, como quien dice estamos coordinando paralelamente, uno el despacho de azúcar de los ingenios, ya que coordinamos el despacho de acuerdo al cutor de la motonave, el cierre documental y estamos monitoreando también con las líneas marítimas las disponibilidades de contenedor.

Por lo regular en las ventas de azúcar se maneja bajo termino EPOG y EPTA, digamos que son el 60 0 70% de las exportaciones. Como quien dice los ingenios no contratan el flete marítimo, no contratan el transporte internacional, sino que lo está contratando el comprador de azúcar, entonces nosotros validamos con las líneas, ellas muchas veces confirman esos buques en Estados Unidos , en Europa, que es donde están ubicadas las grandes tasas operadoras y otra realidad es en

Buenaventura, de si tienen o no la disponibilidad de equipos, entonces nosotros estamos monitoreando con las líneas, les estamos retroalimentando, nuestros requerimientos, les informamos, miran diariamente estoy necesitando que ustedes me vayan entregando tantos equipos en Buenaventura, y así logramos la coordinación logística, nosotros tenemos que velar que tengamos todos los insumos para poder ejecutar una programación de embalaje.

4. ¿Cuándo se refiere a coordinación logística, desde los ingenios, son ellos quienes deben transportar el azúcar hasta el puerto, o poseen alguna estrategia con bodegaje preparado para tal fin?

No, no se cuenta con ninguna bodega estratégica, de hecho las bodegas de los ingenios son pequeñas, por eso ellos lo que producen lo van despachando al día siguiente ya que ellos no mantienen inventarios permanentes en sus bodegas, no, ellos producen exactamente lo que venden, lo que van a vender en el mercado nacional y lo que van a exportar.

Actualmente tenemos dos bodegas una de Buga y otra en Palmira, pero en la bodega de Palmira no mantenemos azúcar, y la de Buga es manejada para fertilizantes, de hecho la bodega de Palmira no la manejamos para los ingenios, se hizo hasta el año 2009, y tuvimos inventarios de azúcar, pero ahora es algo muy esporádico digamos en este momento la tenemos para maíz, es otra unidad de negocios que tenemos nosotros en servicio logístico a terceros. Mientras que la bodega de Buga es especializada netamente en fertilizantes, porque nosotros también importamos fertilizantes para los ingenios y para todo el sector agroindustrial, hacemos unas mezclas, empacamos y comercializamos a nivel nacional.

5. ¿Cómo se maneja el proceso de comunicación, con los ingenios y qué papel juegan las Tecnologías de Información y Comunicación en el desarrollo del mismo?

Nosotros con los ingenios manejamos la comunicación de forma normal, telefónicamente y a través de correo electrónico. lo que pasa es que ellos tienen una aplicación que se llama Cialínea, nuestra plataforma es A y hay una aplicación especial donde ellos pueden ingresar e ir monitoreando sus inventarios, entonces ellos ven en línea que inventario tienen y cuantos vehículos están pendientes por descargar o que vehículos son los descargados, cuantos contenedores hemos embalado de acuerdo a sus compromisos es decir de acuerdo a la exportación programada que tengan con determinado contador de azúcar.

Entonces por un lado ellos tienen Cialinea y diariamente hay tres personas en Buenaventura que se encargan de estar retroalimentando los ingenios de cómo van sus nominaciones, sus compromisos. El sistema de nominaciones para la recepción de nominaciones, pero ese trámite o lo hace el ingenio o lo hace directamente el comprador de azúcar, ellos ingresan a nuestra página web y allí registran la exportación que desean realizar a través de nosotros.

6. ¿Cómo se da a conocer CIAMSA en el exterior, y cuál es el proceso de comunicación, con sus clientes?

Nosotros de hecho somos más reconocidos en el exterior que los mismos ingenios, la imagen internacional del azúcar es CIAMSA S.A., porque nos conocen más primero que todo a nivel de consolidación y administración de cuotas internacionales, cuota americana, cuota europea, todo eso es administrado por CIAMSA, porque CIAMSA como tal tiene que consolidar los volúmenes de cada ingenio, porque ellos dicen ah bueno pueden llegar al país tantas toneladas, entonces, pues para que no anden por ahí como se dice rueda suelta, entonces CIAMSA S.A. a través del ministerio se encarga de administrar esas cantidades que deben exportar, y segundo que a través de los VR conocimiento de embarque, todos los VR salen como chic.

