

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

POR:

LILIANA FLOREZ

CÓDIGO 200727003006

LINA PATRICIA SILVA

CÓDIGO 200720010006

PROYECTO DE GRADO

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN CON ENFASIS EN MERCADO

MEDELLIN-COLOMBIA

UNIVERSIDAD EAFIT

AÑO 2009

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
1. OBJETIVOS	7
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
2. INTRODUCCIÓN	8
2.1 DEFINICIÓN DE CONSTRUCCIÓN	8
2.1.1 Técnicas tradicionales	8
2.1.2 Construcción modular	8
2.2 FASES DE LA CONSTRUCCIÓN	8
2.2.1 Anteproyecto:	9
2.2.2 Proyecto	9
2.2.3 Entrega de los proyectos.....	10
2.3 MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	10
2.3.1 Orígenes de los Materiales	11
2.3.2 Características de los Materiales	11
2.3.3 Regulación.....	12
2.3.4 Nomenclatura	12
2.3.5 Tipos de Materiales.....	13
2.4 NUEVAS TENDENCIAS DE LA CONSTRUCCIÓN	17
2.4.1 Tendencias en el proceso de construcción	18
2.4.2 Tendencias ambientales	18
2.4.3 Tendencias arquitectónicas	20
2.4.4 Tendencia de los Materiales	20
2.5 MAQUINARIA PARA LA CONSTRUCCIÓN	22
2.6 EMPRESAS RELACIONADAS CON EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN	23
2.7 OPORTUNIDADES.....	24
2.7.1 Definición de oportunidad	24
2.7.2 Tipos de oportunidades:	24

2.8	METODOLOGÍA	26
2.8.1	Las 5 fuerzas de Porter	27
2.8.2	Cadena de valor	28
3.	PAISES A ESTUDIAR.....	30
4.	PANAMÁ	34
4.1	POBLACIÓN Y GEOGRAFIA	34
4.1.1	Población.....	34
4.1.2	Análisis de la Economía.....	35
4.1.3	Desempleo	36
4.1.4	Situación 2008 y perspectivas para 2009.....	36
4.2	COMERCIO EXTERIOR.....	37
4.2.1	Balanza Comercial.....	37
4.2.2	Balanza Comercial en el Sector de la construcción.....	38
4.2.3	Comportamiento de las Importaciones	38
4.2.4	Comportamiento de las exportaciones.....	39
4.2.5	Análisis del Intercambio Bilateral con Colombia	41
4.3	ACUERDOS COMERCIALES	42
4.3.1	Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) entre Colombia y Panamá	42
4.4	COMERCIALIZACIÓN EN PANAMÁ	43
4.4.1	Agentes, Distribuidores y Socios	44
4.4.2	Franquicias	45
4.4.3	Licencias y Joint Ventures	45
4.5	MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	46
4.5.1	Distribución.....	46
4.5.2	Técnicas de Mercadeo	46
4.6	LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA	47
4.7	LOGISTICA Y TRANSPORTE	47
4.8	INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN EN PANAMÁ	49
4.8.1	Competencia y Barreras De Participación.....	50
4.9	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	51
4.10	CADENA DE VALOR.....	53

4.11	OPORTUNIDADES PANAMA	54
4.11.1	Gestión del desarrollo inmobiliario para panameños	54
4.11.2	Gestión del desarrollo inmobiliario para inversionistas:	54
4.11.3	Gestión del desarrollo de turismo:	55
5.	ARGENTINA.....	56
5.1	POBLACIÓN Y GEOGRAFIA	56
5.1.1	Población.....	56
5.1.2	Análisis de la Economía.....	56
5.1.3	Desempleo	57
5.1.4	Perspectivas para 2009, Enfocada en la crisis actual.....	57
5.2	COMERCIO EXTERIOR.....	59
5.2.1	Balanza Comercial.....	59
5.2.2	Balanza Comercial en el Sector de la construcción.....	60
5.2.3	Comportamiento de las Importaciones	61
5.2.4	Comportamiento de las exportaciones.....	62
5.2.5	Análisis del Intercambio Bilateral con Colombia	63
5.3	ACUERDOS COMERCIALES	64
5.3.1	Requisitos para entrar productos a Argentina.....	65
5.4	SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN ARGENTINA.....	66
5.4.1	El empleo dentro de la Industria de la Construcción.....	69
5.4.2	Mercado Inmobiliario dentro de la industria de la Construcción.....	70
5.4.3	Perspectivas para el sector de la construcción.....	72
5.4.4	Materiales de la construcción en Argentina	73
5.5	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	75
5.6	CADENA DE VALOR.....	77
5.7	OPORTUNIDADES.....	78
6.	HONDURAS.....	81
6.1	POBLACION Y GEOGRAFIA	81
6.1.1	Población.....	81
6.1.2	Análisis de la Economía.....	82
6.1.3	Desempleo	82

6.1.4	Perspectivas para 2009, Enfocada en la crisis actual.....	83
6.2	COMERCIO EXTERIOR.....	84
6.2.1	Balanza Comercial.....	84
6.2.2	Balanza Comercial en el Sector de la construcción.....	85
6.2.3	Comportamiento de las Importaciones	86
6.2.4	Comportamiento de las exportaciones.....	87
6.2.5	Análisis del Intercambio Bilateral con Colombia	88
6.3	ACUERDOS COMERCIALES	89
6.3.1	Protocolos Modificatorios del Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de Colombia y la República de Honduras	89
6.4	MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	90
6.4.1	Distribución	90
6.4.2	Franquicias	91
6.5	LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA	92
6.6	LOGISTICA Y TRANSPORTE	93
6.7	INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN EN HONDURAS.....	93
6.7.1	El empleo en la industria de la construcción	94
6.7.2	Mercado Inmobiliario dentro de la industria de la Construcción.....	95
6.7.3	Materiales de la construcción en Honduras	96
6.7.4	Perspectivas para el sector de la construcción en Honduras	96
6.8	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	98
6.9	CADENA DE VALOR.....	100
6.10	OPORTUNIDADES.....	101
6.10.1	Construcción de Infraestructura básica	101
6.10.2	Abastecimiento de bienes de consumo	101
6.10.3	Crecimiento de ciudades principales	102
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
8.	BIBLIOGRAFIA	106

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balanza económica para los algunos productos claves del sector de la construcción	33
Tabla 2. Tendencia al crecimiento para el sector	33
Tabla 3. Tratados de libre comercio	33
Tabla 4. Participación de la Población en las principales ciudades.	34
Tabla 5. Balanza comercial Panamá.....	37
Tabla 6. Balanza comercial año 2007 en el sector de la construcción.....	38
Tabla 7. Los principales productos de exportación de Panamá.....	40
Tabla 8. Comercio bilateral entre Panama y Colombia.....	41
Tabla 9. Inversión pública, inversión privada local e inversión extranjera.....	49
Tabla 10. Balanza comercial de Argentina	59
Tabla 11. Balanza comercial de Argentina en el sector de construcción año 2007.....	61
Tabla 12. Comercio Bilateral entre Argentina y Colombia.....	63
Tabla 13. PIB por sectores de origen y componentes.....	67
Tabla 14. Participación de la población en las principales ciudades	81
Tabla 15. Balanza comercial de Honduras -	84
Tabla 16. Balanza comercial de Honduras en el sector de la construcción 2007	86
Tabla 17. Comercio bilateral entre Honduras y Colombia	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Balanza comercial de Panamá	37
Figura 2.	Porcentaje de los principales proveedores de importaciones panameñas	39
Figura 3.	Porcentaje de los principales destinos de las exportaciones panameñas	40
Figura 4.	Comercio bilateral entre Panamá y Colombia	42
Figura 5.	Balanza comercial Argentina.....	60
Figura 6.	Porcentaje de los principales proveedores de importaciones de Argentina	61
Figura 7.	Porcentaje de los principales destinos de las exportaciones de Argentina	62
Figura 8.	Comercio bilateral entre Argentina y Colombia	63
Figura 9.	Indicadores de la construcción	68
Figura 10.	Balanza comercial de Honduras.....	85
Figura 11.	Porcentaje de los principales proveedores de importaciones de Honduras	86
Figura 12.	Porcentaje de los principales destinos de las exportaciones de Honduras	87
Figura 13.	Comercio bilateral entre Honduras y Colombia.....	88

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el sector de la construcción para buscar oportunidades de negocios relacionados con Colombia que puedan ser utilizados por el CICE en estudios posteriores.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de la construcción de los siguientes países: Panamá, Argentina y Honduras, con el fin de encontrar negocios innovadores y nuevos mercados enfocados a productos que tengan que ver con el sector de la construcción.
- Realizar un estudio de cada país seleccionado y analizar cómo está el sector de la construcción a hoy.
- Buscar oportunidades de cada país relacionadas con Colombia.

2. INTRODUCCIÓN

2.1 DEFINICIÓN DE CONSTRUCCIÓN

La construcción es el proceso de armar cualquier cosa, como casas, edificios, puentes, represas, caminos, etc., es la combinación de diversas formas creando varios tipos de estructura. La construcción es una de las principales industrias de los países, tanto por su peso económico como por su incidencia en el medio ambiente.

2.1.1 Técnicas tradicionales

En el pasado, cada persona o familia debía construir su casa, corrales para el ganado, diques para regar cultivos y casi todo lo que necesitaba para vivir y producir, para esto los materiales no estaba muy tecnificados y se debía trabajar con lo que se encontraba en las zonas donde se requerían, ejemplos: madera, barro, piedra, hueso, paja o pieles de animales.

2.1.2 Construcción modular

Con el desarrollo de las técnicas de producción y la logística, muchas de las partes de una construcción se pueden fabricar lejos de su emplazamiento final y solo ser transportadas para su ensamble de manera planificada. Esta reduce los costos y el tiempo empleado en el lugar de la obra.

2.2 FASES DE LA CONSTRUCCIÓN

El proceso de la construcción se realiza en diversas fases que agrupan múltiples oficios y en este proceso intervienen recursos materiales y humanos.

2.2.1 Anteproyecto:

Consiste en identificar y revisar las variables de una idea, para lo cual se siguen principalmente los siguientes ítems:

- **Planeación:** Luego de identificar el tipo de proyecto deseado, se debe proceder a elaborar cronogramas con entregables y fechas, recursos necesarios, etc., de manera que se puedan ir sacando costos y razones financieras.
- **Prefactibilidad:** Búsqueda de características de proyecto y cantidades obra según necesidades geográficas, de presupuesto, etc. y dentro de esta las respectivas evaluaciones con algunas de las principales preguntas:
 - *Técnica:* el lote es urbanizable?
 - *Legal:* se tiene los respectivos certificados de libertad y las licencias?
 - *Financiera:* TIR? Punto de equilibrio para el comienzo?
 - *De mercado:* Lo acepta el mercado?, lo necesita?, pagaría por él?
 - *Ambiental:* impacto evaluado y aprobado?

2.2.2 Proyecto

En caso de tomar la decisión de seguir adelante luego de analizar el anteproyecto y los números arrojados con la información allí consignada, se procede con la ejecución del proyecto como tal y en este se destacan los siguientes pasos:

- Compra del terreno
- Tramites de licencias y permisos
- Seleccionan de ofertas de los proveedores
- Diseño de los proyectos de construcción
- Promoción
- Venta
- Ejecución del material, compra y disposición

- Ejecución del proyecto: programación de obra y construcción con el acompañamiento del recurso humano.
- Ejecución de la obra

2.2.3 Entrega de los proyectos.

Como en cualquier tipo de proyecto, se deben cerrar oficialmente las fases y cumplir con unos entregables y para el caso de la construcción, la Legalización del proyecto se convierte en el hito que marca la terminación del proyecto y en esta lo que se hace que al terminar la obra se procede con los trámites de legalización del inmueble ante las diferentes instancias como empresas de servicios públicos, propietarios, Oficinas de instrumentos públicos, etc. Por último se debe garantizar el servicio post-venta en las obras.

2.3 MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

La construcción de edificios u obras públicas comprende el conjunto de técnicas, materiales, procesos, artes y oficios aplicados necesarios para llevar a cabo estas obras, para lo cual se tienen en cuenta las propiedades del terreno y de los materiales de construcción, los condicionantes de los diferentes procesos o técnicas aplicadas a cada parte de la obra, así como las acciones a que está sometido el edificio a lo largo de su vida útil como son: el peso de los materiales, el peso derivado del uso del edificio o sobrecarga, las acciones del viento o de los terremotos, la contaminación atmosférica, el riesgo de incendio, etc.

Casi todas las grandes estructuras se fabrican con acero y hormigón. Grandes cantidades de hormigón forman sólidos cimientos. Los muros, columnas y arcos de hormigón se refuerzan con acero. La madera se usa en construcciones pequeñas, sobre todo en la construcción modular, que es fuerte y ligera.

2.3.1 Orígenes de los Materiales

Desde sus comienzos, el ser humano ha modificado su entorno para adaptarlo a sus necesidades. Para ello ha hecho uso de todo tipo de materiales naturales que, con el paso del tiempo y el desarrollo de la tecnología, se han ido transformando en distintos productos, mediante procesos de manufactura de creciente sofisticación. Los materiales naturales sin procesar (arcilla, arena, mármol) se suelen denominar materias primas, mientras que los productos elaborados a partir de ellas (ladrillo, vidrio, baldosa) se denominan materiales de construcción. No obstante, en los procesos constructivos, muchas materias primas se siguen utilizando con poco o ningún tratamiento previo. En estos casos, estas materias primas se consideran también materiales de construcción propiamente dichos. Por este motivo, es posible encontrar un mismo material enmarcado en distintas categorías: por ejemplo, la arena puede encontrarse como material de construcción (lechos o camas de arena bajo algunos tipos de pavimento), o como parte integrante de otros materiales de construcción (como los morteros), o como materia prima para la elaboración de un material de construcción distinto (el vidrio, o la fibra de vidrio).

Los primeros materiales empleados por el hombre fueron el barro, la piedra, y fibras vegetales como madera o paja. Los primeros materiales manufacturados por el hombre probablemente hayan sido los ladrillos de barro (adobe), que se remontan hasta el 13.000 a. C. mientras que los primeros ladrillos de arcilla cocida que se conocen datan del 4.000 a. C.

Entre los primeros materiales habría que mencionar también tejidos y pieles, empleados como envoltentes en las tiendas, o a modo de puertas y ventanas primitivas.

2.3.2 Características de los Materiales

Los materiales de construcción se emplean en grandes cantidades, por lo que deben provenir de materias primas abundantes y baratas. Por ello, la mayoría de los materiales de construcción se elaboran a partir de materiales de gran disponibilidad como arena, arcilla o piedra. Además, es conveniente que los procesos de manufactura requeridos consuman poca energía y no sean

excesivamente elaborados. Esta es la razón por la que el vidrio es considerablemente más caro que el ladrillo, proviniendo ambos de materias primas tan comunes como la arena y la arcilla, respectivamente.

Los materiales de construcción deben tener como característica común el ser duraderos. Dependiendo de su uso, además deberán satisfacer otros requisitos tales como la dureza, la resistencia mecánica, la resistencia al fuego, o la facilidad de limpieza. Por norma general, ningún material de construcción cumple simultáneamente todas las necesidades requeridas: la disciplina de la construcción es la encargada de combinar los materiales para satisfacer adecuadamente dichas necesidades.

2.3.3 Regulación

En los países desarrollados, los materiales de construcción están regulados por una serie de códigos y normativas que definen las características que deben cumplir, así como su ámbito de aplicación. El propósito de esta regulación es doble: por un lado garantiza unos estándares de calidad mínimos en la construcción, y por otro permite a los arquitectos e ingenieros conocer de forma más precisa el comportamiento y características de los materiales empleados. Las normas internacionales más empleadas para regular los materiales de construcción son las normas ISO.

2.3.4 Nomenclatura

Puesto que los productos deben pasar unos controles de calidad antes poder ser utilizados, la totalidad de los materiales empleados hoy día en la construcción están suministrados por empresas. Para los materiales más comunes existen multitud de fábricas y marcas comerciales, por lo que el nombre genérico del material se respeta (cemento, ladrillo, etc.). Sin embargo, cuando el fabricante posee una parte importante del mercado, es común que el nombre genérico sea sustituido por el de la marca dominante. Este es el caso del fibrocemento (Uralita), del cartón yeso (Pladur), o de los suelos laminados (Pergo). Tampoco es inusual que determinados productos, bien sea por ser más específicos, minoritarios, o recientes, sólo sean suministrados por

un fabricante. En estos casos, no siempre existe un nombre genérico para el material, que recibe entonces el nombre o marca con el que comercializa. Esta situación se produce frecuentemente en materiales compuestos (como en algunos paneles sándwich) o en composites muy especializados.

2.3.5 Tipos de Materiales

Atendiendo a la materia prima utilizada para su fabricación, los materiales de construcción se pueden clasificar en diversos grupos:

2.3.5.1 Arena

Se emplea arena como parte de morteros y hormigones, su principal componente es la sílice o *dióxido de silicio* (SiO_2). De este compuesto químico se obtiene:

- Vidrio, material transparente obtenido del fundido de sílice.
- Fibra de vidrio, utilizado en construcción como aislante térmico.
- Vidrio celular, un vidrio con burbujas utilizado como aislante.

2.3.5.2 Arcilla

La arcilla es químicamente similar a la arena: contiene, además de dióxido de silicio, óxidos de aluminio y agua. Su granulometría es mucho más fina, y cuando está húmeda es de consistencia plástica. La arcilla mezclada con polvo y otros elementos del propio suelo forma el barro, material que se utiliza de diversas formas:

- Barro, compactado "in situ" produce tapial
- Adobe, ladrillos de barro, o barro y paja, secados al sol.

Cuando la arcilla se calienta a elevadas temperaturas (900°C o más), ésta se endurece, creando los materiales cerámicos:

- Ladrillo, ortoedro que conforma la mayoría de paredes y muros.
- Teja, pieza cerámica destinada a canalizar el agua de lluvia hacia el exterior de los edificios.

- Gres, de gran dureza, empleado en pavimentos y revestimientos de paredes. En formato pequeño se denomina gresite.
- Azulejo, cerámica esmaltada, de múltiples aplicaciones como revestimiento.

De un tipo de arcilla muy fina llamada bentonita se obtiene:

- Lodo bentonítico, sustancia muy fluida empleada para contener tierras y zanjas durante las tareas de cimentación

2.3.5.3 Piedra

La piedra se puede utilizar directamente sin tratar, o como materia prima para crear otros materiales. Entre los tipos de piedra más empleados en construcción destacan:

- Granito, actualmente usado en suelos (en forma de losas), aplacados y encimeras. De esta piedra suele fabricarse el Adoquín, ladrillo de piedra con el que se pavimentan algunas calzadas.
- Mármol, piedra muy apreciada por su estética, se emplea en revestimientos en forma de losa o baldosa.
- Pizarra, alternativa a la teja en la edificación tradicional, también usada en suelos.

La piedra en forma de guijarros redondeados se utiliza como acabado protector en algunas cubiertas planas, y como pavimento en exteriores. También es parte constitutiva del hormigón la Grava, normalmente canto rodado.

Mediante la pulverización y tratamiento de distintos tipos de piedra se obtiene la materia prima para fabricar la práctica totalidad de los conglomerantes utilizados en construcción:

- Cal, Óxido de calcio (CaO) utilizado como conglomerante en morteros, o como acabado protector.
- Yeso, sulfato de calcio semihidratado ($\text{CaSO}_4 \cdot 1/2\text{H}_2\text{O}$), forma los guarnecidos y enlucidos. Dentro de los yesos se destaca la Escayola, yeso de gran pureza utilizado en falsos techos y molduras.
- Cemento, producto de la calcinación de piedra caliza y otros óxidos, este se usa como conglomerante en diversos tipos de materiales:

- Terrazo, normalmente en forma de baldosas, utiliza piedras de mármol como árido.
- Piedra artificial, piezas prefabricadas con cemento y diversos tipos de piedra.
- Fibrocemento, lámina formada por cemento y fibras prensadas. Antiguamente de amianto, actualmente de fibra de vidrio.

El cemento mezclado con arena forma el mortero: una pasta empleada para fijar todo tipo de materiales (ladrillos, baldosas, etc.), y también como material de revestimiento (enfoscado) cuando yeso y cal no son adecuados, como por ejemplo en exteriores, o cuando se precisa una elevada resistencia o dureza y dentro de este se destaca el Mortero mono capa, un mortero prefabricado, coloreado en masa mediante aditivos.

El cemento mezclado con arena y grava forma Hormigón, que puede utilizarse solo o armado.

- Hormigón en masa, empleado sólo como relleno.
- Hormigón armado, el sistema más utilizado para erigir estructuras
- GRC, un hormigón de árido fino armado con fibra de vidrio
- Bloque de hormigón, similar a un ladrillo grande, pero fabricado con hormigón.

El yeso también se combina con el cartón para formar un material de construcción de gran popularidad en la construcción actual, frecuentemente utilizado en la elaboración de tabiques:

- Cartón yeso, denominado popularmente Pladur por asimilación con su principal empresa distribuidora.