7. Considerando que CIAMSA S.A cuenta con clientes de la talla de EDF MAN, SUCDEN AMERICAS, CARGILL, COMMODITY SPECIALIST, sería conveniente que nos explicaran cómo se realizan las transacciones comerciales con dichos clientes y que tipo de Tecnologías de Información y comunicación utilizan para tal fin.

Estos clientes varían de acuerdo a como este el mercado y dependiendo de cómo este la posibilidad de exportación como cualquier negocio, no son clientes que se encuentren asegurados.

8. ¿Cuáles son los principales puntos de envió en el exterior, a los que CIAMSA S.A. despacha el azúcar y que políticas manejan para realizar negociaciones con clientes nuevos

El 50% de las exportaciones de azúcar en general son para Perú y Chile, aunque Perú últimamente ha tenido un comportamiento muy importante. Se tiene una sucursal en Perú, y se llega con el fin de incrementar las ventas, ya que Perú es el mercado más atractivo para los ingenios, porque ellos pagan el precio no tanto al valor que este en producción, si no al valor que este el mercado nacional, y siempre

el comportamiento del mercado nacional va a ser más alto que el del mercado internacional.

Obviamente los ingenios le apuntan a maximizar sus utilidades, en este caso Perú es uno de los países que mejor paga, claro que en Perú también hay un productor de azúcar, pero ellos aún no tienen refinería, ellos sacan crudos, y en ese país lo que más solicitan es los refinados. CIAMSA S.A. busca expandirse a otros mercados.

9. ¿Cuál es el debido proceso que realiza CIAMSA S.A. para la comercialización del azúcar, en el mercado internacional?

Cuando se tienen requerimientos de compra, primero que todo nosotros tenemos que conocer al cliente si, que no tenga ningún inconveniente internacional, segundo se revisan las necesidades en cuanto a que tonelaje quiere, pues por que en ocasiones hacen requerimientos que la industria no está en capacidad de suplir, cuando se confirma que es un cliente serio y que puede responder, por ahora CIAMSA S.A. no está dando líneas de crédito, si no que el cliente tiene que dar un anticipo bastante grande, y dependiendo del tipo de cliente entonces más adelante se pueden mirar cupos de crédito, pero mientras es un cliente nuevo se le pide el anticipo para poderle despachar.

Pero obviamente todo requiere previo estudio, se mira si hay la disponibilidad de azúcar, si está en la capacidad. Se revisa quien tiene mejor negociación con la línea para decidir.

10. ¿Cuenta CIAMSA con una capacidad instalada para cumplir con los requerimientos de los clientes internacionales?

Nosotros tenemos una capacidad instalada en Buenaventura, que durante el primer semestre del año los volúmenes de azúcar no son muy altos y en el siguiente semestre, principalmente octubre es el mayor pico de importación, entonces nosotros manejamos un estándar en el que el cliente debe revisar la nominación con días antes de LETA. Si el cliente hace un requerimiento menor a los diez días antes de LETA.

Se revisa la línea marítima y las disponibilidad del producto porque una cosa es que diga yo quiero comprar ya, y otra cosa es que el ingenio tenga el producto

disponible, la capacidad nuestra, todos esos aspectos se revisan para ver si estamos o no en capacidad.

11. ¿La empresa CIAMSA ha tenido que importar azúcar en algún momento para cumplir con los requerimientos de los clientes?

CIAMSA S.A. siempre ha sido el intermediario de las exportaciones de los ingenios, sin embargo en algún momento se importó, pero fue para abastecer el mercado nacional, así que fuimos como el puente, para que los ingenios lograran abastecer el mercado nacional, como fue la época del paro de corteros en el año 2008, y también cuando se presentaron las inundaciones, a nivel nacional, que se hizo una importación de azúcar para abastecer el mercado nacional, pero para exportar jamás se ha importado el producto.

12. Siendo la empresa CIAMSA S.A. la encargada de coordinar la logística, para los ingenios, ¿son ustedes también los encargados de abastecer los vehículos necesarios para el transporte del producto al producto?