Otro material de origen pétreo se consigue al fundir y estirar basalto, generando:

- Lana de roca, usado en mantas o planchas rígidas como aislante térmico.

2.3.5.4 Metálicos

Los más utilizados son el hierro y el aluminio. El primero se alea con carbono para formar Acero, empleado para estructuras, ya sea por sí solo o con hormigón, formando entonces el hormigón armado, algunos de los más representativos en esta clasificación son:

- Perfiles metálicos
- Redondos

- Acero inoxidable

Otros metales empleados en construcción:

- Aluminio, en carpinterías y paneles sándwich.
- Zinc, en cubiertas.
- Titanio, revestimiento inoxidable de reciente aparición.
- Cobre, esencialmente en instalaciones de electricidad y fontanería.
- Plomo, en instalaciones de fontanería, pero ya en desuso.

2.3.5.5 Orgánicos

Fundamentalmente la madera y sus derivados, aunque también se utilizan o se han utilizado otros elementos orgánicos vegetales, como paja, bambú, corcho, lino, elementos textiles o incluso pieles animales, dentro de estos se destacan:

- Madera
- Contrachapado
- OSB
- Tablero aglomerado
- Madera cemento
- Linóleo suelo laminar creado con aceite de lino y harinas de madera o corcho sobre una base de tela.

2.3.5.6 Sintéticos

Fundamentalmente plásticos derivados del petróleo, aunque frecuentemente también se pueden sintetizar. Son muy empleados en la construcción debido a su inalterabilidad, lo que al mismo tiempo los convierte en materiales muy poco ecológicos por la dificultad a la hora de reciclarlos. También se utilizan alquitranes y otros polímeros y productos sintéticos de diversa naturaleza. Los materiales obtenidos se usan en casi todas las formas imaginables (aglomerantes, sellantes, impermeabilizantes, aislantes, o también en forma de pinturas, esmaltes y barnices.

Dentro de estos:

- PVC o Policloruro de vinilo, con el que se fabrican carpinterías y redes de saneamiento, entre otros, ejemplo: Suelos vinílicos, normalmente comercializados en forma de láminas continuas.
- Polietileno muy usado como barrera de vapor, tiene también otros usos
- Poliestireno empleado como aislante térmico, ejemplos: Poliestireno expandido material de relleno de buen aislamiento térmico o Poliestireno extrusionado, aislante térmico impermeable
- Polipropileno como sellante, en canalizaciones diversas, y en geotextiles
- Poliuretano, en forma de espuma se emplea como aislante térmico. Otras formulaciones tienen diversos usos.
- Poliéster, con él se fabrican algunos geotextiles
- EPDM, como lámina impermeabilizante y en juntas estancas.
- Neopreno, como junta estanca, y como "alma" de algunos paneles sándwich
- Resina epoxi, en pinturas, y como aglomerante en terrazos y productos de madera.
- Acrílicos, derivados del propileno de diversa composición y usos, ejemplo: Metacrilato, plástico que en forma transparente puede sustituir al vidrio o Pintura acrílica, de diversas composiciones.
- Silicona, polímero del silicio, usado principalmente como sellante e impermeabilizante.
- Asfalto en carreteras, y como impermeabilizante en forma de lámina y de imprimación.

2.4 NUEVAS TENDENCIAS DE LA CONSTRUCCIÓN

La construcción está evolucionando para depender cada vez menos de la mano de obra y trabajar con herramientas superiores y más integradas, es por esto que los diferentes actores de la construcción actual se deben complementar o integrar, y se deben guiar por estándares, para disminuir errores.

2.4.1 Tendencias en el proceso de construcción

- Cambiar de sistemas aporricados a no convencionales como los muros vaciados para divisiones interiores, los cuales tienen una ventaja en costos con respecto a las columnas, pero desventajas como que no es aislante del ruido y no es flexible para reformas como lo es la construcción tradicional.
- Muros livianos, muros secos: se aplica para algunos países, se caracteriza por usar poco concreto y ladrillo, utilizando Drywall que es un material hecho de una capa de yeso prensado entre dos hojas de grueso, y luego se seca, se usa a nivel mundial para terminar la construcción de paredes y techos interiores, esta construcción es más limpia.

2.4.2 Tendencias ambientales

Se integran criterios de sostenibilidad ecológica y responsabilidad social en los proyectos, incrementándose la capacidad de innovación y agregando valor a sus productos y servicios para generar nuevos factores de diferenciación.

2.4.2.1 Bioconstrucción

Reciben el nombre de bioconstrucción los sistemas de edificación o establecimientos de viviendas, refugios, mediante materiales de bajo impacto ambiental o ecológico, reciclados o altamente reciclables, o extraíbles mediante procesos sencillos y de bajo coste como, por ejemplo, materiales de origen vegetal. Se presentan estos sistemas como alternativas a las industrias contaminantes y para crear edificios de bajo impacto ambiental, y generalmente de menor coste de fabricación. Debe entenderse como menor coste de construcción la posibilidad de la autoconstrucción, es decir, que el usuario se construya su refugio, puesto que los sistemas de construcción que se describen a continuación son muy poco conocidos de la mayoría de los albañiles, con riesgo de que el resultado sea deficiente. Por otro lado, si se emplea mano de obra pagada para fabricar los elementos constructivos (como los adobes) resultan más caros que los fabricados en una planta industrial.

2.4.2.2 Construcción Sostenible

Al igual en los materiales, en las estructuras también se observa la tendencia de opciones amigables con el ambiente y una de las más marcadas es La Construcción Sostenible que está basada en los siguientes principios:

- Adaptación y Respeto al Entorno
- Ahorro de Recursos
- Ahorro Energético
- Participación de los Usuarios

Se debe tener en cuenta que el sector de la construcción es uno de los que genera mayor impacto ambiental. Los edificios consumen entre el 20% y el 50% de recursos naturales tales como; madera, minerales, agua y combustibles fósiles y contribuyen en gran manera al aumento de las emisiones y la contaminación, tanto durante el proceso constructivo como a lo largo de su vida útil, una vez terminados.

Por otra parte resulta elevado el impacto de su emplazamiento sobre el territorio: en torno al 80% de las personas reside en zonas urbanas, con influencia negativa en otros sectores como el del transporte y la energía.

Otro tema importante es la generación de residuos constructivos, de mantenimiento y de derribo de los edificios, con perspectivas de aumento y dificultades para su reutilización o reciclaje.

Se podría considerar a la Construcción Sostenible como la construcción con base en unos principios *ecológicos* y se enumeran a continuación:

- Conservación de recursos
- Reutilización de recursos
- Utilización de recursos Reciclables y Renovables en la construcción
- Consideraciones respecto a la gestión del ciclo de vida de las materias primas utilizadas, con la correspondiente prevención de residuos y de emisiones
- Reducción en la utilización de la energía

- Incremento de la calidad, tanto en lo que atiende a materiales, como a edificaciones y ambiente urbanizado
- Protección del Medio Ambiente
- Creación de un ambiente saludable y no tóxico en los edificios

Como ejemplos de construcción sostenible se pueden mencionar entre otros los paneles solares para la generación de energía y la utilización de materiales traslucidos para aprovechar la luz del día.

2.4.3 Tendencias arquitectónicas

Los estilos de los proyectos han tenido variaciones cuya finalidad es atraer más clientes y vender sensación de confort, practicidad, seguridad, etc., obviamente sin dejar de lado el hecho estar al día con lo que sucede en el mundo en materia de áreas y diseños. Esto puede tener variaciones según cada región.

2.4.3.1 Fachadas

Dependiendo del país, según sus necesidades y la disponibilidad de materiales, se encuentran tres tendencias para las fachadas: en ladrillo, en vidrio flotante y con pintura.

2.4.3.2 Tendencia de diseño de la construcción

El diseño se adapta a las necesidades y requerimientos del mercado, depende de cada país, en sectores de alto costo se requiere espacios amplios, mayores alturas, integralidad entre partes.

2.4.4 Tendencia de los Materiales

"La toma de conciencia sobre el entorno, es lo que lleva a formular modelos o aplicación de técnicas de diseño y construcción para edificaciones verdes, edificaciones con opciones de sostenibilidad, procesos constructivos a favor de las arquitecturas de Tierra que evocan la presencia de los cuatro elementos de la naturaleza: Tierra, agua, aire y fuego, en los procesos de la vida en justa proporción, donde si analizamos esta proporción para aproximarnos a la óptimo, desde una perspectiva biológica, que considera la resonancia entre la arquitectura y sus moradores, se pondrían en valor estas arquitecturas de tierra, ya que en combinación con la piedra para los cimientos, la madera para las techumbres, la arcilla cocida para cubiertas y las formas dadas a estos materiales, resuelven la armonía de estos elementos. La tierra, y su forma simbólica asociada, el círculo, han resuelto históricamente el fundamento de la arquitectura habitacional."¹

Para dar cumplimiento a esta iniciativa, se proponen entre otros los siguientes materiales:

- Balas de paja de cereales o hierbas altas como bloques, que se recubren con pastas que incluyen mezclas de cal o arcilla para protegerlos de los agentes externos. Este sistema, aunque pueda parecer muy rudimentario, permite construcciones de gran resistencia y aceptable habitabilidad, con un razonable aislamiento térmico y acústico, lo que permite un mayor ahorro de energía. Existen casas de balas de paja en pie desde hace 150 años. Incluso se ha realizado un polideportivo con este sistema en Alemania.
- Fibras de cáñamo en aglomerados o morteros con cal, para la preparación de ladrillos de gran fuerza y resistencia ignífuga, o una gran variedad de materiales aislantes.
- Maderas y derivados (morteros, aglomerados, etc.)
- Arcillas y adobes
- Materiales reciclados de plástico, papel (especialmente en aislamientos y entre doble pared), vidrio, etc.

• ¹ Sustainable Building Alliance: La SB Alliance es una iniciativa internacional sin fines de lucro promovida por la Unesco chain for sustainable Building y la iniciativa edificio y construcción sostenible del PNUMA.

En general, cualquier cosa que surja del aprovechamiento y de la idea de un bajo impacto ambiental y económico puede incluirse dentro de la bioconstrucción.

2.5 MAQUINARIA PARA LA CONSTRUCCIÓN

Aquí se habla básicamente de máquinas y herramientas necesarias para la realización de las obras. La utilización de esta maquinaria y herramientas se corresponderá con las exigencias de presupuesto, tiempo y calidades requeridas por cada una de las diferentes obras.



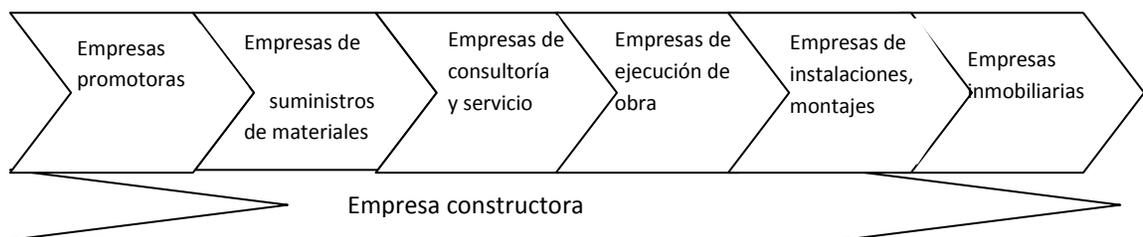
Se puede clasificar la maquinaria en:

- Maquinaria pesada
- Maquinaria ligera
- Maquinaria de transporte
- Maquinaria para elevación
- Utillaje
- Instalaciones auxiliares

2.6 EMPRESAS RELACIONADAS CON EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Como ya se mencionó, la construcción es uno de los pilares de las economías de los países y por esto se debe dejar clara la interrelación que tiene con distintos tipo de empresas, de manera que se puedan identificar las oportunidades de negocio no solo en la ejecución de la construcción como tal, sino también en diferentes eslabones de la cadena tales como:

- Empresas de Suministros Materiales / Equipos.
- Empresas de Ejecución de unidades de obra, son empresas que aportan recursos en la construcción como en los movimientos de tierra, en la jardinería, en albañilería, etc.
- Empresas de Consultoría y servicios en cuanto a proyectos, servicios técnicos, laboratorios de control calidad, en prevención de riesgos
- Empresas de Instalaciones, mantenimiento, montajes y Reparaciones de Maquinaria
- Empresas promotoras: administran o promueve la construcción de edificios u otras infraestructuras a través de una empresa constructora.
- Empresa constructora: La empresa que lleva a cabo una ejecución de las obras, las que realizan obras públicas deben ser certificadas por la administración pública u ofrecer garantías para poder contratar, mientras que estos requisitos no son necesarios cuando la promoción corre a cargo de una empresa privada o de un particular
- Empresas inmobiliarias: venden o alquilan los proyectos



2.7 OPORTUNIDADES

2.7.1 Definición de oportunidad

Son todas aquellas demandas de un producto o servicio específico, una posibilidad de hacer y tener algo para buscar la excelencia en la calidad y el mejoramiento continuo de los procesos personales, profesionales y comunitarios. Incluye las circunstancias en que se produce y se puede resumir como una coyuntura u ocasión propicia.

Adicionalmente, puede decirse que es todo aquello que tanto al ser humano como a la familia y a la sociedad en general, les brinda el medio o el contexto, con el ánimo de satisfacer necesidades y posibilidades que proyecten una mejor calidad de vida y un mejoramiento continuo en su respectivo quehacer.

2.7.2 Tipos de oportunidades:

2.7.2.1 Negocios Innovadores

Los negocios innovadores son los llamados océanos azules, los cuales enfocan sus ideas de negocios en mercados hoy desconocidos o inexistentes. En su mayoría, estos negocios tienden a posicionarse en dichos mercados posibilitando el dar rienda suelta a la creatividad y a lo que realmente es importante para el negocio, crear lo que el cliente necesita, a través de ofertas innovadoras y de valor agregado. Los negocios innovadores se generan a partir de aproximaciones sucesivas por la vía del ensayo y error. Lo anterior no quiere decir que tenga que ser un método caótico, por el contrario, debe contener una estrategia estructurada y diseñada para tales efectos.

En este sentido, para detectar, reconocer o crear negocios innovadores es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Crear nuevos espacios de consumo
- Centrarse en la idea global y no en los números

- Ir más allá de la demanda existente

Es importante resaltar que lo que se busca principalmente con los negocios innovadores es:

- Mejorar las relaciones con los diferentes clientes al presentarles nuevos beneficios.
- Crear nuevos inventarios de ventas.
- Aumentar el nivel de ventas al presionar sobre el índice de sustitución del producto.
- Mejorar la imagen de la industria presentándola como activa y moderna.
- Establecer barreras de entrada a la competencia.
- Ahorrar costos
- Generar un mayor grado de información al consumidor.

De tal manera, como dice Peter Drucker *“las personas y las empresas de éxito de hoy y del mañana son aquellas que son capaces de innovar, proyectar y diversificar sus productos y sus bienes”*², lo que significa que tanto el hombre como las empresas deben ser proactivos y tener la capacidad de visionar los procesos y procedimientos para poder satisfacer las necesidades sentidas de la región, de la nación y del mundo globalizado.

Para el caso de este estudio se tratará de enfocar, de estudiar y de encontrar oportunidades de negocios innovadores basados en lo siguiente:

- Necesidades no atendidas
- Técnicas y tecnologías nuevas
- Necesidad de establecer alianzas estratégicas
- Buscar nuevas alternativas de negocios (diversificación)

2.7.2.2 Nuevos mercados enfocados a productos

Frente a la incertidumbre económica, se hace necesario identificar las oportunidades para ganar presencia en nuevos mercados, partiendo de comprender cómo manejar el tamaño del mercado, analizando las áreas que generarán recursos en el futuro, siendo una de las posibilidades el generar nuevos nichos hacia el exterior.

² Innovación, Wikipedia, última actualización a las 18:32, 8 de mayo del 2009, fecha de consulta 15 de mayo del 2009

Con el fin de propiciar la búsqueda de negocios cada vez más competitivos y de tener una mayor proyección de un mercado en el exterior, las empresas deben profundizar entre otros en los siguientes elementos:

¿Es un producto versátil, de fácil adaptación o penetración?

¿De tener que adaptarlo, cuál será su costo?

¿Los insumos necesarios son de normal abastecimiento?

¿La adaptación deberá hacerse sobre el producto o sobre algunos de los componentes?

¿Se tiene el personal calificado?

Una vez analizadas estas respuestas, la empresa puede decidir, si va a la conquista de nuevos mercados o no, para lo cual lo importante es contar con un producto fuerte.

De esta manera, para que la apertura de nuevos mercados sea factible y sostenida en el tiempo, es recomendable efectuar una serie de estudios y análisis previos, debido a que existen ciertas variables controlables desde la empresa (como precio, producto, promoción, fuerza de ventas, canales) y otros no controlables (como competencia, mercado, legislación vigente, tecnología, factores culturales, entre otras), que deben ser atendidos. Por lo tanto es importante considerar que “mientras más se conozca el mercado elegido, menos posibilidades hay de equivocarse”.

Para el caso de este estudio se busca enfocar, estudiar y encontrar oportunidades de nuevos mercados basados en lo siguiente:

- Políticas de innovación y desarrollo de nuevos productos.
- Abrir posibilidades de mercados a través de los TLC que se establezcan con Colombia
- Técnicas similares de construcción
- Tamaño del mercado

2.8 METODOLOGÍA

Son los métodos de investigación que se siguen para alcanzar una gama de objetivos en una ciencia o se podría decir que son el conjunto de métodos que se rigen en una investigación

científica o en una exposición doctrinal. Las metodologías empleadas en este estudio fueron aquellas que permitieron analizar, estudiar y aplicar las diferentes fortalezas y características de cada una de ellas al estudio que se quiere realizar, las metodologías empleadas son:

2.8.1 Las 5 fuerzas de Porter

Es un modelo elaborado por el Michael Porter en 1979, en que se describen las *5 fuerzas* que influyen en la estrategia competitiva de una compañía y que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste. Las primeras cuatro fuerzas se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria. Las cinco fuerzas que marcan el éxito o el fracaso de un sector o de una empresa son:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores.** El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
- **Poder de negociación de los proveedores.** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.
- **Poder de negociación de los compradores.** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.
- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos.** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos

están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

- **La rivalidad entre los competidores.** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

¿Cuándo se utiliza el análisis de las 5 fuerzas de PORTER?

- Cuando se desea desarrollar una ventaja competitiva respecto a los rivales.
- Cuando se desea entender mejor la dinámica que influye en una industria y/o cuál es la posición en ella.
- Cuando se analiza la posición estratégica y se buscan iniciativas que sean disruptivas y posibiliten su mejora.

2.8.2 Cadena de valor

La cadena de valor, es una herramienta altamente estratégica de marketing, la cual tuvo sus orígenes en EE UU en 1985 por el Profesor *Michael E. Porter* de la Escuela de Negocios de Harvard, el cual introdujo el concepto del análisis de la *cadena de valor* en su libro *Competitive Advantage* (Ventaja Competitiva).

La cadena de valor describe el rango completo de actividades que son requeridas para llevar un producto o servicio desde su concepción, a través de las diferentes fases de producción (involucrando una combinación de transformaciones físicas y la alimentación de varios servicios de productos), entrega al cliente final, y disposición final después del uso.

Es cada uno de los procesos que participan dentro de un objetivo general imprimiendo valor agregado que beneficie al cliente y a la organización.

Por lo tanto, la clave consiste en poseer y controlar los recursos y las competencias que constituyen la esencia del negocio, el resto de actividades se pueden externalizar, Pero no hay

que olvidar que el éxito de una empresa o sector no depende de lo bien que un departamento concreto haga su trabajo, sino de cómo se coordinen éstos entre sí.

Porter nombra a este gran sistema interconectado de cadenas de valor, "el sistema de valor". Un sistema de valor incluye las cadenas de valor de los proveedores de una firma (y todos los proveedores de ahí para atrás), a la firma misma, los canales de distribución de la firma y los clientes de la firma (y se presume que se extiende a los compradores de sus productos también y así sucesivamente)³. Dentro del sistema de valor entero, hay solamente cierto valor del margen de beneficio disponible. Ésta es la diferencia del precio final que el cliente paga y la suma de todos los costos incurridos en la producción y entrega del producto/servicio (materia prima, energía etc.). Depende de la estructura del sistema de valor, cómo este margen se separa a través de los surtidores, de los productores, de los distribuidores, de los clientes, y de otros elementos del sistema de valor. Cada miembro del sistema utilizará su posición y energía de negociación del mercado para conseguir una parte más elevada de este margen. Sin embargo, los miembros de un sistema de valor pueden cooperar para mejorar su eficacia, para reducir sus costos y para alcanzar un margen total más alto a beneficio de todos (reduciendo la acción en un sistema justo a tiempo).

Un análisis típico de la cadena de valores se puede realizar en los pasos siguientes:

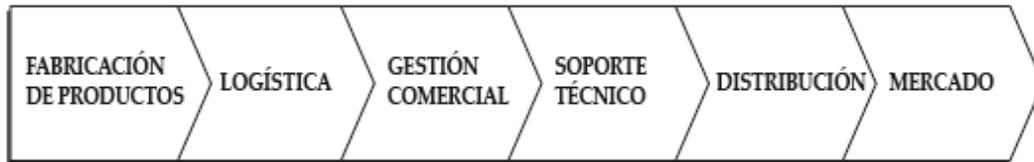
- Análisis de nuestra propia cadena de valor. Cada costo se relaciona con cada actividad.
- Análisis de las cadenas de valores de los clientes. Cómo hace nuestro producto para caber dentro de su cadena de valor.
- Identificación de las ventajas potenciales de los costos en comparación con los competidores. Identificación del valor añadido potencial para el cliente.
- Cómo puede nuestro producto agregar valor a la cadena de valor de los clientes (costos más bajos o un rendimiento más alto), donde ve el cliente tal potencial.⁴

³ http://en.wikipedia.org/wiki/Value_chain

⁴ Página 2, <http://www.themanager.org/pdf/ValueChain.PDF>

Un ejemplo de cadena de valor de cualquier sector sería:

CADENA DE VALOR DEL SECTOR



3. PAISES A ESTUDIAR

La crisis económica que actualmente afecta a la mayoría de los países, ha repercutido negativamente en el desarrollo del sector construcción. La situación de empleo y la disminución de liquidez que a su vez a traído restricciones de financiamiento, ha sido una de las principales causas para que la demanda caiga y el crecimiento de la construcción se haya visto debilitado.

Teniendo en cuenta la necesidad de los gobiernos de tomar medidas anticíclicas para contrarrestar el decrecimiento económico y la responsabilidad de que esto no sea solo con la vía del gasto publico creciendo el aparato de estado, el sector de la construcción por ser intensivo en mano de obra, se constituye en uno de los motores de la economía y se convierte en una de las alternativas más utilizadas para este efecto, ya que adicional a reactivar el empleo y con esto la oferta y la demanda, deja efectos positivos a largo plazo, ya que bien sea vivienda u obras de infraestructura, esto se convierte en calidad de vida para las personas.

Partiendo de lo anterior, y viendo el potencial de negocio en que se constituye la construcción, el presente estudio ha escogido 3 países, donde a pesar de que también se viven tiempos de crisis actualmente, se tienen más oportunidades en este campo y están enfocando esfuerzos en la construcción como uno de los medios para poder salir adelante.

Como apoyo para llegar a seleccionar los países (Ver Tabla 1), se tuvo el análisis de la balanza económica para los algunos productos claves del sector de la construcción, como lo son:

- Cemento: Granito, asbesto, cemento Portland.
- Madera y su manufactura.
- Manufactura de piedra y cemento
- Productos cerámicos
- Hierro y acero
- Fundición hierro
- Cobre y Níquel

Luego de tener el resultado de la balanza, se analizó la tendencia al crecimiento para el sector revisando estadísticas de los últimos 2 a 3 años en cada uno de los países y se procedió a calificar dicho comportamiento (Ver Tabla 2)

Adicionalmente se revisó como estaba Colombia con cada uno de los países en el tema de tratados de libre comercio o similares para ver posibles ventajas competitivas y a esto se le asignó también una calificación (Ver tabla 3).

Por último, se hizo el producto entre la calificación de la tendencia y los TLC's y se organizó de mayor a menor los resultados, para identificar con cuales países se tendría mayor oportunidad de negocio de acuerdo a las variables analizadas, dando como resultado las Repúblicas de **Argentina, Honduras y Panamá.**

Algunos otros países como México que tienen un buen mercado para seguir explorando debido a sus altas importaciones y a que se tiene con Colombia acuerdos comerciales, no fue elegido por su tendencia en el sector de la construcción, entre enero y marzo de este año redujo en un 7.7%, por la disminución de obras residenciales y no residenciales.⁵

⁵ Artículo: La producción industrial de México baja un 9.9% en primer trimestre, México, mayo de 2009, www.finanzas.com

Lo mismo aplica en este caso específico para otros países como Estados Unidos, Francia y España, en el caso específico de Estados Unidos, el Departamento de Comercio informó el pasado, 19 de mayo del 2009 que la construcción de casas y departamentos para vivienda cayó 12,8% el mes pasado a una tasa anual de 458.000 unidades, su ritmo más lento en por lo menos medio siglo. Otro aspecto decepcionante sobre el futuro, son las solicitudes para nuevos permisos de construcción, las cuales bajaron 3,3% a un nuevo récord de una tasa anual de 494.000.⁶

Para el caso específico de Francia, La actividad del sector de la construcción se estima que caerá en el resto del 2009 un 4,6% y conllevará la destrucción de unos 47.000 empleos, En cuanto a la parte del sector más afectada será la vivienda nueva, que disminuirá un 9%. En menor medida se verá afectada la obra pública, donde la actividad descenderá un 4,7% mientras las obras de mantenimiento y mejora de edificios resistirá mejor a la crisis y sólo caerá un 0,8%.⁷

En el caso específico de España, el sector de la construcción no se recuperara antes del 2010, debido a que la “Explosión de precios inmobiliarios” ha sobre endeudado a las familias y a que el precio medio se ha casi duplicado con respecto a la renta disponible bruta. El endeudamiento de los hogares españoles ha alcanzado el 135% de la renta disponible bruta. Adicional a esto el stock de viviendas listas sin vender “representa más de un millón de unidades”, equivalente a 3 años de volumen de venta, lo cual conlleva a buscar una solución a esto, la cual es paralizar las obras, generando un importante crecimiento del desempleo.⁸

⁶ EEUU, Construcción de viviendas en su peor nivel, 19 de mayo del 2009, http://espanol.news.yahoo.com/s/ap/090519/negocios/amn_eco_eeuu_economia

⁷ El sector de la construcción en Francia caerá en 2009 un 4.6% y destruirá 47000 empleos en Francia, 17 de Junio, <http://www.europapress.es/economia/construccion-y-vivienda-00342/noticia-economia-macro-sector-construccion-caera-2009-46-destruira-47000-empleos-francia-20090617110310.html>

⁸ El sector de la construcción no se recuperara antes del 2012 según Euler Hermes, 10 de Junio del 2009, <http://www.labolsa.com/noticias/20090610195548001/economia-vivienda-el-sector-de-la-construccion-espanol-no-se-recuperara-antes-de-2012-segun-euler-hermes/>

Tabla 1. Balanza económica para los algunos productos claves del sector de la construcción

PAIS	BALANZA [U.S.\$ *1000]	TENDENCIA OBSERVADA CRECIMIENTO*	TLC's **	IMPORTACIONES [U.S.\$ *1000]	SUBTOTAL
Argentina	\$ (218,011)	4	3	\$ 2,723,984	12
Honduras	\$ (335,054)	4	3	\$ 453,630	12
Panama	\$ (556,960)	4	3	\$ 597,565	12
Guatemala	\$ (463,380)	3	3	\$ 823,816	9
United States of America	\$ (62,037,264)	2	3	\$ 114,156,854	6
Mexico	\$ (7,332,790)	2	3	\$ 19,470,187	6
France	\$ (7,074,523)	3	2	\$ 51,233,277	6
Ecuador	\$ (752,211)	2	3	\$ 1,129,749	6
Costa Rica	\$ (705,624)	2	3	\$ 954,498	6
Spain	\$ (8,393,533)	2	2	\$ 33,926,897	4
Switzerland	\$ (4,611,456)	2	2	\$ 11,719,817	4
Denmark	\$ (4,100,788)	2	2	\$ 10,581,120	4
Greece	\$ (4,040,201)	2	2	\$ 6,590,696	4
Ireland	\$ (3,350,755)	2	2	\$ 4,784,444	4
Hungary	\$ (2,455,680)	2	2	\$ 6,637,243	4
Saudi Arabia	\$ (10,309,924)	3	1	\$ 12,893,581	3
Turkey	\$ (7,130,108)	3	1	\$ 23,442,910	3
Hong Kong (SARC)	\$ (2,831,900)	3	1	\$ 11,065,627	3
Republic of Korea	\$ (12,985,255)	1	2	\$ 41,841,604	2
United Kingdom	\$ (9,864,383)	2	1	\$ 37,105,679	2
Norway	\$ (4,645,871)	1	2	\$ 12,019,607	2
Singapore	\$ (3,865,772)	2	1	\$ 10,507,776	2
Kuwait	\$ (2,344,230)	2	1	\$ 2,562,199	2
Thailand	\$ (9,918,312)	1	1	\$ 20,211,070	1
United Arab Emirates	\$ (9,901,680)	1	1	\$ 13,333,394	1
Iran (Islamic Republic of)	\$ (7,777,783)	1	1	\$ 9,473,352	1
Viet Nam	\$ (6,211,880)	1	1	\$ 8,263,884	1
Algeria	\$ (4,835,184)	1	1	\$ 5,188,811	1
Qatar	\$ (4,379,436)	1	1	\$ 4,835,413	1
Nigeria	\$ (2,721,187)	1	1	\$ 2,896,441	1
Morocco	\$ (2,500,262)	1	1	\$ 3,055,582	1
Colombia	\$ 112,655			\$ 2,869,088	

Tabla 2. Tendencia al crecimiento para el sector

* TENDENCIA OBSERVADA CRECIMIENTO	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
Calificación	1	2	3	4	5

Tabla 3. Tratados de libre comercio

** TLC's	Aun no tiene	En Tramite	Ya existe
Calificación	1	2	3

4. PANAMÁ

4.1 POBLACIÓN Y GEOGRAFIA

Panamá limita con Costa Rica al oeste y con Colombia al este. La forma arqueada de Panamá refleja muy bien sus funciones de puente entre dos continentes y canal entre dos océanos. Su punto más delgado cuenta con una longitud de 50 Km., tiene una costa en el Atlántico de 1.160 km. y de 1.690 km. en el Pacífico. El famoso Canal de Panamá tiene una longitud de 80km.

Además de la capital, Ciudad de Panamá, se destacan como principales ciudades: David, Balboa, Contadora y Gamboa.

4.1.1 Población

La población panameña ascendió en 2007 a 3.337.000 habitantes, está compuesta en un 50,45% por hombres y en un 49,55% por mujeres. El 70% de la población es mestiza, el 14% son indios, el 10% de blancos y el 6% restante son amerindios. La mayoría habita en las zonas urbanas del país, mientras que el 33,4% vive en el campo. Están distribuidos en las principales ciudades de la siguiente manera:

Tabla 4. Participación de la Población en las principales ciudades.

Ciudad	Participación
Panamá	48,89%
Chiriquí	12,98%
Veraguas	7,36%
Colón	7,19%
Coclé	7,13%

4.1.2 Análisis de la Economía

Durante el 2007, la producción de bienes y servicios en la economía panameña, medida a través del Producto Interno Bruto (PIB), presentó un crecimiento de 11.2%, respecto al año anterior.

La actividad de la construcción se mantendrá durante todo el 2009 porque se están culminando los proyectos pendientes que se comenzaron en el 2007 y 2008, pero posiblemente no habrá nuevos proyectos, especialmente en los apartamentos de alto costo.

Para el año 2009 se estima un crecimiento "moderado" del 3%, siendo inferior con la del año pasado.⁹ Incluso si Panamá sólo crece entre 1,5 y 2,0 %, esa será la mayor tasa de expansión en la región de Centroamérica y el Caribe y ciertamente una de las economías con mayor expansión en toda América Latina".¹⁰

Cabe destacar que los proyectos de apartamentos de U.S. \$100 mil hacia abajo se han incrementado considerablemente en comparación con los apartamentos de alto costo, otra área que se ha incrementado es la construcción de centros comerciales, proyectos turísticos, industriales e infraestructuras, cifra que es importante para paliar la baja en la inversión de residenciales de alto costo.¹¹

Panamá espera encabezar el crecimiento económico de América Latina este año, gracias a que el plan de expansión de su canal y un auge del sector inmobiliario compensarán los efectos de la recesión global. Impulsada por la construcción, el turismo y los servicios financieros, la economía de Panamá se expandió un 4,39% a tasa anual, en marzo de este año 2009.¹²

⁹ Jaime Jované, presidente de la Cámara Panameña de la Construcción

¹⁰ Franco Uccelli, analista de JP Morgan

¹¹ Presidente del CAPAC: Cámara Panameña de la Construcción

¹² <http://lta.reuters.com/article/businessNews/idLTASIE54O17Z20090525> Artículo del 15 mayo del 2009

4.1.3 Desempleo

Una medición realizada en marzo de 2008 reveló que el empleo ha seguido creciendo y que la tasa de desempleo a nivel nacional disminuyó del 7,3% al 6,3% en 12 meses. Han surgido algunos indicios de escasez de personal calificado, ejecutivos y otros empleados en el área de hotelería, restaurantes y turismo. Asimismo, de acuerdo con indicadores puntuales las remuneraciones comienzan a dispararse en algunos sectores como el de la construcción, superando el monto acordado originalmente en negociaciones colectivas.

4.1.4 Situación 2008 y perspectivas para 2009.

En el período comprendido entre 2008 y 2010 se continuarán ejecutando inversiones tanto públicas como privadas que equivalen aproximadamente a 20.000 millones de dólares. Estos proyectos incluyen la construcción del tercer juego de esclusas del Canal de Panamá, las obras para la expansión y el mejoramiento vial de la cinta costera, y la segunda fase del corredor norte. Se espera que dichos proyectos compensen parcialmente la disminución prevista en la construcción de viviendas y el enfriamiento de la demanda de servicios causado por la crisis internacional en 2009. Por eso se prevé un crecimiento económico del 4,5% en ese año, cifra relativamente robusta dado del contexto internacional.¹³

Como el Congreso de los Estados Unidos no ratificó el acuerdo de promoción del comercio (TPA: Tratado de fomento del comercio, por sus siglas en inglés), firmado en junio de 2007, y dada la desaceleración económica de este país, se limitarán las oportunidades de expandir el comercio bilateral en 2009. Sin embargo, las conversaciones exploratorias sobre un tratado bilateral de comercio entre los gobiernos de Panamá y el Canadá sí han dado fruto, y ya se puso en marcha el acuerdo de cielos abiertos para sus aerolíneas.

¹³ www.proexport.com

4.2 COMERCIO EXTERIOR

4.2.1 Balanza Comercial

La balanza comercial panameña presentó en el período 2005 - 2007 una tendencia deficitaria creciente. En el año 2008 el déficit continúa motivado por un mayor volumen de importaciones.

Tabla 5. Balanza comercial Panamá.

Balanza Comercial de Panamá			
	Millones US\$	Millones US\$	Millones US\$
COMERCIO EXTERIOR	EXPORTACIONES (FOB)	IMPORTACIONES (CIF)	BALANZA COMERCIAL
2005	\$ 963	\$ 4.153	-\$ 3.190
2006	\$ 1.022	\$ 4.831	-\$ 3.809
2007	\$ 1.121	\$ 6.239	-\$ 5.118

Fuente www.trademap.org

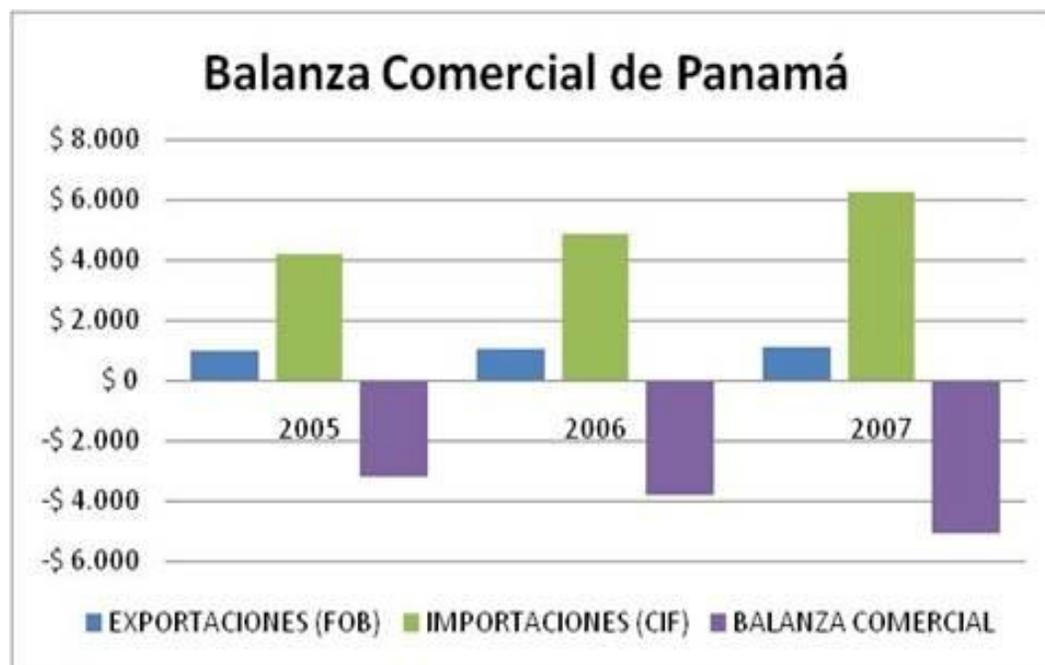


Figura 1. Balanza comercial de Panamá

4.2.2 Balanza Comercial en el Sector de la construcción.

En el siguiente cuadro observaremos la balanza comercial panameña del sector de la construcción en el año 2007, la cual se realizó basada en las siguientes partidas:

- Cemento: Granito, asbesto, cemento Portland.
- Madera y su manufactura.
- Manufactura de piedra y cemento
- Productos cerámicos
- Hierro y acero
- Fundición hierro
- Cobre
- Níquel

Tabla 6. Balanza comercial año 2007 en el sector de la construcción

Importaciones/tamaño del mercado	\$ 597.565
Exportaciones	\$ 40.605
Balanza comercial	\$ -556.960

Fuente www.trademap.org

4.2.3 Comportamiento de las Importaciones

Estados Unidos es el principal proveedor de las importaciones panameñas, durante 2007 con una participación de 30.8%, seguido por Las Antillas Holandesas con 7,1%, China 5.2%, Japón 4.8%, Costa Rica con 4.8%, República de Corea con 3.9%, México con 3.1%, Colombia 2.8% y Brasil 2.0%.

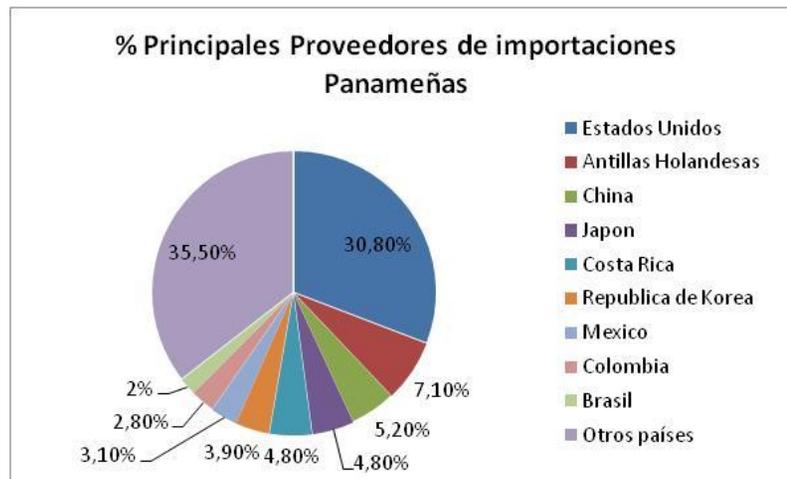


Figura 2. Porcentaje de los principales proveedores de importaciones panameñas
Fuente: www.trademap.org

Las importaciones panameñas crecieron en un 23,22% promedio anual en el período 2005-2007. En el último año el crecimiento de las importaciones fue de 29,1% con respecto al año 2006.

4.2.4 Comportamiento de las exportaciones

Durante el período 2005 -2007, las exportaciones de República de Panamá han presentado una tendencia creciente, registrando un crecimiento promedio anual de 7,92%. Durante 2007, las exportaciones crecieron 9,6% frente al año anterior.

En cuanto a los socios comerciales de exportación, en 2007 se encuentran: Estados Unidos en primer lugar con 35,7%, seguido por Holanda (Países Bajos) con 10,2%, China con 5,6%, Suecia con 5,55%, Reino Unido 5,5%, Costa Rica con 5,1%, entre los principales. Los diez principales socios son el destino del 79,09% de las exportaciones de la República de Panamá. Colombia participó con el 1,70%.