Cada ingenio debe abastecer sus vehículos, lo que sucede es que las necesidades de los ingenios son muy grandes a nivel de despachos, ellos trabajan con todas las empresas de transporte, no se pueden casar con ninguna porque no hay como y ellos se encargan de hacer la contratación de las empresas de transporten y ya ellos les hacen llegar el producto a CIAMSA S.A. allá en Buenaventura y ya en el puerto nosotros nos encargamos de todo.

13. Teniendo en cuenta que CIAMSA S.A. oferta azúcar crudo a granel o en sacos, además de distintas variedades, y presentaciones, ¿Cuál es el producto más solicitado en el mercado internacional?

Los sacos de cincuenta kilos es la presentación que más se exporta.

14. ¿Qué medios de tecnología, información y comunicación (TICS), requiera el departamento de Logística de exportación, para la comunicación con proveedores y clientes, en el proceso de comercialización del azúcar? (Nota favor mencionar programas, aparatos tecnológicos y todo lo referente a la sistematización).

Principalmente utilizamos correos y llamadas telefónicas, y en internet con las líneas marítimas que creo yo son el proveedor más grande que tenemos, debemos poder

acceder a sus páginas web, para realizar las reservas a través de las páginas Web de cada línea.

14. ¿Qué medios de transporte han implementado a lo largo de la historia de CIAMSA, para la exportación del azúcar?

Básicamente siempre ha sido marítimo, tuvimos una exportación aérea en el 2011, pero esa fue por requerimiento de Bolivia, porque se quedó sin azúcar, entonces el presidente de Bolivia Evo Morales, envió los aviones pero porque era una necesidad urgente, ellos no podían esperar a que les llegara en dos semanas el producto, entonces ellos ante la urgencia despacharon esos aviones, y en un avión escasamente alcanzaron a ir 52 toneladas, equivalen a casi tres contenedores, porque el azúcar es más de peso, y si es el caso toca enviar por vía Marítima.

15. Mencione como influyen las Tecnologías de información y Comunicación, en las transacciones comerciales internacionales y cuáles son los principales problemas que suelen presentarse en el desarrollo de dichas negociaciones.

La tecnología aquí es normal, correo electrónico, página web, principalmente para el registro de las nominaciones, pero diría que nos falta avanzar mucho más en ese aspecto ya que algunos trámites aun resultan difíciles de realizar.

16. Para concluir, explique según su experiencia ¿Qué aspectos resultan vitales para que las empresas puedan comercializar con éxito, sus productos en el mercado internacional?

Mira en todo este tema de la industria azucarera lo que si se requiere es organizar las necesidades del cliente, el cual siempre quiere el producto ya, pero hay una capacidad instalada, ya que los ingenios a veces se comprometen con demasiado volumen sin tener el producto, y eso nos causa muchas dificultades para la planeación. Por ejemplo hay ingenios que vendieron 2.000 toneladas del producto pero no lo tienen, entonces como el proceso de producción de azúcar es tan corto, estamos hablando de 48 horas, estamos hablando de corte de caña, producción y despacho al puerto, entonces todos llegan a última hora, entonces a última hora coordinar despacho de contenedores vacíos, embalaje en la entrega, entonces eso es lo que más causa desorden muchas veces no cumplimos, logísticamente porque todos llegando a última hora. Tenemos cuatro semanas del mes, entonces la primera y segunda semana son relativamente baja, la tercera semana se sube, la cuarta se sube más, ya que todos quieren exportar en esa última semana, porque en las dos primeras semanas los ingenios casi no asignan sus disponibilidades de

azúcar para la exportación si no para el mercado nacional, entonces esa es una de las grandes desventajas que tenemos y para ser más competitivos en el mercado internacional deberíamos ser como más organizados en eso.

17. ¿Ustedes han realizado negociaciones a través de bróker?

Si, casi todas las negociaciones son a través de bróker.

Anexos D. Fotografías trabajo de campo.

Fotografías del Ingenio Pichichi S.A





FOTOS DE CIAMSA S.A. CALI



FOTOS DE CIAMSA S.A. BUENAVENTURA







CIAMSA BUGA