Figura 3. Porcentaje de los principales destinos de las exportaciones panameñas
Fuente: www.trademap.org

Tabla 7. Los principales productos de exportación de Panamá

POSICIÓN	PRODUCTO	US\$ (FOB) 2006	US\$ (FOB) 2007	PART.(%) 2007
08071900	MELONES FRESCOS.	96.204.660	115.088.020	10,27
08030021	BANANAS FRESCAS.	109.437.344	111.483.515	9,95
08071100	SANDIAS FRESCAS.	70.226.014	87.434.850	7,80
03034200	ATUNES DE ALETA AMARILLA (RABILES) (THUNNUS ALBACARES), CONGELADOS, EXCEPTO LOS HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS.	71.217.424	74.158.256	6,62
03061300	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMAS DECAPODOS NATANTIA, CONGELADOS.	50.238.560	56.124.399	5,01
03021900	LOS DEMAS SALMONIDOS, FRESCOS O REFRIGERADOS, EXCEPTO LOS HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS.	60.045.538	50.932.902	4,55
03041090	FILETE Y CARNES DE PESCADO (INCLUSO PICADA), FRESCAS O REFRIGERADAS, EXCEPTO BACALAO EN FILETE.	100.417.441	49.730.612	4,44

03074910	JIBIAS (SEPIA OFFICINALES Y ROSSIA MACROSOMA) Y GLOBITOS (SEPIOLA SPP.); CALAMARES Y POTAS (LOLIGO SPP., OMMASTREPHS SPP., NOTOTODARUS SPP., Y SEPIOTEUTHIS SPP.), CONGELADAS	321.029	48.160.876	4,30
03041900	LOS DEMAS	-	44.516.486	3,97
08043010	PIÑAS TROPICALES (ANANAS), FRESCAS.	36.922.330	42.854.619	3,82
SUBTOTAL		595.030.340	680.484.535	60,73
DEMAS PRODUCTOS		426.910.849	440.015.465	39,27
TOTAL EXPORTACIONES		1.021.941.189	1.120.500.000	100,00

4.2.5 Análisis del Intercambio Bilateral con Colombia

La balanza bilateral entre Panamá y Colombia registró superávit decreciente a favor de Colombia durante los tres años de análisis. En el 2007 y en el 2008 mejoró el superávit, por un repunte en las importaciones de Panamá a Colombia.

Tabla 8. Comercio bilateral entre Panamá y Colombia
COMERCIO BILATERAL ENTRE PANAMA Y COLOMBIA

	Millones US\$ EXPORTACIONES PAN A COL	Millones US\$ IMPORTACIONES PAN DE COL	Millones US\$ BALANZA COMERCIAL
2006	\$ 18,81	\$ 169,91	-\$ 151,10
2007	\$ 19,08	\$ 192,28	-\$ 173,21
2008	\$ 12,14	\$ 273,29	-\$ 261,15

Fuente: www.trademap.org

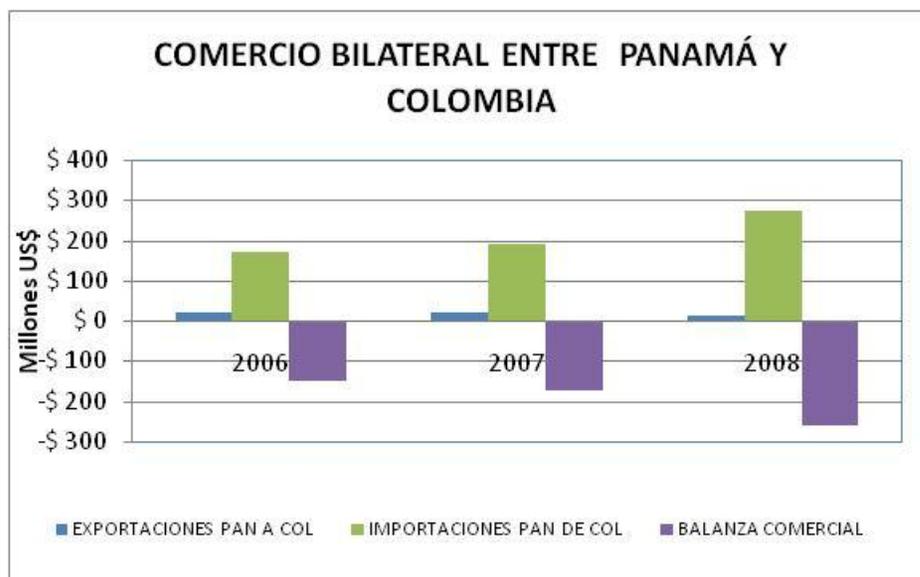


Figura 4. Comercio bilateral entre Panamá y Colombia

4.3 ACUERDOS COMERCIALES

Panamá es miembro de la OMC desde el 6 de septiembre de 1997. Ha suscrito Acuerdos de Libre Comercio con Singapur, Taiwán y Centroamérica, con esta última ha suscrito los acuerdos durante 2007 con El Salvador, Costa Rica, Honduras y Nicaragua, está pendiente Guatemala que comienza el 22 de junio de 2009. También ha suscrito Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos y Chile.

Panamá también ha suscrito acuerdos de alcance parcial con México, República Dominicana y Colombia. Panamá es beneficiario de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe que provee libre acceso a las exportaciones panameñas en Estados Unidos.

4.3.1 Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) entre Colombia y Panamá

Con el fin de fortalecer el intercambio comercial se suscribió en Cartagena de Indias el 9 de julio de 1993, un AAP de tipo comercial entre las Repúblicas de Colombia y Panamá que permite el

otorgamiento de preferencias, con respecto a los gravámenes y demás restricciones aplicadas a la importación de los productos negociados por ambas partes cuando estos sean originarios y provenientes de sus respectivos territorios.

Ampliación del AAP: Luego de la firma del Segundo Protocolo Modificatorio del Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) que tuvo lugar el 15 de febrero de 2005 en Panamá, entre los Ministros de Comercio de Colombia, Jorge Humberto Botero y de Comercio e Industrias de Panamá, Alejandro Ferrer, se lograron preferencias recíprocas entre el 100% y 30%. Que incluyen Pescados y moluscos, palmitos, frutas tropicales, caucho, baúles y maletas, papeles, cascos de seguridad, tuercas y tornillos.

4.4 COMERCIALIZACIÓN EN PANAMÁ

Dependiendo del sector los factores de comercialización en Panamá se caracterizan por:¹⁴

- Alta concentración en pocas empresas conformadas a través de grupos o holdings de tipo familiar. (Motta, Galindo, Arias, Melo, etc.).
- Alta concentración geográfica (alrededor del 75%) en la región metropolitana (Colón y Panamá). En algunos sectores llega al 90%.
- Especialización geográfica tanto de la industria como de los servicios en tres zonas, Panamá (industria y servicios), Colón (Zona Libre) y Chiriquí (agroindustria).
- El tamaño empresarial es pequeño, pues son muy pocas las empresas de más de 500 trabajadores, todas ellas del sector servicios.
- Comercialización a través de exclusivas. El empresario panameño prefiere la exclusividad del producto.

¹⁴ Fuente: "Guía de Negocios de Panamá ", **Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa**, Ministerio de Economía y Hacienda de España, enero de 2008.

- Comercialización de bienes y servicios: existen los canales y figuras habituales, importadores, distribuidores, puntos de venta mayoristas y minoristas. Importancia más del precio sobre la marca, lo que explica el gran número de importaciones del Sudeste asiático.
- Baja especialización de los importadores: (importan de todo, desde máquinas herramienta hasta alfileres, etc.). Se debe al limitado tamaño del mercado, que les impide dedicarse a un solo producto.
- La cadena de comercialización es corta. El importador es distribuidor a la vez y mayorista, en algunos casos hasta llega a la venta al por menor.
- Utilización de la Zona Libre de Colón como un gran centro de almacenamiento y manejo de inventarios para el mercado panameño, sobre todo en productos no perecederos procedentes de Asia.
- La Feria Comercial más importante del país es *Expocomer* que es enfocada al sector de la construcción, tiene carácter anual (marzo), organizada por la Cámara Panameña de Comercio
- Los empresarios están organizados en Cámaras, siendo la más importante la de Panamá, seguida de la de Chiriquí y Colón. Otras Asociaciones importantes son: El Sindicato de Industriales de Panamá, Asociación de Ejecutivos de Empresa y la Asociación de Importadores de Víveres (Acovipa). La organización más importante dentro de los Sectores es la Cámara de la Construcción.
- La mayoría de los sectores no están regulados, a excepción de los servicios públicos. Recientemente el sector telecomunicaciones entró en libre competencia y el de hidrocarburos.

4.4.1 Agentes, Distribuidores y Socios

- Son distribuidores o representantes, quienes por cuenta propia, venden, distribuyen, promueven, expenden o colocan bienes o servicios de una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, llamada principal a quien están ligados por un contrato de distribución o representación.
- Se presenta al igual que en Centroamérica la prohibición de representar empresas nacionales o extranjeras que compitan entre sí.

- Se permite la exclusividad siempre y cuando se establezca expresamente.
- Se establece a favor del proveedor la posibilidad de negarse a aceptar una solicitud o requerimiento del producto sin tener la obligación de expresar motivo.
- El agente de comercio tendrá derecho a una comisión sobre la cuantía del negocio que se realice por su intervención, de acuerdo con los usos y prácticas comerciales de Panamá. En ese sentido conviene estipular condiciones en forma escrita.

4.4.2 Franquicias

El establecimiento de franquicias no cuenta con una regulación específica, por lo que se le aplican las reglas comunes de contratación contenidas en el código civil y de comercio.

Panamá es un mercado atractivo para las franquicias generales o específicas. En este país no existen controles sobre regalías o transferencias. Los segmentos más importantes para realizar franquicias son: Recreación, servicios de entretenimiento, automóviles y hoteles, debido a que, el mercado local demanda mejores facilidades y servicios.

4.4.3 Licencias y Joint Ventures

Toda persona natural o jurídica que pretenda ejercer alguna actividad comercial en la República de Panamá, necesita de una licencia comercial o industrial según la naturaleza de la actividad.

La legislación comercial panameña no regula propiamente el Joint Venture, la figura jurídica que más se le parece en su estructura es el contrato de cuentas en participación. Sin embargo, esto no ha constituido un obstáculo para la realización de proyectos e inversiones en Panamá. A través de esta figura se han logrado licitaciones para diversos servicios públicos y otras formas de inversión.

Los Joint Ventures, especialmente para proyectos grandes, se están volviendo comunes en Panamá, algunos son formados por determinados períodos, como los contratos de construcción y los contratos de transferencia de tecnología. Las utilidades de los Joint Ventures pueden ser

distribuidas anualmente a cada uno de los integrantes y son objeto de tributación de la misma manera que cualquier otro ingreso.

Panamá es un lugar interesante y potencialmente rentable para los acuerdos de licencias y Joint Ventures.

4.5 MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

4.5.1 Distribución

En el sector de productos industriales las ventas son generalmente manejadas por agentes locales exclusivos o distribuidores y en algunos casos las firmas locales realizan sus compras directamente por medio de brokers o a los productores.

Mucho de los mayores importadores de Panamá son también distribuidores regionales localizados en la Zona Libre de Colón. Generalmente los importadores o distribuidores de esta zona, tienen afiliaciones con los almacenes de la ciudad de Panamá para las ventas al detal en el mercado local.

4.5.2 Técnicas de Mercadeo

Los factores clave para tener un buen desempeño en el mercado panameño son: calidad, servicio al cliente, reconocimiento de la marca y un empaque atractivo.

Las estrategias agresivas de mercadeo son usualmente necesarias para lograr el éxito en este mercado.

La competencia entre distribuidores se decide generalmente por el entrenamiento y soporte que recibe de sus representados. Las compañías deben hacer esfuerzos para proveer entrenamiento y servicio técnico a los distribuidores, y estar seguros que los distribuidores tienen los recursos para

ofrecer soporte después de venta, incluyendo repuestos, equipos de servicios, etc. La estructura de precios para la importación de productos en Panamá depende del nivel de competencia. Los costos de transporte y los impuestos de importación dependen del producto.

4.6 LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA

Las reiteradas características de país de servicio basado en la existencia de una legislación atractiva en materia bancaria, fiscal, de creación de empresas y comercial unido a la presencia del Canal y a la exclusión de riesgo de tipo de cambio al ser el dólar norteamericano moneda de curso legal sin restricción alguna, hacen de Panamá un centro idóneo para la triangulación de operaciones de todo tipo y lo convierten en lo que se denomina un paraíso fiscal.

Con el objeto de atraer capital exterior, Panamá se ha adherido al Tratado de Protección de Inversiones de la Agencia Multinacional de Garantía de Inversiones del Banco Mundial (MIGA).

4.7 LOGISTICA Y TRANSPORTE

Abarca una extensión total de 78.200 Km², con 1,700 Km. de Costa sobre el Océano Pacífico y 1,287 Km. sobre el Mar Caribe, posee una de las rutas más importantes del comercio mundial como es el Canal de Panamá, considerado uno de los más importantes Centros Logísticos para el transporte y acopio de carga del mundo. En este se conjugan ventajas como: modernos puertos en ambos océanos interconectados por el ferrocarril, carreteras y aeropuertos internacionales con capacidad para ofrecer todo tipo de servicios de manejo de carga y el enlace con las rutas marítimas más importantes del mundo que facilitan la creación de puentes multimodales, cuyo potencial en las áreas de mercado y producción son de importantes dimensiones.

La actividad productiva panameña se concentra en el sector terciario que abarca el 77% del PIB. Los sectores más importantes son: los servicios del Canal de Panamá, Banca y Finanzas, Seguros, Puertos, Registro de las insignias de los buques y el turismo. La economía también se beneficia de la Zona Libre de Colón que es la sede de más de dos mil compañías. Por su parte el sector secundario concentra el 16.4% del PIB, las industrias más importantes son las de cemento y materiales de construcción, bebidas, adhesivos, automóviles y procesamiento de azúcar.

La infraestructura vial panameña está compuesta por 11.643 Km. de carreteras, de los cuales 4.028 Km. están pavimentadas. Tiene 3 carreteras principales que son: La Panamericana que une la ciudad de Panamá a Costa Rica, La Central y la Transísmica que va desde Ciudad de Panamá a Colón.

El ferrocarril consta de una vía singular de 47 millas uniendo las áreas de Balboa y Colón, con vías de paso disponibles en sitios estratégicos permitiendo el tránsito de dos vías. El ferrocarril se ofrece como un complemento al Canal de Panamá ya que aumenta las posibilidades de rutas, reposicionamiento de mercancías y servicios de conexiones para aquellas navieras y embarcadores que tienen restricciones en el canal en términos de línea de vista, calado y tamaño de los buques. Este es considerado como un corredor aduanero ferroviario en donde la carga puede ser transbordada de una costa a otra libre de impuestos, lo que también ha logrado que el trámite de documentos e inspecciones se agilice para permitir la movilización eficiente de las cargas, vía ferrocarril, entre los puertos.

Actualmente, se está desarrollando el proyecto que busca la ampliación del Canal de Panamá con la construcción del tercer juego de esclusa, el Canal continuará operando normalmente durante la construcción, que será entre el 2007 y 2014.

Por último, Panamá cuenta con la Zona Libre de Colón ubicada en el litoral Atlántico en la entrada del Canal de Panamá, que cuenta con un área de 400 hectáreas y un centro financiero internacional, siendo ésta la segunda zona franca comercial del mundo, después de la de Hong Kong, y la primera en importancia de las Américas. Allí se puede importar, almacenar, someter a

modificaciones y reexportar todo tipo de productos sin que estén sujetos a derechos arancelarios de entrada o salida, ni impuestos específicos.

4.8 INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN EN PANAMÁ

Esta industria se desarrolla con la participación de tres tipos de inversionistas: La inversión pública (Gobierno), la inversión privada local y la inversión extranjera¹⁵. Estas fuentes de inversión generan una variedad de productos que clasificamos de la siguiente manera:

Tabla 9. Inversión pública, inversión privada local e inversión extranjera.

Inversión Pública	Inversión Privada Local	Inversión Extranjera
Financiamiento estatal para proyectos residenciales	Proyectos residenciales y comerciales.	Proyectos residenciales y comerciales.
Proyectos de infraestructura de carreteras, acueductos, de alcantarillado pluvial y sanitario.	proyectos hoteleros y turísticos.	proyectos hoteleros y turísticos.
Proyectos de edificaciones (educación, salud,etc)	Proyectos infraestructura portuaria.	Proyectos infraestructura portuaria.
	Proyectos de infraestructura electrica y telecomunicaciones.	Proyectos de infraestructura electrica y telecomunicaciones.

El desarrollo de la Industria de la Construcción obedece entre otros a los siguientes factores:

- Confianza en el sistema económico.
- Liquidez en el sistema bancario, que permita la disposición de fondos de inversión.
- Bajas tasas de intereses en las cuentas de ahorro y depósitos a plazo.
- Incentivos fiscales adecuados para incentivar la inversión (a compradores, promotores e inversionistas).
- Demanda por el producto, capacidad de adquisición y estabilidad económica de los compradores.
- Estabilidad política.
- Mano de obra y materiales.

¹⁵ Guía para exportar a Panamá

4.8.1 Competencia y Barreras De Participación

Las empresas miembros de La Cámara Panameña de La Construcción, están a la cabeza en la oferta y desarrollo de proyectos residenciales en todos los segmentos de costos (bajo, medio y alto). En el desarrollo de infraestructuras las calificaciones y el nivel de competencia de los miembros del gremio (CAPAC), han permitido que a empresas nacionales se les adjudique la ejecución de importantes proyectos del Estado. La industria de la Construcción se desempeña en un fuerte ambiente de competencia y sin restricciones a la participación de empresas locales o extranjeras.

4.9 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

El análisis de esta metodología se realizó basada en la información encontrada y en entrevistas a expertos en el tema

1. Variables que determinan el poder de los proveedores

- Calidad
- Diseño y confort de los proyectos.
- Servicio al cliente
- Costo de insumos en acabados
- Importancia del volumen al proveedor
- Poca presencia de sustitutos locales
- Alta cantidad de materia prima e insumos para acabados importados
- Integración vertical
- Las tasas de crecimiento de la industria.

2. Variables que determinan las barreras de entrada

- Falta de estructuración en el sistema administrativo del país.
- Se debe tener sociedades, distribuciones o comercializaciones del país.
- Experiencia
- Sindicato en la construcción, cultura del trabajador y reglamentación laboral.
- La legislación y reglamentación para prevención de desastres.
- La moneda, el dólar por el valor adquisitivo.
- Requerimientos de capital
- Acceso a distribución.



5. Variables que determinan la intensidad

- Competidores equilibrados
- Las tasas de crecimiento de la industria.
- Alta inversión extranjera.
- Costos fijos elevados y variables elevados
- Crecimiento del turismo

3. Variables que determinan el poder de los compradores

- Volumen de compra
- Sensibilidad al precio, a la cuota que tienen que pagar. (la letra)
- Mayor poder de negociación por las nuevas condiciones.
- Productos sustitutos.

4. Variables que determinan el poder de los sustitutos

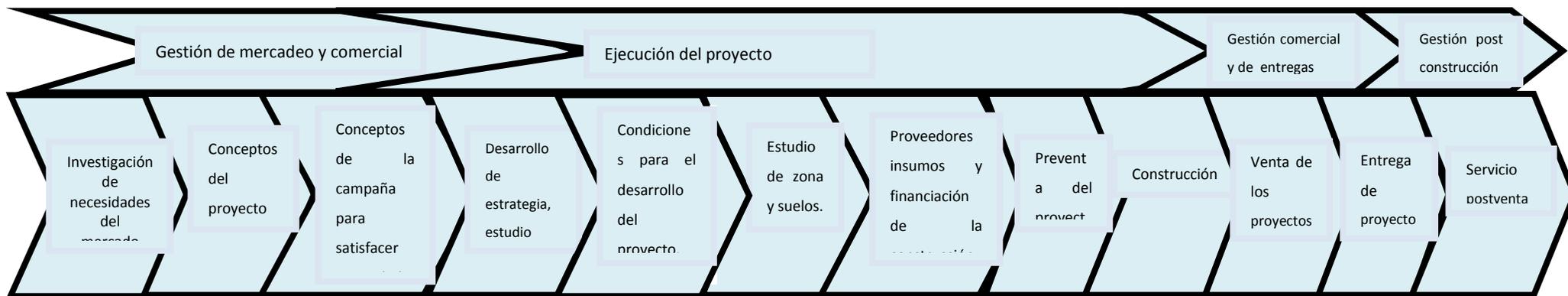
- Alta variedad de sustitutos importados
- Propensión a probar otros productos.

4.10 CADENA DE VALOR

En Panamá se debe enfocar el sector de la construcción en tres frentes:

- Gestión del desarrollo inmobiliario para panameños.
- Gestión del desarrollo inmobiliario para inversionistas.
- Gestión del desarrollo de turismo

Esta cadena de valor aplica para las tres gestiones que se proponen en ese país, donde el primer proceso que se muestra, que es investigación de necesidades, puede ser enfocada al sector inmobiliario o al turismo, y puede ser realizado por panameños o por inversionistas extranjeros.



4.11 OPORTUNIDADES PANAMA

Teniendo en cuenta el análisis del mercado panameño, y lo mencionado en la cadena de valor con los tres potenciales frente de trabajo, se podría ampliar lo siguiente:

4.11.1 Gestión del desarrollo inmobiliario para panameños

Se observa que en Ciudad de Panamá las unidades de vivienda con precios inferiores a US\$100.000 tienen un buen mercado y para cautivarlo, un servicio al cliente y garantía Post-venta sería un factor diferenciador, ya que el servicio actual tiene falencias. Prueba de ello es que algunas compañías colombianas han venido y continúan ejecutando y administrando con éxito proyectos en ese país.

Se podría decir que las unidades de vivienda con precios superiores al mencionado en este numeral, no serían un negocio atractivo, ya que el mercado satisfizo este nicho, sobretodo en la época de dominio de canal por parte de los norteamericanos.

Por otro lado como un efecto que atraiga a los panameños para las nuevas obras, se tendría la oportunidad de comenzar a ofrecer materiales o métodos de construcción más amigables con el medio ambiente como lo son los muros flexibles como el Dry Wall, ya que esto disminuye costos y reduce el impacto ambiental, tema que debe ser sensible en países donde se tiene tanta densidad de población en las ciudades. El ahorro de agua y energía también puede pesar mucho aquí por ser un tema que además de atender el llamado de todo el mundo, reduce los costos de operación y mantenimiento para los compradores.

4.11.2 Gestión del desarrollo inmobiliario para inversionistas:

Por ser el país un paso obligado de las mercancías que van desde y hacia tantos países de América, pensar en el desarrollo de plataformas logísticas que permitan integrar o separar cargas para aportar al costo de operación y distribución de las compañías, sería una buena opción.

4.11.3 Gestión del desarrollo de turismo:

Debido al atractivo turístico que representa para el mundo el canal por ser una mega estructura única en su género, a la posibilidad de tener muy cerca playas en los dos océanos y al clima tropical que buscan los habitantes de muchos países con estaciones, se tiene en el sector hotelero una gran oportunidad de negocio, ya que esta combinación de variables hace que sea un lugar propicio para negocios y descanso.

De la mano con lo anterior se tienen las autopistas y otras obras de infraestructura que como efecto secundario de la ampliación del canal se construyen en un que además posee un alto flujo de mercancías, y una gran zona libre como lo es Colon y aquí si bien no se tienen firmas que puedan ejecutar obras de gran tamaño a nivel internacional, si puede en el corto plazo sacar provecho de este mercado si se tiene en cuenta el comportamiento deficitario que presenta en la balanza comercial este país y que Colombia tiene la capacidad de abastecerlos de gran cantidad de materiales para dichas obras.

5. ARGENTINA

5.1 POBLACIÓN Y GEOGRAFIA

Argentina es un estado soberano, organizado como república representativa y federal, situado en el extremo sureste de América. Su territorio continental americano, que abarca gran parte del Cono Sur, limita al norte con Bolivia y Paraguay, al nordeste con Brasil, al oeste y sur con Chile y al este con Uruguay y el Océano Atlántico. Argentina tiene una longitud aproximada de 3.300 km., con una anchura máxima de 1.384 km. Su territorio está dividido en 23 provincias y una ciudad autónoma, Buenos Aires, capital de la nación y sede del gobierno federal.

5.1.1 Población

Argentina tiene algo más de 40.300.000 habitantes, lo que da una densidad media de unos 14,5 h/km². Sin embargo, esta población está desigualmente repartida por el territorio. Las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Mendoza suman más de dos tercios del total. La mayor densidad de población se sitúa en la Capital Federal con 14.827 h/km², mientras que la menor se encuentra en Santa Cruz con 0,7 h/km². El menor número de habitantes está censado en Tierra del Fuego. En la actualidad se trata de una sociedad urbana, ya que viven en las ciudades más de un 87% de la población.

5.1.2 Análisis de la Economía

Cerca de 40 millones de habitantes promedian índices de desarrollo humano, renta per cápita, nivel de crecimiento económico y calidad de vida, que se encuentran entre los más altos de América latina. Según el Banco Mundial, su PIB nominal es el 30º más importante del mundo, pero

si se considera el poder adquisitivo su PIB total transforma al país en la 23ª economía más importante del mundo. Actualmente Argentina está clasificada como un país de ingresos medianos altos o como un mercado emergente.

Esta aseveración se ratifica en su grado de posicionamiento en la economía, su fortaleza a nivel de Reservas del Banco Central; mantiene un superávit fiscal y comercial; los bancos públicos y/o privados cuentan con activos no contaminados; posee abundantes recursos naturales y energía. Así mismo, existe un nivel de decisión política significativo que genera un paquete anticíclico y toma de iniciativas bastantes parecidas a las de otros países, tanto de características similares, como con un mayor grado de desarrollo¹⁶. Como se puede observar, Argentina tiene bases sólidas para afrontar la crisis. Sin embargo, no se desconoce que esta situación también ha golpeado de cierta manera el sector que interesa analizar en este estudio, la construcción.

5.1.3 Desempleo

El estancamiento en la generación de empleo en Argentina, combinado con el crecimiento vegetativo de la población podría aumentar el desempleo hasta el 11%, según estimó el economista del Instituto para el Desarrollo Social Argentino (IDESA), Jorge Colina.

Sin embargo, según explicó el experto, la crisis actual no será tan grave como la que vivió el país en el 2002 en donde se registraron tasas del 24%.

Para el economista no habrá destrucción de empleo, pero el porcentaje de desempleados subiría por "los nuevos entrantes al mercado de trabajo o por mujeres que salgan a buscar para completar los ingresos del hogar".

5.1.4 Perspectivas para 2009, Enfocada en la crisis actual.

¹⁶ García Delgado Daniel, FLACSO Argentina. Artículo del mes, Crisis global: Políticas públicas en una era de incertidumbre, pagina 1.

El director del Banco Central Arnaldo Bocco cementa. “Si miramos la crisis mundial que empezó en julio de 2007, Argentina viene teniendo consecuencias secundarias, y más si se compara con países vecinos”. Como se menciona en párrafos anteriores, La economía presenta fortalezas que no tuvo antes frente a otros shocks externos: superávit fiscal y comercial desde hace varios años, tipo de cambio competitivo y flexible y un sistema bancario en condiciones extremadamente mejores que antes de cualquier otra crisis.

Que haya escudos de protección y que en comparación con otras naciones como Brasil, Chile, Perú o Colombia el impacto de la crisis sea menor no significa que no vaya a ocurrir. Ya se le está viendo. Seguirán las tensiones en materia de empleo y en la discusión salarial, y a eso se suman elementos internos, como la sequía, el conflicto que plantea el sector agropecuario y el escenario electoral.

Para contrarrestar en cierta forma la crisis el gobierno debe continuar fortaleciendo lo que viene haciendo hasta ahora y enfocar sus esfuerzos en renovar o cambiar las acciones que no estén dando resultado, el estado de algunas perspectivas es el siguiente:¹⁷

“El sector financiero, en Argentina está bien. Los bancos están totalmente sólidos. Ese es un factor central que neutraliza la crisis”.

“Hay riesgo cero de default. El programa financiero está cubierto. Ya lo estaba antes del canje de los Préstamos Garantizados y ahora mucho más. El canje le dio espacio fiscal a Argentina para poder volcar dinero en la economía y contrarrestar la crisis, un monto del 0,5 por ciento del PIB”.

“En la coyuntura de los últimos meses lo importante es sobrellevar el estrés que produjo la crisis en la región. Argentina fue el país que menos estrés vivió, de donde salieron menos capitales y la devaluación nominal fue más baja.”

¹⁷ Argentina de Contagia? 1 de Febrero del 2009, <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/index-2009-02-01.html>

“La principal fortaleza de Argentina es que su ritmo de crecimiento de los últimos años no dependió del ingreso de capitales. Ahora que los capitales fugan en todo el mundo, a Argentina los golpea menos.”

“Se venía viviendo con lo propio. No hubo endeudamiento sino desendeudamiento.”

“Desde el punto de vista fiscal, hay superávit primario y financiero. Hay margen para actuar.”

“La estrategia es dar empleo como primera medida de contención. Veremos el margen fiscal, pero podría haber más inyección directa de fondos en la población como se hizo a fines del año pasado.”

Las anteriores son algunas de las razones por la cuales Argentina esta sobrellevando la crisis, como lo decíamos anteriormente el gobierno continuará reforzándolas como una estrategia para atacar la crisis actualmente existente.

5.2 COMERCIO EXTERIOR

5.2.1 Balanza Comercial

Durante los tres últimos años la balanza comercial de Argentina ha registrado superávit relativamente estable del 2005 al 2007 para un aumento promedio anual inferior al 1%.

Tabla 10. Balanza comercial de Argentina

Balanza Comercial de Argentina			
	Millones US\$	Millones US\$	Millones US\$
COMERCIO EXTERIOR	EXPORTACIONES (FOB)	IMPORTACIONES (CIF)	BALANZA COMERCIAL
2005	\$ 40.106	\$28.689	\$11.418
2006	\$ 46.546	\$ 34.154	\$12.393
2007	\$ 55.780	\$ 44.708	\$11.072

Fuente www.trademap.org



Figura 5. Balanza comercial Argentina
Fuente www.trademap.org

5.2.2 Balanza Comercial en el Sector de la construcción.

En el siguiente cuadro observaremos la balanza comercial de Argentina del sector de la construcción en el año 2007, la cual se realizó basada en las siguientes partidas:

- Cemento: Granito, asbesto, cemento Portland.
- Madera y su manufactura.
- Manufactura de piedra y cemento
- Productos cerámicos
- Hierro y acero
- Fundición hierro
- Cobre
- Níquel

Tabla 11. Balanza comercial de Argentina en el sector de construcción año 2007

Balanza comercial de Argentina en el sector de la construcción.

Año 2007

Importaciones/tamaño del mercado	\$2.723.984
Exportaciones	\$2.505.973
Balanza comercial	-\$218.011

Fuente www.trademap.org

5.2.3 Comportamiento de las Importaciones

En el último año el crecimiento de las importaciones fue de 30,9% con respecto al año 2006.

En los dos últimos años las importaciones de Argentina registraron un aumento del 25,51% promedio anual.

Brasil es el principal proveedor de las importaciones Argentinas, durante 2007 con una participación de 32,8%, seguido por Estados Unidos con 11,9%, China 11,4%, Alemania 4,8%, México 3,0%, Japón 2,7%, Italia 2,4%, Francia 2,4% y Paraguay con 2,4%. Se importó desde Colombia el 0,2%.

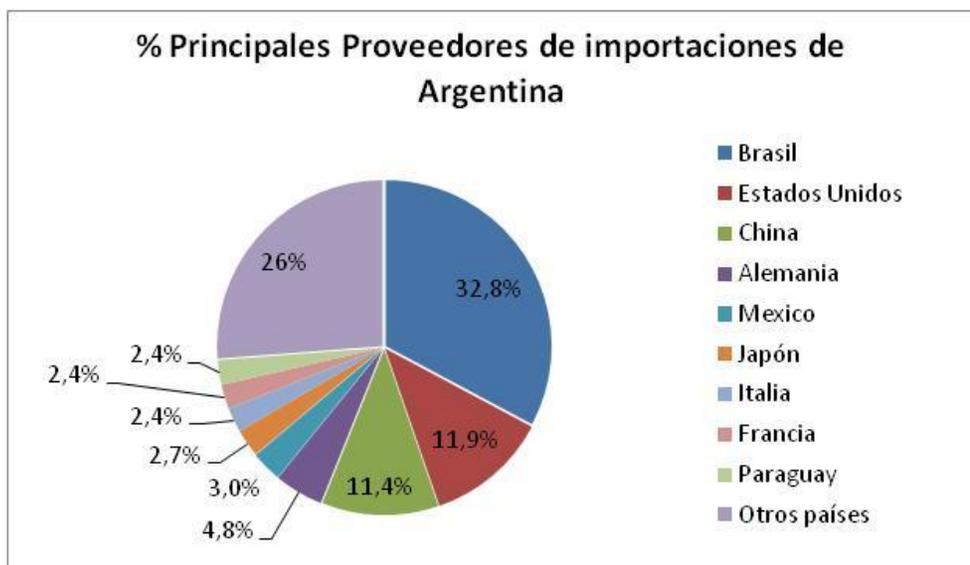


Figura 6. Porcentaje de los principales proveedores de importaciones de Argentina

Fuente www.trademap.org

5.2.4 Comportamiento de las exportaciones

Durante el período 2005 -2007, las exportaciones Argentina han presentado una tendencia creciente en promedio del 18%. Durante 2007, las exportaciones crecieron 19,8% frente al año anterior.

En cuanto a los socios comerciales de exportación, en 2007 se encuentran: Brasil en primer lugar con 18,8%, seguido por China con 9,3%, Estados Unidos 7,8%, Chile con 7,5%, España 3,7%, Países Bajos con 3,2%, México 2,6%, Italia 2,5%, Alemania y Uruguay cada uno con 2,2%. Los diez principales socios son el destino del 60% de las exportaciones de Argentina. Colombia participó con el 1,70%.

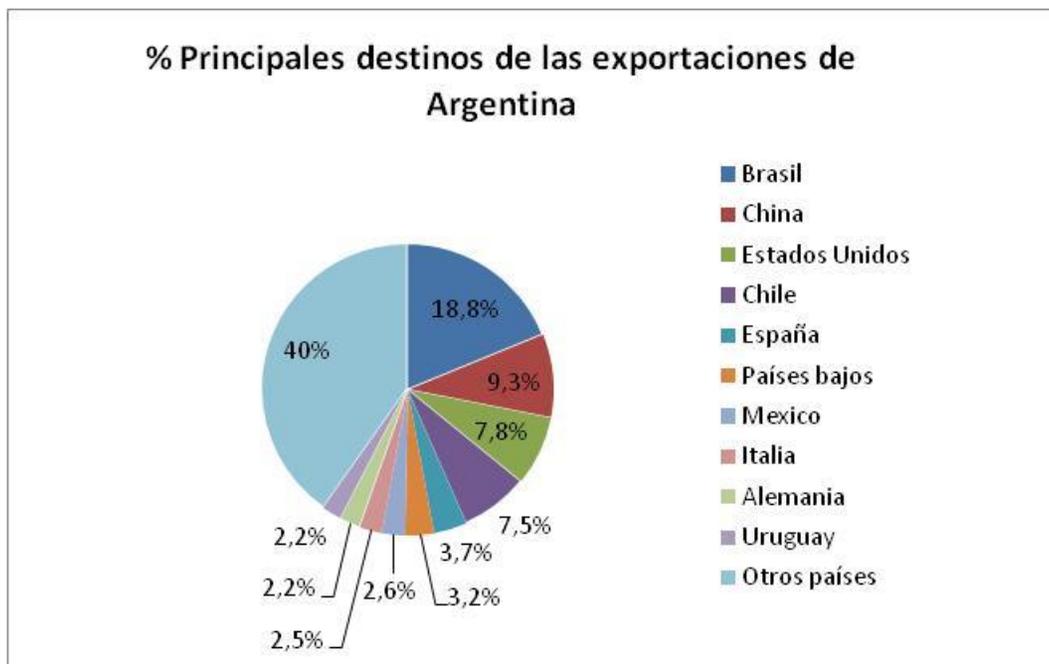


Figura 7. Porcentaje de los principales destinos de las exportaciones de Argentina
Fuente www.trademap.org

5.2.5 Análisis del Intercambio Bilateral con Colombia

La balanza bilateral entre Colombia y Argentina registró superávit decreciente a favor de Argentina durante los dos años de análisis, debido a las altas exportaciones de Argentina a Colombia.

Tabla 12. Comercio Bilateral entre Argentina y Colombia.
COMERCIO BILATERAL ENTRE ARGENTINA Y COLOMBIA

	Millones US\$ EXPORTACIONES ARG A COL	Millones US\$ IMPORTACIONES ARG DE COL	Millones US\$ BALANZA COMERCIAL
2006	\$ 550,87	\$ 55,95	\$ 494,92
2007	\$ 576,03	\$ 91,02	\$ 485,01

Fuente www.trademap.org

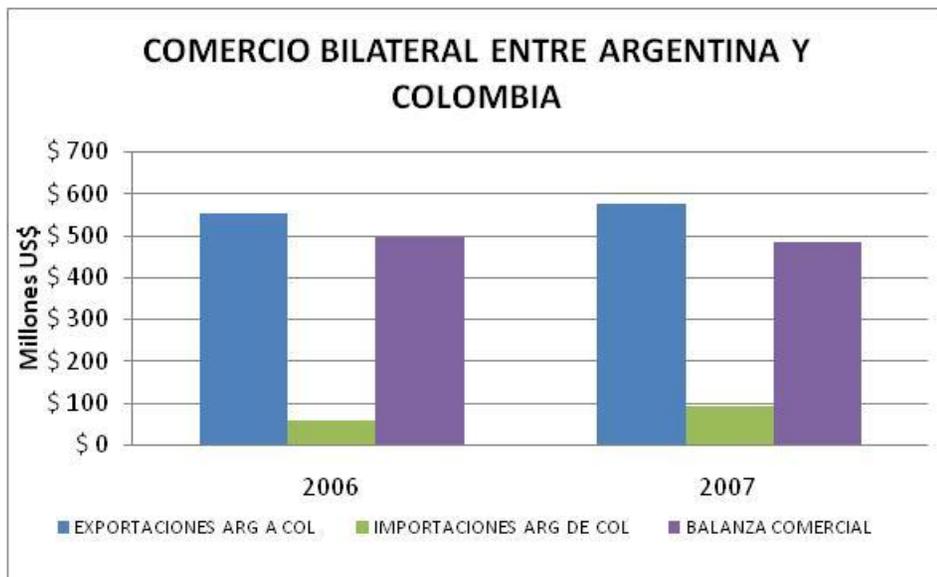


Figura 8. Comercio bilateral entre Argentina y Colombia
Fuente www.trademap.org

5.3 ACUERDOS COMERCIALES

Hoy en día Argentina posee varios acuerdos comerciales algunos de ellos son:

- **Acuerdo de Complementación Económica No.59 CAN – MERCOSUR:** Los países miembros de la Comunidad Andina (Con excepción de Bolivia) y MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), suscribieron el 18 de octubre de 2004 el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica No. 59, el cual entró en vigencia a partir del 1 de febrero de 2005.
- **Mercado Común del Sur (MERCOSUR):** La República de Argentina, la República Federativa del Brasil, la República del Paraguay y la República Oriental del Uruguay, firmaron el 26 de marzo de 1991, el Tratado de Asunción constituyendo el Mercado Común del Sur, MERCOSUR, considerando que la ampliación de las dimensiones de sus mercados nacionales, a través de la integración, constituía condición fundamental para acelerar sus procesos de desarrollo económico con justicia social. Argentina se vincula a través de Mercosur con otros países a través de los siguientes acuerdos:
 - Argentina-México ACE 6
 - MERCOSUR-Chile ACE 35
 - MERCOSUR-Bolivia ACE 36
 - Acuerdo Marco MERCOSUR-México ACE 54
 - MERCOSUR - México (Sector Automotor) ACE 55
 - MERCOSUR-Perú ACE 58
 - MERCOSUR - India
 - MERCOSUR - Cuba ACE 62
 - MERCOSUR - Israel
 - MERCOSUR - Consejo de Cooperación del Golfo (CCG)
 - MERCOSUR - Egipto
 - MERCOSUR - Turquía
 - MERCOSUR - Jordania
- **Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y MERCOSUR:** Los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del Mercado Común del Sur

(MERCOSUR), y el Gobierno de la República de Chile serán denominados Partes Signatarias. Las Partes Contratantes del presente Acuerdo son el MERCOSUR y la República de Chile. (Vigencia del acuerdo desde el 1º de Octubre de 1.996).

- **Otros acuerdos:**

- Preferencia Arancelaria Regional (PAR) – ALADI
- Acuerdo MERCOSUR – Estados Unidos
- Acuerdo MERCOSUR – Bolivia
- Acta de Entendimiento de Cooperación en Materia de Comercio e Inversiones entre el MERCOSUR Y Canadá
- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) - SGP Europeo
- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) - SGP Estadounidense
- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) - SGP Japonés

5.3.1 Requisitos para entrar productos a Argentina

Tradicionalmente Argentina ha sido un país muy proteccionista. Sin embargo, durante los años 90 se produjo una gran apertura al exterior. Esta apertura se vio frenada por la devaluación del peso en el 2002, el cual durante los años siguientes funcionó como una poderosa barrera comercial (apoyada por el gobierno que mantenía el peso especialmente barato). Sin embargo la alta inflación de los últimos años y en los últimos meses la política cambiaria que ha supuesto una apreciación del peso frente a numerosas monedas han hecho que esta protección frente a las importaciones deje de ser efectiva.

Ante esta situación Argentina ha incrementado los obstáculos y barreras comerciales ya existentes en un intento de proteger a su industria nacional. Para ello ha ampliado la aplicación de las licencias no automáticas a nuevos productos e incumple los compromisos establecidos en la OMC de resolver estas licencias en 30 días. Además exige numerosos certificados de origen, de composición, sanitarios y fitosanitarios, normas específica de etiquetaje que sirven como barreras de entrada. Adicionalmente, existen listados de precios de referencia; la importación a precios inferiores conlleva la obligación de justificar el precio y el cobro de derechos aduaneros correspondientes a esos precios en caso de una explicación insatisfactoria. Así, Argentina ha defendido el aumento de los aranceles de numerosos productos en el marco del MERCOSUR.

Entre los principales problemas a los que deben hacer frente los comerciantes que quieran entrar al país, se encuentran los siguientes:

- El gobierno nacional y varios provinciales, restablecieron un régimen de preferencia a los proveedores/contratistas locales, por el que éstos pueden presentar una segunda oferta y ganar una licitación internacional si su precio no es superior al 105 % de la mejor oferta internacional.
- Muchos productos son revisados, en Aduana, a través de lo que se llama el Canal Morado, que supone una comparación con precios de referencia y un procedimiento muy largo de verificación y poco transparente.
- Derechos de Importación Específicos Mínimos (DIEM) para numerosos productos. Se trata de un arancel específico. Se aplica alternativamente al ad valorem, dependiendo de qué arancel aporte una mayor recaudación.
- Lento funcionamiento de las Aduanas Argentinas.

5.4 SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN ARGENTINA

Según estimaciones preliminares, el Producto Interior Bruto (PIB) de Argentina creció en 2008 un 7%. Durante el 2007, último período con datos cerrados, el crecimiento argentino fue del 8,7%¹⁸.

Específicamente, la actividad de la construcción presentó un incremento en este período de 6,4%, debido principalmente a la edificación de obras privadas, en particular edificios de apartamentos y viviendas residenciales en barrios cerrados y zonas turísticas. También se destacó la acción de la obra pública, principalmente por trabajos viales, de infraestructura, viviendas y escuelas.

¹⁸ Elaborado por la oficina Económica y comercial de España en Buenos Aires, Informe Económico y comercial, Argentina, Pagina 12.

El PIB de hoteles y restaurantes experimentó un crecimiento del 7,8% en el periodo, gracias a la renovada expansión del turismo internacional y doméstico, que contribuyeron a que los establecimientos mejoraran sus grados de ocupación. Este comportamiento sostenido viene impulsando en los últimos años una fuerte corriente inversora en la construcción de hoteles a lo largo de toda la Argentina¹⁹.

Tabla 13. PIB por sectores de origen y componentes

PIB (por sectores de origen y componentes del gasto)	2005%	2006%	2007%	2008%
POR SECTORES DE ORIGEN				
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA	5,58	5,22	5,30	4,88
PESCA	0,10	0,15	0,12	0,12
MINERÍA	1,78	1,71	1,57	1,37
MANUFACTURAS	17,88	17,97	17,87	16,6
CONSTRUCCIÓN	6,22	6,78	6,88	6,15
COMERCIO	13,62	13,59	13,97	12,98
HOTELES Y RESTAURANTES	2,66	2,64	2,64	2,45
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	10,30	10,80	11,34	11,02
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	3,04	2,95	2,88	2,58
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	4,21	4,76	5,21	5,28
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	14,90	14,37	13,89	12,73
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	5,27	5,09	4,86	4,36
ENSEÑANZA, SERVICIOS SOCIALES Y SALUD	8,10	7,79	7,52	7,34
OTROS SERVICIOS*	5,74	5,70	5,58	5,55
TOTAL	100	100	100	100

* Hasta 2007 agrupa a los servicios de enseñanza, servicios sociales y salud, junto con los “otros servicios”.

Fuente: INDEC, Marzo 2009

La construcción profundizó su desaceleración a lo largo de 2008, tras varios años de fuerte expansión (ver grafico siguiente)

¹⁹ Elaborado por la oficina Económica y comercial de España en Buenos Aires, Informe Económico y comercial, Argentina, Pagina 12.

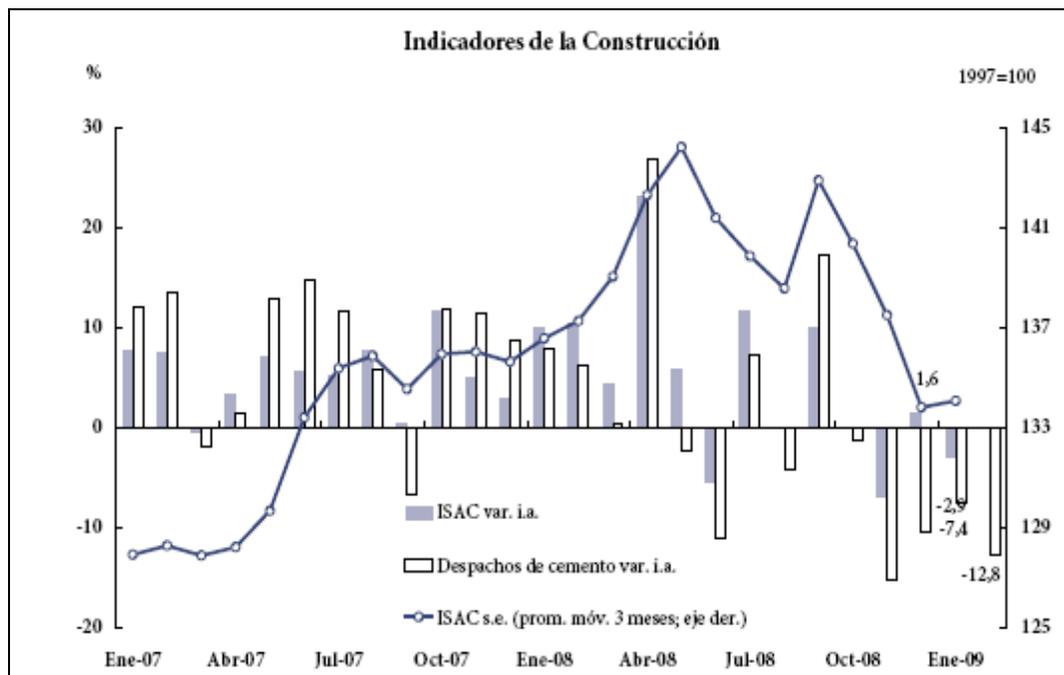


Figura 9. Indicadores de la construcción

Fuente: INDEC y AFCP, 2008

ISAC (Índice Sintético de Actividad de la Construcción)

La incertidumbre generada por la crisis internacional y la menor demanda de inmuebles continúan afectando negativamente al sector. Para lo que resta del 2009 se prevé una evolución diferenciada entre las obras privadas y las vinculadas al sector público. El sector privado podría reducir su actividad según se desprende del comportamiento de los despachos de cemento, de los permisos de la construcción y de las perspectivas de los empresarios²⁰. En tanto, la implementación de los planes gubernamentales de infraestructura incrementaría la actividad de las empresas ligadas principalmente a las obras públicas, que fueron las de menor dinamismo durante el 2008. En este sentido, en diciembre pasado el Gobierno anunció el “Plan de Obras para Todos los Argentinos”, que incluía inversiones vinculadas a la energía, la minería, las comunicaciones, el transporte y las viviendas. De acuerdo a lo programado, estos fondos destinados a infraestructura y viviendas para el 2009 duplicarían los del 2008.

²⁰ Banco Central de la República Argentina, Boletín de Estabilidad Financiera Primer Semestre del 2009, Editada por la Subgerencia General de Economía y Finanzas, Fecha de publicación Marzo 2009, Pagina 44.

En este orden de ideas cabe considerar que las empresas de la construcción mantienen bajos niveles de endeudamiento (en el orden de 12% del PIB sectorial) que sumados a los beneficios obtenidos de la actividad en los últimos años, les puede permitir seguir contando con una buena posición económica y financiera más allá del impacto de una eventual mayor ralentización en la actividad del sector en los próximos meses²¹.

Gracias a las medidas del gobierno y a la preparación que han tenido las empresas del sector para afrontar la crisis, el índice Construya, que cuantifica la evolución mensual del mercado de la construcción en la Argentina a través de la actividad de las 12 empresas líderes del sector, (Later-Cer/Cerámica Quilmes, FV, Loma Negra, Cerro Negro, Klaukol, Aluar División Elaborados, AcerBrag, Plavicon, El Milagro-Cefas, Ferrum, Eternit-Durlock, Acqua System.) registró en abril un incremento del 12,01%, comparado con el mes de marzo que tuvo una caída del 2.4%, aunque con respecto al año anterior en el mismo mes, cayó un 12% . De acuerdo a estos datos, la construcción vuelve a dar señales de vida luego de un primer trimestre de fuerte desaceleración²². Esta evolución estaría en línea, según distintos analistas, con el rebote que están experimentando otros indicadores, como el del consumo, en el cuarto mes del año.

5.4.1 El empleo dentro de la Industria de la Construcción

Hoy en día la industria de la construcción ha sido la principal impulsora de la recuperación del empleo después de 2002, ocupando un 9,5% del total de la fuerza de trabajo en el 2007²³.

²¹ Banco Central de la República Argentina, Boletín de Estabilidad Financiera Primer Semestre del 2009, Editada por la Subgerencia General de Economía y Finanzas, Fecha de publicación Marzo 2009, Pagina 44.

²² Síntomas de rebote en el sector de la construcción, 8 de Mayo del 2009, <
http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2009/5/edicion_198/contenidos/noticia_5431.html>

²³ Perspectivas Optimistas para el sector de la construcción, 31 de Diciembre del 2008 <
<http://www.ellibertario.com/2008/12/31/perspectivas-optimistas-para-2009-en-el-sector-de-la-construccion/>>

El empleo de la construcción se estabilizó en febrero, no registrando variaciones en relación a Enero. El dato registrado por el Instituto de Estadísticas y Registros de la Construcción (Ieric) es significativo, dado que modifica una tendencia que se venía observando desde hace meses, cuando caía de forma mensual sin excepciones.

Así, el sector emplea en la actualidad a casi 325.000 trabajadores, cifra que si bien se encuentra por debajo de los máximos que alcanzó hacia finales del 2007, marca aún un alto nivel de ocupación. En febrero el empleo se incrementó en 15 provincias. Esto es interesante destacarlo, dado que estaría dando cuenta de una estabilización a lo largo de buena parte del país. En este sentido, las provincias donde más ha crecido el empleo son Misiones, Santa Cruz, Chaco, Río Negro y Formosa, todas con aumentos por encima del 4,5% en un mes. No obstante, es también importante destacar que las grandes jurisdicciones no se han incorporado a dicho proceso de recuperación del empleo, con la excepción de Córdoba donde creció un 2,3%. De todas formas, la contracción en Buenos Aires, Capital Federal y Santa Fe no ha sido considerable²⁴. Las mayores caídas del empleo se han dado en las provincias de Corrientes (-40,2%), La Pampa (-36%) y La Rioja (-32,2%), en todos los casos en relación a febrero de 2008. Tal situación se espera que pueda revertirse con los planes de obra pública, dado que se trata de provincias donde dicha actividad tiene un destacado peso en la construcción. Es importante mencionar que las jurisdicciones más grandes han evidenciado significativas caídas del empleo, especialmente en Córdoba (-22,9%) y Santa Fe (-23,3%), aunque también en Ciudad de Buenos Aires (-8,7%), GBA (-12,7%) y el interior de Buenos Aires (-11,5%).

5.4.2 Mercado Inmobiliario dentro de la industria de la Construcción

Es importante resaltar que otro aspecto que influye bastante dentro del sector es el costo de las propiedades, lo cual se traduce en rentabilidad para las empresas. Hoy en día este aspecto en Argentina se encuentra en dificultades, puesto que como reveló el Instituto de Estadísticas y

²⁴ Van más Empleos pero a la vez menos demanda de materiales, 6 de Mayo del 2009 <
<http://www.territorioidigital.com/nota.aspx?c=9979486032816087>>

Registro de la Construcción (Ieric), los movimientos de febrero evidenciaron que la cotización de los inmuebles en el país continúa un proceso de depreciación. Así, en los alquileres se registró una desaceleración “situación que se viene registrando desde mediados del 2008, y que se consolida cada vez más”.

Esta desaceleración se relaciona en buena medida con el enfriamiento del mercado inmobiliario, situación que ha llevado a que muchos propietarios aumenten la oferta de propiedades en alquiler, facilitando que los inquilinos no convaliden una expansión de los precios.

El crédito hipotecario para vivienda en marzo comenzó a desacelerar su ritmo de avance. Su stock cayó por primera vez en años. “En efecto, el stock de préstamos hipotecarios cayó casi 94 millones de pesos, luego de haber crecido de forma sostenida por encima de los 100 millones mensuales durante muchos períodos”²⁵.

De esta manera, la desaceleración del aumento del crédito hipotecario se relaciona con la caída de las operaciones y el estancamiento de los precios, en un contexto donde la participación de las hipotecas en el total de operaciones inmobiliarias se encuentra estancada por debajo del 8% desde hace años.

El primero de los factores que puede ayudar a una rápida recuperación del mercado inmobiliario, es la reaparición del crédito hipotecario, lo que permitiría nuevamente el acceso de los sectores medios a la vivienda. No obstante estos “nuevos préstamos hipotecarios”, no deben tener las características que se ofrecen en la actualidad, ya que por el fondeo de corto plazo del que disponen los Bancos (en su mayoría proveniente de plazos fijos, cajas de ahorro y cuentas corrientes) se genera mayor riesgo de despojo para las entidades y en consecuencia muchas de ellas son reticentes a prestar. En este sentido, se debería alentar el fondeo de largo plazo (provenientes del ANSES, titulación, fondos de inversión específicos, etc.) que deben aplicarse en forma conjunta de modo de contribuir a disminuir las tasas de interés que ofrecen los Bancos.

²⁵ Van más Empleos pero a la vez menos demanda de materiales, 6 de Mayo del 2009 <<http://www.territorioidigital.com/nota.aspx?c=9979486032816087>>

Bajo una política integral de vivienda debe alentarse la acción del Estado a través de los fondos del F.O.N.A.V.I. y los institutos de la vivienda para atender los sectores de bajo recursos, como también definir una postura en cuanto al rol del Banco hipotecario, hoy en manos privadas.

Ahora bien, en el plano de análisis del corto plazo, bajo un mercado que tiende a un menor nivel de actividad, es necesario un cambio de actitud de algunos de los corredores inmobiliarios, que muchas veces sabiendo que las contraofertas son cada vez mayores, incrementan los valores, o con el fin de obtener más propiedades en su cartera, generan una sobretasa de hasta un 20% en el valor de los inmuebles.

Por último, los desarrolladores y constructores tendrán que reconsiderar los “grandes proyectos”, estudiando la factibilidad de cada emprendimiento de acuerdo a las necesidades de cada zona de la ciudad. En este ámbito puede decirse que actualmente existen necesidades objetivas de infraestructura en la ciudad y un debate permanente sobre la urgencia de una política de urbanización de villas de emergencia²⁶.

5.4.3 Perspectivas para el sector de la construcción

Como se ha podido observar durante el análisis del sector en Argentina se puede concluir que la situación es alentadora, puesto que se está apostando a la construcción de obra pública, donde se considera que se compensará la caída del sector privado. Esta aseveración se ratifica en el hecho de que los empresarios del sector que realizan obras privadas, estimaron que la disminución de la actividad se debió principalmente a la caída de la actividad económica (39,4%), a la falta de inversión en obras privadas (24,2%), falta de créditos (12,1%), entre otras razones²⁷.

Igualmente, los análisis realizados en esta temática proveen un resto de año 2009 favorable para el sector, con una visión positiva que se fundamenta en que a pesar de la difícil coyuntura internacional, durante el 2008 la actividad en Argentina creció un 5%.

²⁶ Asentamientos informales formados por viviendas precarias.

²⁷ Reporte Económico, Informe del sector construcción e inmobiliario, La construcción se desacelera en forma breve, Mayo 2009, Numero 1, Pagina 1.

En este sentido, es posible mencionar que "el 2008 terminó bien", expresión planteada por el secretario de Obras Públicas, José López, en referencia al crecimiento anual del 5 por ciento en el negocio de la construcción registrado en el 2008, "teniendo en cuenta el contexto internacional" desfavorable. Este funcionario aseguró que "más del 80 por ciento" de los constructores "tiene expectativa favorable" para el resto del 2009, cuando la "economía va a crecer en el orden de los 7 puntos, lo que es tremendamente importante para el sector"²⁸.

Adicionalmente, Gregorio Chodos aseguró que las expectativas para el 2008 "se cumplieron totalmente", y remarcó que el sector creció "en forma constante durante los últimos cinco años".

Ahora, para incentivar al sector, el Gobierno anunció un plan de obras públicas, que dinamizará el aspecto multiplicador de la industria de la construcción. Este plan es una de las principales iniciativas oficiales para enfrentar los coletazos de la crisis internacional, que comenzó en el sector financiero y se trasladó a la economía real.

5.4.4 Materiales de la construcción en Argentina

Pasando al tema de los materiales de la construcción, se tienen algunos que han presentado una tendencia al alza con respecto al año anterior, dentro de estos se encuentra: 38,6% en asfalto (generado por el incremento de obras viales), 21,9% en pisos y revestimientos cerámicos, 20,1% en ladrillos huecos y 7% en pinturas para construcción, en tanto que se registran bajas del 16,3% en hierro redondo para hormigón y del 6,2% en el cemento²⁹.

²⁸ Perspectivas Optimistas para el sector de la construcción, 31 de Diciembre del 2008 <
<http://www.ellibertario.com/2008/12/31/perspectivas-optimistas-para-2009-en-el-sector-de-la-construccion/>>

²⁹ Reporte Económico, Informe del sector construcción e inmobiliario, La construcción se desacelera en forma breve, Mayo 2009, Numero 1, Pagina 1.

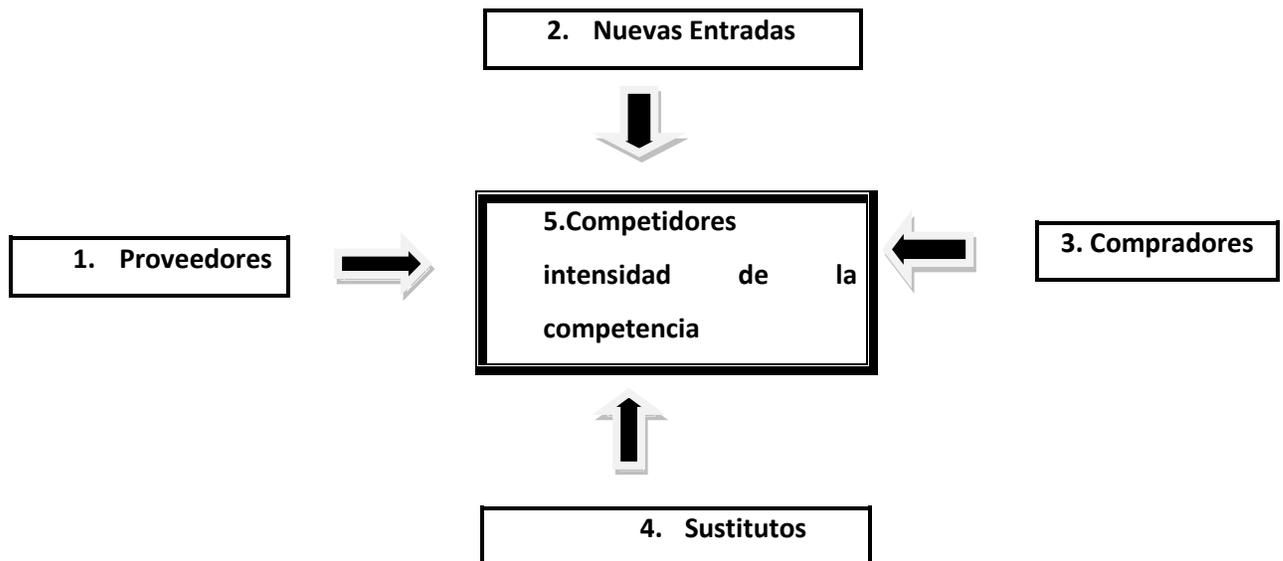
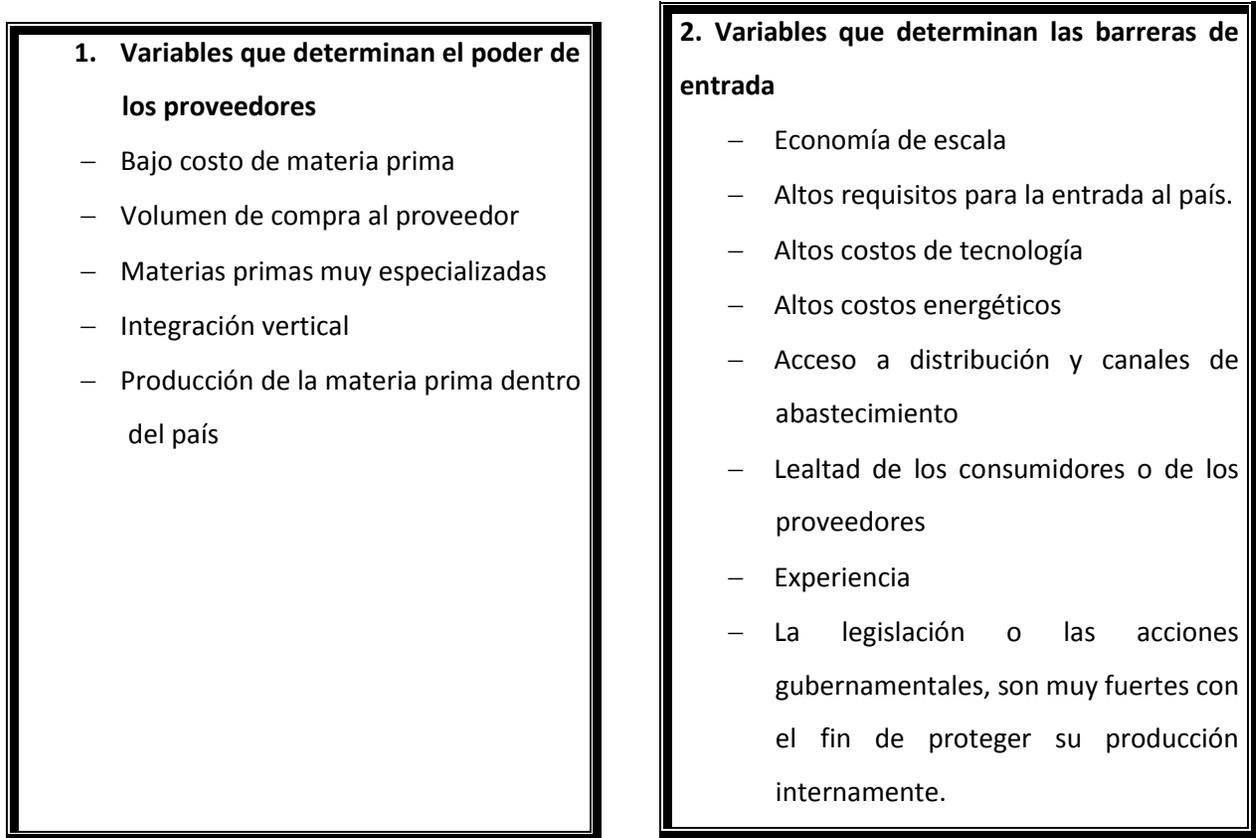
5.4.4.1 Los principales insumos para la construcción que exporta Argentina son

- **Mármoles, travertinos, granito y otras piedras:** En donde los principales importadores de estos productos son Estados Unidos, Italia, España, Chile y México
- **Productos de la pizarra natural y sus manufacturas, placas y baldosas de cerámica en varias presentaciones, y placas de yeso y manufacturas de yeso:** En donde sus principales importadores son el Reino Unido, los Estados Unidos y Chile.
- **Productos manufacturados de hierro o acero y accesorios para tuberías:** En donde los principales importadores de estos productos son los Estados Unidos, Brasil, Chile, Canadá y Francia.
- **Manufacturas del aluminio y de la madera, artículos para grifería y órganos similares, manufacturas de hierro y construcciones prefabricadas:** En donde los principales importadores de estos productos son los países latinoamericanos y en algunas posiciones los Estados Unidos.

5.4.4.2 Algunos de los insumos que importa Argentina pertenecientes al sector de la Construcción son:

- Minerales de hierro
- Tubos soldados de hierro o acero utilizados en oleoductos y/o gasoductos.

5.5 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER



5. Variables que determinan la intensidad

- Argentina no es un país abierto a sus competidores.
- Las tasas de crecimiento de la industria
- Costos fijos elevados y variables elevados

3. Variables que determinan el poder de los compradores

- Volumen de compra
- Sensibilidad al precio
- Concentración de compradores
- Confiabilidad en el sector
- Entrega a tiempo de los productos
- Servicio al cliente

4. Variables que determinan el poder de los sustitutos

- Costo de cambiar de producto o tecnología
- Capacidad de probar otros productos
- Mayores ventajas de los nuevos productos sobre los antiguos, como durabilidad, resistencia.
- Mejor costo de los productos sustitutos

5.6 CADENA DE VALOR

Según lo que ha arrojado en este estudio, Argentina está enfocando sus principales esfuerzos en la Construcción de obras públicas, lo cual hemos mencionado en repetidas ocasiones durante este estudio, para este caso específico su cadena de valor estaría representada por las siguientes etapas:



♣ (Ver Pasos de esta etapa Abajo)



5.7 OPORTUNIDADES

El contexto argentino en cuanto a la distribución de la Población cambia bastante con respecto a los otros países seleccionados, ya que a diferencia de Honduras y Panamá que tienen el 52% y 34% de población rural respectivamente, este solo tiene el 13%, por lo cual el Pareto de la actividad se concentra en las ciudades, siendo Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Mendoza las principales.

Por otro lado también como diferencia grande con respecto a los países anteriores, este no está en vía de desarrollo y su PIB, es el #30 más grande del mundo.

A pesar de lo anterior presenta algunas oportunidades, ya que si bien su Balanza comercial es positiva, en los últimos años ha venido presentando una tendencia a decrecer y ya incluso la balanza comercial para el sector de la construcción es negativa, lo cual refleja que se están abriendo nichos de mercado que pueden ser satisfechos por productos importados que están siendo actualmente satisfechos por Brasil, China, EEUU principalmente, y Colombia solo participa con el 0.2%, ósea que está casi todo por hacer para ganar participación, si se tiene en cuenta que la tendencia se está inclinando a favor de Colombia y que ya se tendrían puertas de entrada que permitirían algunas preferencias por los pactos que ya se tienen firmados con la Comunidad Andina.

También es de resaltar que en comparación con Brasil, Colombia, Perú y Chile, el impacto de la crisis en Argentina será menor y el dinamismo de la economía no se perderá tanto, por lo cual apostarle a esa economía es interesante.

Apoyados en lo anterior se puede decir que si se tienen oportunidades en el sector de la construcción, ya que hasta el año anterior aunque presentó desaceleración creció por la edificación de obras privadas, edificios de apartamentos y viviendas residenciales que se siguen desarrollando en las zonas urbanas bien sea como unidades nuevas o para reposición de las actuales que puedan estar depreciadas.

Por otro lado el desarrollo de zonas turísticas también es un frente a explorar porque es indiscutiblemente uno de los principales destinos en Latinoamérica y si se tiene en cuenta que es uno de los principales renglones dentro de su PIB, seguirá requiriendo obras públicas para soportar la afluencia de viajeros tanto a nivel domestico como internacional que se tiene y los servicios que estos demandan en aeropuertos, vías, hoteles, restaurantes, servicios públicos, etc.

Para el presente año se espera disminuir la actividad en el sector privado, y esto se evidencia por el comportamiento de los despachos de las cementeras que han disminuido y por la disminución de los permisos de la construcción, stock de deuda hipotecaria y perspectivas de empresarios, pero incrementará la actividad de las empresas ligadas principalmente a obras públicas que estuvieron con un menor dinamismo en el 2008, pero que de darse lo mencionado en este capítulo como oportunidades, podrá ser financiado por el estado, ya que su economía presenta superávit fiscal, y de paso con estas medidas anticíclicas se estaría minimizando el impacto de la crisis, de hecho ya se ha comenzado a ver el compromiso del gobierno con este tema con proyectos como el “Plan de obras para todas las argentinos” que en diciembre de 2007 se lanzó incluyendo inversiones de energía, minería, telecomunicaciones, transporte, vivienda e infraestructura en general y que según muestran las proyecciones, duplicarán inversiones para el 2009.

Cabe mencionar que las empresas de la construcción mantienen bajo niveles de endeudamiento, lo cual les da margen de maniobra durante la crisis.

Es importante entonces que se conozca el comportamiento de los precios y demandas de algunos materiales para entrar a profundizar más en las estrategias de penetración que se definan y como punto de partida se que unos grupo de materiales que presentan tendencia al alza en la demanda son: asfalto, pisos, revestimientos cerámicos, ladrillos huecos, pinturas para construcción y otros que tienen tendencia decreciente son: hierro redondo y cemento, adicionalmente Argentina tiene fortalezas en la exportación de mármoles, granito, baldosas cerámicas, manufactura de yeso, hierro o acero, manufactura de aluminio, madera y grifería, y debe importar minerales de hierro, tubos soldados hierro. Por otro lado se debe tener en cuenta que este país pone obstáculos y barreras comerciales como medidas proteccionistas con su industria y tiene proveedores con bajo

costo de materia prima y alta presencia de sustitutos, obviamente para los grupos de materiales en donde tiene fortalezas.

6. HONDURAS

6.1 POBLACION Y GEOGRAFIA

Es un país centroamericano con un gobierno republicano presidencialista. Se divide en 18 departamentos, las ciudades de Tegucigalpa y Comayagüela, conjuntamente, constituyen la capital de la república. Está ubicada en el centro-norte de América Central; limita al norte con Guatemala y el Océano Atlántico (Mar Caribe) y al sur con El Salvador, Nicaragua y el Océano Pacífico.

6.1.1 Población

La población de Honduras es de aproximadamente 7,8 millones de habitantes, y está entre las que registra un mayor número de crecimiento en Latinoamérica. Los hondureños se dedican en su mayor parte a las actividades agropecuarias, además del comercio, manufacturas, finanzas, y servicios públicos entre otras actividades; el departamento más poblado de Honduras es Cortés con 1.529.826 habitantes, seguido por Francisco Morazán con 1.406.769, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

La mayoría de la población hondureña (52%) habita en las zonas rurales del país, mientras que el 48% restante habita en las ciudades. La población se encuentra distribuida por ciudades de la siguiente manera:

Tabla 14. Participación de la población en las principales ciudades

Ciudad	Participación
Tegucigalpa	13,02%
San Pedro Sula	8,14%
El Progreso	2,14%
Dantil	2,10%
Choluteca	1,95%
La Ceiba	1,82%
Juticalpa	1,55%

6.1.2 Análisis de la Economía

La tasa de crecimiento del PIB ha sido del 6,3 % en 2007. Dicho crecimiento ha estado sustentado principalmente por el crecimiento del sector primario. El PIB hondureño representa el 10% del PIB regional centroamericano. En comparación con el crecimiento promedio de los últimos 11 años el dato es muy positivo. Aunque el crecimiento económico de la zona tiende a moderar su dinamismo, esta cifra de crecimiento volvió a situar a Honduras, por tercer año consecutivo, como el país con mayor bonanza económica en Centroamérica y permitió que el PIB per cápita nominal creciera en 2007 hasta alcanzar la cifra de 1.300 dólares.

El PIB de Honduras para 2009 se espera que sea de 1.8 o 2.8 por ciento, en contraste con el 3.4 por ciento que registrado en el 2008, que decreció con respecto al 2007. El crecimiento de la economía de Honduras, se basará en el resto del 2009 en el sector de la *construcción*, el agropecuario, turismo e industria, luego de que el Gobierno inyectara liquidez a la banca³⁰. Y aseguran los expertos que la Economía de Honduras estará muy ligada a la Economía de Estados Unidos y será en cierta medida afectada por la Crisis actual que vive hoy en día el mundo entero.

La economía de Honduras es dual, por un lado se encuentra la economía local, casi de subsistencia y muy poco industrializada que satisface, malamente, las necesidades de la población, y por otro una economía desarrollada orientada a la exportación, pero basada en los productos agrícolas, cuyos precios en el mercado internacional tiene muchos altibajos.

6.1.3 Desempleo

³⁰ PALENCIA, Gustavo, Honduras recorta a 3,4 pct expansión economía 2009 por crisis, editado por Anahí Rama, 17 de diciembre del 2008, <http://espanol.news.finance.yahoo.com/17122008/2/finance-news-honduras-recorta-3-4-pct.html>

A abril del 2009, en Honduras un 58.2 %, lo que representa más de la mitad de la población no posee un empleo formal. Se estima que se ha producido una transferencia de trabajadores del sector formal al sector informal de la economía, en un 30 por ciento y con afectación directa a unas 200 mil personas a partir de la vigencia del salario mínimo, en enero pasado. Esto desde que se dio la crisis del Salario Mínimo más otros factores de la crisis global hubo un descenso en la producción y productiva sintiéndose fuertemente en las empresas.

El Gobierno de Honduras a mediados de Marzo, encabezado por el presidente Manuel Zelaya anunció la ampliación a casi 800 millones de dólares para generar alrededor de 300.000 empleos, en un intento por amortiguar los efectos que en el campo laboral está produciendo esta gran crisis global. Esta nueva ampliación va dirigida a atender el área de viviendas, salud y creación de micro emprendimientos que ayude a disminuir el número de desempleados que hay actualmente en esa nación centroamericana.

6.1.4 Perspectivas para 2009, Enfocada en la crisis actual.

La administración de Manuel Zelaya ha presentado el “Plan Anticrisis” con la intención de dejar a la economía en crecimiento con empleo, estabilidad macroeconómica y sin devaluación en beneficio del próximo gobierno. Algunos de las propuestas para lograr lo anterior son:

- Proveer una mayor reducción de la Tasa de Política Monetaria, si la tasa de referencia del Banco Central baja, le está diciendo a los bancos que bajen la tasa de interés, que el BCH va a poner más liquidez en el sistema y si hay mayor oferta de dinero que la demanda, entonces la tasa de interés de un crédito tiene que reducirse. Esta propuesta es una buena posibilidad para que los jóvenes y las familias hagan su solicitud para que adquieran su vivienda a un 10 por ciento de interés, con una garantía que esta tasa de interés no se va a considerar en los próximos 20 años, Adicional a lo anterior es una buena oportunidad para que las personas adquieran su vivienda, terrenos, realicen mejoras, realicen inversiones de edificios, hoteles, clínicas y hospitales, se está fundado toda una gran posibilidad para que estos recursos fluyan al mercado, que haya una mayor inversión y mayor empleo, y por ultimo ayudaría el micro y pequeño empresario, “queremos estimular al más pequeño y que la base productiva se reactive” lo cual lo afirma Edwin Araque presidente del BCH.

- Apoyo de la empresa privada.
- Tener, un promedio de más de 2,500 millones de dólares para incrementar las reservas monetarias y alejar así el fantasma de la devaluación.

Edwin Araque, quien preside el Banco Central de Honduras (BCH), dijo que “este plan es más que suficiente, me siento muy satisfecho, prueba de ello es que mantiene al sistema bancario con un exceso de liquidez en base a una decisión de política monetaria”, refirió. Luego dijo que la Tasa de Política Monetaria (TPM) estará en 5.75 puntos, como una señal de mercado para que una tasa de interés siga descendiendo como lo ha venido experimentando en las últimas semanas.

6.2 COMERCIO EXTERIOR

6.2.1 Balanza Comercial

La balanza comercial general hondureña presentó en el período 2005 - 2007 una tendencia deficitaria creciente.

Tabla 15. Balanza comercial de Honduras -

Balanza Comercial de Honduras

	Millones US\$	Millones US\$	Millones US\$
COMERCIO EXTERIOR	EXPORTACIONES (FOB)	IMPORTACIONES (CIF)	BALANZA COMERCIAL
2005	\$ 1.294	\$4.419	-\$ 3.125
2006	\$ 1.880	\$4.921	-\$ 3.041
2007	\$ 2.391	\$ 6.530	-\$ 4.139

Fuente www.trademap.org

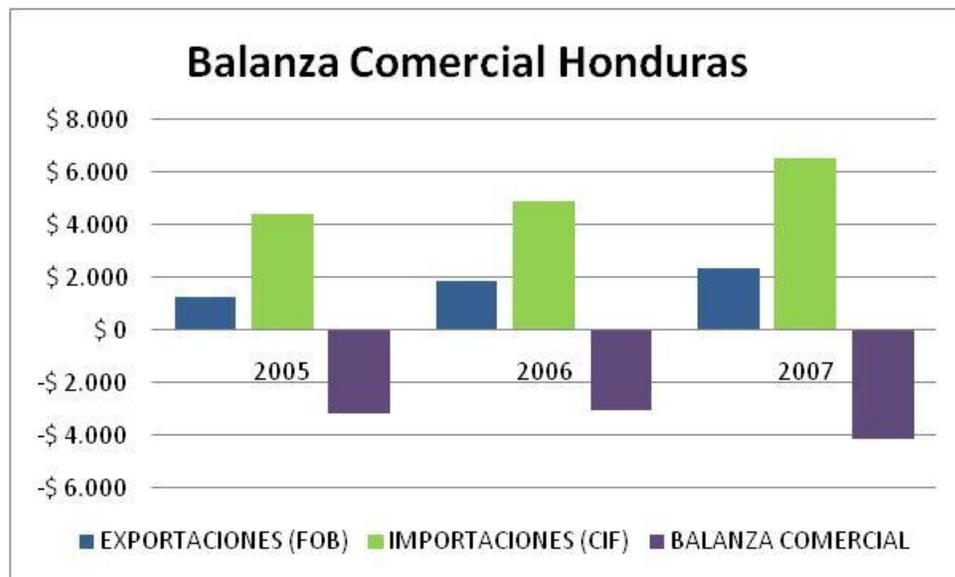


Figura 10. Balanza comercial de Honduras

6.2.2 Balanza Comercial en el Sector de la construcción.

En el siguiente cuadro observaremos la balanza comercial hondureña del sector de la construcción en el año 2007, la cual se realizó basada en las siguientes partidas:

- Cemento: Granito, asbesto, cemento Portland.
- Madera y su manufactura.
- Manufactura de piedra y cemento
- Productos cerámicos
- Hierro y acero
- Fundición hierro
- Cobre
- Níquel

Tabla 16. Balanza comercial de Honduras en el sector de la construcción 2007

Balanza comercial hondureña en el sector de la construcción. Año 2007	
Importaciones/tamaño del mercado	\$453.630
Exportaciones	\$118.576
Balanza comercial	-\$335.054

Fuente www.trademap.org

6.2.3 Comportamiento de las Importaciones

Durante el 2008, las importaciones de Honduras, fueron provenientes principalmente de Estados Unidos 40%, seguido por Guatemala 8.3%, México 6.0%, El Salvador 4.4%, Costa Rica 4.3%, China 3.9%, Japón 2.6%, Panamá 2.1% y Brasil 2.1%.

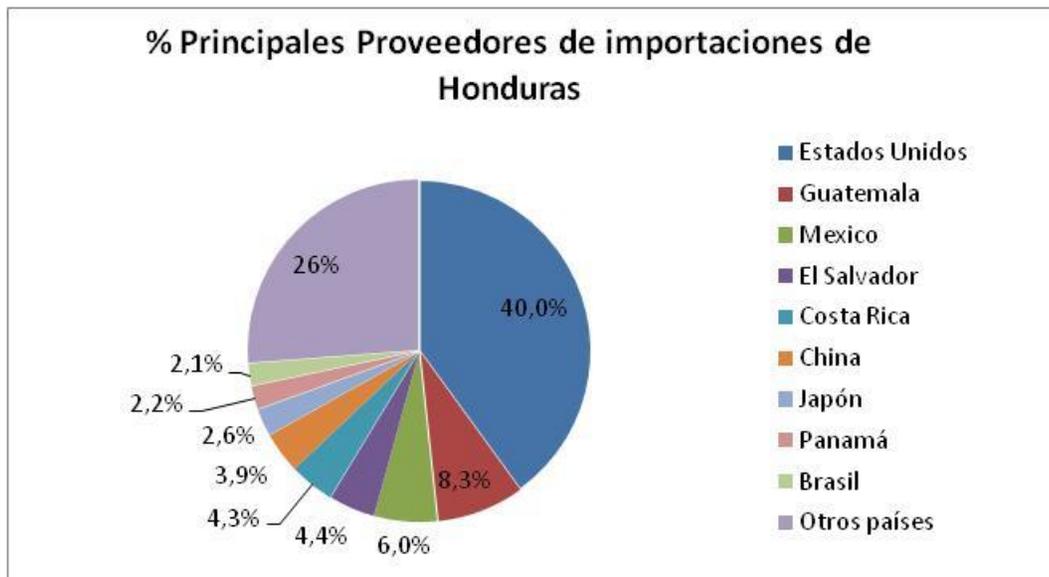


Figura 11. Porcentaje de los principales proveedores de importaciones de Honduras
Fuente: www.trademap.org

Un Informe realizado por las oficinas comerciales ICEX, arrojó que las compras de bienes desde el exterior sumaron 531.2 millones de dólares, según detalla el informe, mostrando una reducción de

118.8 millones respecto a enero de 2008, cuando ascendieron a 650 millones de dólares. Éste es el resultado de la rebaja significativa en los precios del petróleo, así como menores índices de compras de bienes de capital y materias primas.

Un dato proporcionado por el Consejo Hondureño de Empresa Privada, Cohep, indica que los empresarios hondureños han reducido sus cifras de importaciones hasta en un 30%. Un efecto colateral de esta disminución es que reduce los niveles de recaudación tributaria, refiere Fabricio Coto, subdirector de Rutas Aduaneras de la Dirección Ejecutiva de Ingresos, DEI, aunque reconoce que "el impacto es menor de lo esperado".

6.2.4 Comportamiento de las exportaciones

El principal mercado para las exportaciones de Honduras es Estados Unidos 42.8%, seguido por Guatemala 9.2%, El Salvador 8.1%, Alemania 7.8%, México 4.4%, Nicaragua también con 4.4% y Bélgica con 4.3%.



Figura 12. Porcentaje de los principales destinos de las exportaciones de Honduras
Fuente: www.trademap.org

"En enero del año pasado, las exportaciones fueron 218.2 millones de dólares; en 2009, de 185.8 millones de dólares, una diferencia de -32.4 millones", "Las cifras de las exportaciones indican una tendencia hacia la baja, desacelerándose un poco en relación al año anterior", explica Orlando Vásquez, director de Promoción de Exportaciones de la Secretaría de Industria y Comercio, SIC.

6.2.5 Análisis del Intercambio Bilateral con Colombia

La balanza bilateral entre Honduras y Colombia registró déficit creciente a favor de Colombia durante los dos años analizados, debido al aumento de las importaciones.

Tabla 17. Comercio bilateral entre Honduras y Colombia

COMERCIO BILATERAL ENTRE HONDURAS Y COLOMBIA			
	Millones US\$	Millones US\$	Millones US\$
	EXPORTACIONES HOND A COL	IMPORTACIONES HOND DE COL	BALANZA COMERCIAL
2006	\$ 1,71	\$ 49,78	-\$ 48,06
2007	\$ 3,23	\$ 78,54	-\$ 75,31

Fuente: www.trademap.org

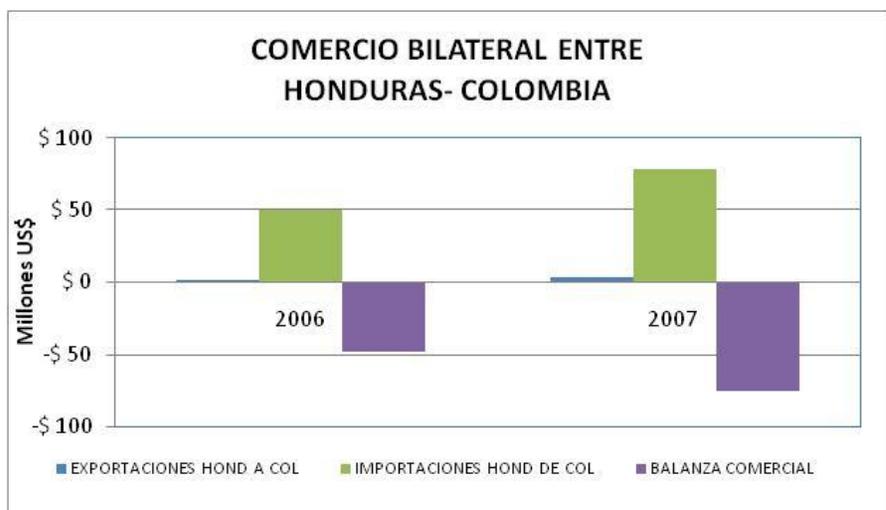


Figura 13. Comercio bilateral entre Honduras y Colombia

6.3 ACUERDOS COMERCIALES

Honduras es miembro del Mercado Común Centroamericano y del Triángulo Norte (Honduras, Guatemala y El Salvador). Bajo estas agrupaciones firmó recientemente tratados de libre comercio con Chile, República Dominicana y México.

También es beneficiario de tres acuerdos comerciales preferenciales con Estados Unidos: la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CBI), el Sistema Generalizado de Preferencias Europeo (SGP Plus) y el Programa Textil 9802.

6.3.1 Protocolos Modificatorios del Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de Colombia y la República de Honduras

El 30 de mayo de 1984, Colombia y Honduras suscribieron el Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) N° 9 y sus Anexos I y II, en desarrollo del artículo 25 del Tratado de Montevideo de 1980.

Los compromisos arancelarios acordados por los dos países en el AAP N° 9 y sus Anexos I (preferencias únicamente a favor de Honduras) y II (normas de origen), fueron incorporados a la Legislación Nacional mediante el Decreto colombiano 2500 de septiembre 2 de 1985.

En el 2001, en desarrollo del Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) N° 9 Colombia - Honduras, se suscribieron Dos Protocolos, logrando así Colombia reciprocidad y profundización de las preferencias arancelarias que le había otorgado unilateralmente en 1984 a Honduras en el marco del Artículo 25 de la ALADI. Los dos países ampliaron las preferencias de manera mutua en un grupo adicional de productos. El número de productos con preferencias mutuas corresponde a unos 80 y en su mayoría son del 100%. Estas preferencias están vigentes en los dos países desde el mismo año de 2001.

6.4 MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Desde el punto de vista comercial, Honduras es un país con una producción industrial muy reducida que importa la mayoría de bienes de capital y de consumo, principalmente de Estados Unidos.

Dado el incipiente desarrollo industrial, las necesidades de maquinaria y bienes de equipo, son muy numerosas. En este sector, el reto es garantizar el suministro de repuestos y la asistencia técnica y dar a conocer su oferta.

Los sectores con más posibilidades en Honduras y que han demostrado a lo largo de los años no necesitar de financiación preferente para mantener, e incluso incrementar, sus ventas, son los productos cerámicos, algunos productos alimenticios y el sector editorial y farmacéutico.

También hay importantes posibilidades en la maquinaria textil y de confección, derivadas del creciente impulso de la industria de la maquila, así como la maquinaria e insumos agrícolas.

En el sector servicios, el turismo puede representar una fuente de atracción de inversión extranjera si se superan ciertos problemas como la inseguridad física y jurídica y la mejora de la infraestructura básica (electricidad, agua y saneamiento y red aeroportuaria).

6.4.1 Distribución

Honduras tiene pocos niveles de distribución y un número limitado de tiendas de especialidades, cadenas de tiendas y tiendas por departamento. Los principales centros de distribución de productos importados son Tegucigalpa y San Pedro Sula. La forma más común de comercialización es la venta a través de agentes o representantes.

La ley hondureña desanima la realización de acuerdos de distribución exclusiva, al incluir penas por la ruptura inadecuada de este tipo de negociaciones. Por ello, los distribuidores y representantes tienden a mantenerse a través de la suscripción de contratos no exclusivos. Para reducir costos, y posiblemente por la poca agresividad de los representantes hondureños, muchos compradores locales establecen contacto directo con los abastecedores y las fábricas que producen los artículos deseados. Frecuentemente los dueños de tiendas compran los bienes en lotes pequeños.

La Ley Hondureña de Agente/Distribuidor estipula las sanciones para la terminación ilegal de los acuerdos exclusivos de distribución. Representantes y distribuidores usualmente manejan amplias líneas bajo no exclusividad y solamente pocos distribuidores locales manejan grandes inventarios de partes y equipos. Muchos compradores locales contactan directamente a proveedores en sus fábricas o depósitos. Propietarios de tiendas usualmente compran bienes en pequeñas cantidades de tiendas e intermediarios exportadores. Únicamente los hondureños y entidades debidamente registradas ante la Cámara de Comercio y el Ministerio de Economía y Comercio pueden representar firmas extranjeras.

6.4.2 Franquicias

En años recientes, el incremento en el número de franquicias que operan en Honduras ha sido grande, principalmente debido a la estabilidad regional y al crecimiento en la confianza de los inversionistas.

En mayo de 1992 el Congreso hondureño aprobó una ley de inversión que apoya al inversor foráneo, entre otras cosas, brindando tratamiento nacional a la mayoría de las inversiones extranjeras y garantizando el derecho de libre establecimiento, adquisición y disposición de los intereses en negocios empresariales sin ataduras constitucionales. La mayoría de estas franquicias en Honduras están en el área de restaurantes de comida rápida, aunque también existen bajo este sistema otros negocios como servicios para el automóvil, tiendas de conveniencia, clínicas para la salud, lavanderías y alquileres de vehículos.

El mercado de las franquicias tiene expectativas de crecimiento a una tasa anual entre el 10 y 15% en los próximos tres años. Muchas compañías hondureñas están buscando recursos a través de la inversión conjunta y alianzas estratégicas con el propósito de ser más competitivos.

En general, las franquicias en Honduras han surgido a través del establecimiento de fuertes y acreditadas compañías de franquicias asegurando el reconocimiento de marcas entre los consumidores locales. El aparente éxito de las operaciones locales de franquicias es primeramente atribuido a la rapidez del servicio y calidad de los productos ofrecidos por estas firmas.

6.5 LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA

Honduras continúa dirigiendo sus esfuerzos al logro de los objetivos contenidos en el Plan Maestro de Reconstrucción para el período 1999 – 2001. Esto incluye el gasto en la economía, proyectos de construcción en infraestructura social y productiva, desarrollo sostenible económico, desarrollo humano y reducción de la pobreza.

Los mejores prospectos para inversión extranjera incluyen el sector salud, obras públicas y agricultura. La dirección de aeropuertos internacionales, compañías telefónicas y sistema de distribución eléctrica, serán privatizados en los próximos dos años.

Honduras está abierta a la inversión extranjera y puede ofrecerles un rango de beneficios. La ratificación en 1992 de la Ley de Inversión, zonas francas comerciales, bajos costos laborales y la reducción de barreras comerciales, ha hecho de Honduras un país ampliamente atractivo para los inversionistas extranjeros.

Para las inversiones extranjeras hay una Ley de incentivos al turismo que tiene como objeto propiciar el desarrollo de la oferta turística del país, mediante el otorgamiento de incentivos fiscales que posibiliten una mayor participación de la inversión privada nacional y extranjera en el proceso de desarrollo de productos turísticos.

6.6 LOGISTICA Y TRANSPORTE

Honduras está compuesto por una red de carreteras de 13,603 Km., de los cuales solo 2,775 Km. se encuentran pavimentados. La principal carretera es la Interamericana, trazada en dirección paralela a la costa pacífica, conectando el país con el Salvador y Nicaragua. El sistema ferroviario hondureño, se extiende unos 699 Km. y opera exclusivamente en el norte del país, transportando banano de exportación.

Para el acceso físico de los bienes colombianos al país hondureño, existen servicios aéreos con frecuencia diarios desde Bogotá con conexiones regulares en Miami y algunas ciudades centroamericanas como Panamá y San José de Costa Rica.

Por otra parte, existe una amplia oferta de servicios marítimos para el transporte de carga general, perecedera y en contenedores.

Honduras cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por 6 puertos: Puerto Cortés, La Ceiba, Tela, Puerto Castilla, San Lorenzo y Roatán Sin embargo, el más destacado es Puerto Cortés, teniendo en cuenta que es el puerto marítimo de mayor afluencia de carga de Centroamérica

6.7 INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN EN HONDURAS

Según El presidente del Colegio de Arquitectos de Honduras (CAH), Edler Castellanos, señaló que “el sector de la construcción siempre se ha comportado por ciclos y acabamos de pasar por los efectos de uno bueno. Hoy la esperanza está depositada en la inversión pública, porque el país requiere de infraestructura básica en educación y salud, infraestructura vial y mejoras de las condiciones de la habitabilidad urbana, como más espacios públicos”.

Hoy en día Honduras tiene un grave problema habitacional, la gente está viviendo hacinada, lo que significa que se necesita crear viviendas o espacios para mermar este enorme déficit que cada año crece más. Hoy día, no hay menos de 700,000 unidades habitacionales que son requeridas con urgencia.

Además la urbanización, el aumento de la proporción de residentes urbanos respecto al total de la población, requiere de reforzar las capacidades de las ciudades en materia de infraestructura básica y comercial para que puedan hacer frente a los retos que implica una mayor población. Todo este contexto representa oportunidades para la construcción, pero también desafíos.

Como hemos dicho hasta ahora Honduras le está apostando al sector público debido a que el sector privado según el último informe entregado por el banco central de Honduras esta ha caído 18.3%, en cambio la construcción comercial creció en 1.7% durante el período.

Para lograr reactivar el sector público en Honduras William Hall, anunció un apoyo financiero para construir más de 10,000 viviendas este año.

El Banco Central de Honduras (BCH) dentro de su política para combatir la crisis mundial anunció que están disponibles 4,000 millones de lempiras para financiar viviendas de clase media 100 millones de dólares.

Estas medidas son muy importantes para combatir la crisis y su impacto dentro de la economía nacional y combatir la crisis originada a mediados del 2008 en la industria de la construcción experimentada por la falta de fondos de largo plazo para los compradores de viviendas.

6.7.1 El empleo en la industria de la construcción

Hoy en día el sector de la construcción como lo hemos mencionado anteriormente aporta un alto porcentaje de empleos al país, debido a la crisis que vive actualmente el sector se han incrementado la pérdida de puestos de trabajo. Este año, según estadísticas de la Secretaria del Trabajo, unas 13 mil personas han perdido sus empleos y a ellos se suman los cerca de 120 mil que lo perdieron el años pasado, especialmente en la industria de la construcción. Como consecuencia

de lo anterior los fondos que aportará el Banco Central de Honduras para la reactivación del sector ayudaran a recuperar los 25,000 empleos que se habían perdido. “El impulso que nos está dando el gobierno con estos fondos va a absorber el desempleo de otros sectores de la economía”.

6.7.2 Mercado Inmobiliario dentro de la industria de la Construcción.

Es importante resaltar que otro aspecto que influye bastante dentro del sector es el costo de las propiedades, lo cual se traduce en rentabilidad para las empresas. Este aspecto en Honduras ha sido golpeado por el incremento de la tasa de interés bancaria que comenzó a impactar en la economía de la clase media del país, mientras se hacen los esfuerzos para mantener inalterable esta tasa para los créditos brindados por el Régimen Privado de Aportación (RAP) a la clase obrera.

La reducción acelerada de la liquidez financiera generó que la tasa de interés para el sector vivienda pase de un 10 a un 12 por ciento, registrada durante el año anterior, y se coticen en la actualidad hasta en un 18% en algunas entidades bancarias del país.

Tanto la dirigencia del Régimen de Aportación Privada de Pensiones (RAP) como de la Cámara Hondureña de la Industria de la Construcción (Chico) analizaron las implicaciones que traerá esta situación y coinciden en que existe un riesgo real de que clientes, que obtuvieron créditos con fondos provenientes de la banca privada y que poseen ingresos iguales o inferiores a los 30,000 lempiras mensuales, sacrifiquen una porción mayor de su presupuesto para el pago de la cuota mensual. *“Esto tendrá un impacto terrible en aquellas personas que no puedan absorber esos incrementos y tendrán que entregar su vivienda al banco o será rematada. Este es un problema real”.*

Para la vivienda social Álvarez indicó que se solicitara el mantenimiento para que la tasa de interés de interés del RAP se sostenga en un 11.5 por ciento y el Banco Nacional de la Producción y Vivienda (Banprovi) mantenga las condiciones preferenciales para comprar una casa. La pregunta es si el gobierno contará con los recursos disponibles para absorber la demanda de créditos a una tasa de interés accesible para compradores y compañías constructoras. *“La única opción aparente*

es que el gobierno inyecte nuevos recursos a estas entidades para mantener el dinamismo en el sector construcción y en la generación de empleo”.

La principal recomendación que le hace el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (Cohep) y las centrales obreras al RAP, es poder sostener la anterior tasa de interés durante el trienio 2009 y 2011, para proteger el empleo en el sector construcción y no afectar a los afiliados.

6.7.3 Materiales de la construcción en Honduras

“Si en Honduras los principales insumos de la construcción tienen un buen precio habrá mayor disponibilidad para seguir construyendo y generar más empleos” Advirtió Alejandro Álvarez, vicepresidente de la Cámara Hondureña de La industria de la construcción.

Lo anterior se refiere a una baja en los precios del cemento (en donde Las cementeras garantizan que durante este año no habrá aumento y que mantendrá el mismo precio), ya que la varilla y el acero ya bajaron los costos

En los últimos siete meses, el precio del acero experimentó una reducción de 55%. Esto se debe a la caída de la construcción en Norteamérica, sumado a la culminación de grandes obras en China como la central hidroeléctrica Tres Gargantas.

Es menester destacar que este producto se vende a un precio todavía mucho menor en Estados Unidos, comparado con el que tiene actualmente en las principales ferreterías a nivel nacional.

6.7.4 Perspectivas para el sector de la construcción en Honduras

Como se ha podido observar durante el análisis del sector en Honduras se puede concluir que la situación es alentadora a pesar de la crisis que se vive actualmente, puesto que se está apostando a la construcción de obra pública, en la mayoría de las naciones de la región, se buscará la puesta

en marcha de obras de infraestructura que además de quedar luego para mejorar la calidad de vida de los hondureños, reactive el sector de la construcción, uno de los que más empleos pueden generar a corto plazo.

Tendencia de estabilización y proyección de reducción de precios, lo que lograra incentivar a los inversionistas y desarrolladores a emprender obras, lo cual es muy beneficioso para el país, puesto que en términos generales estimula la mano de obra y genera desarrollo.

6.8 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

1. Variables que determinan el poder de los proveedores

- Servicio y Calidad
- Costo de insumos en acabados
- Importancia del volumen al proveedor
- Poca presencia de sustitutos
- Alta cantidad de materia prima e insumos para acabados importados
- Integración vertical
- Las necesidades habitacionales y de infraestructura.

2. Variables que determinan las barreras de entrada

- Experiencia
- Reglamentación laboral.
- La moneda, el dólar por el valor adquisitivo.
- Requerimientos de capital
- Acceso a distribución.
- Requisito para la entrada al país
- Incipiente desarrollo industrial
- País con mayor bonanza en Centroamérica.
- Ampliación del presupuesto del gobierno en vivienda y reducción de la tasa política monetaria.
- Ley de incentivos en la inversión extranjera en el desarrollo de productos turísticos.
- Mejoras en la infraestructura.
- Problemas habitacionales.



5. Variables que determinan la intensidad

- Competidores equilibrados
- Alta inversión extranjera.
- Incipiente desarrollo industrial.
- Mejoras en la infraestructura.
- Problemas habitacionales.

3. Variables que determinan el poder de los compradores

- Volumen de compra bajos
- Estabilización y proyección a reducción de precio.
- Productos sustitutos importados
- Entrega a tiempo de los productos.
- Reducción en la tasa de política monetaria.

4. Variables que determinan el poder de los sustitutos

- Alta variedad de sustitutos
- Propensidad a probar otros productos.
- Mejor costo de los productos sustitutos

6.9 CADENA DE VALOR



SOPORTE POR PARTE DE EXPERTOS EN LAS DIFERENTES ETAPAS



6.10 OPORTUNIDADES

Para finalizar el presente capítulo y teniendo en cuenta los factores más importantes del contexto Hondureño, se podrían destacar las siguientes oportunidades:

6.10.1 Construcción de Infraestructura básica

El estado Hondureño tiene identificado un déficit habitacional y está trabajando en fortalecer la inversión pública para atacar esta situación y dotar de infraestructura básica la población de tal manera que logre mejorar su calidad de vida, esto implica que se tenga un fuerte movimiento en construcción de VIS (vivienda de interés social) y obras que conllevan redes de servicios públicos, vías, centros educativos, de salud, etc. De la mano con esto y para pensar en que todo esto sea sostenible en el largo plazo porque el gobierno no puede estar subsidiando todo, se debe pensar en construir también algunas obras que soporten el sector agroindustrial, ya que en este país que aun se tiene más densidad poblacional en las zonas rurales (52%) y si se promueve el desarrollo y calidad de vida para estas personas se puede evitar vivir las situaciones que algunos países del mundo han vivido cuando se tienen tendencias muy marcadas de migración de las poblaciones a las grandes ciudades.

Por otro lado y para explotar el sector turístico que es una industria poco desarrollada, se observa una oportunidad de negocio apoyada por el gobierno con incentivos fiscales, en la construcción de infraestructura que permita al país aprovechar mejor este renglón de la economía que adicional a trae unos ingresos adicionales a la economía, genera empleo y mueve el comercio.

6.10.2 Abastecimiento de bienes de consumo

Partiendo de la premisa de que Honduras es un país con balanza comercial negativa y que está demandando obras grandes como se mencionó en el numeral anterior, se ve en el abastecimiento

de materiales diversos para la construcción otra oportunidad de negocio, ya que allí se tiene producción industrial reducida, y para satisfacer la demanda interna estos productos deben ser importados. Adicionalmente aunque este no sea un mercado de gran tamaño (solo 7.8 Mill de habitantes), la oportunidad se mantiene por los márgenes que se pueden manejar, ya que los distribuidores normalmente hacen pedidos pequeños para evitar altos inventarios y garantizar rotación de los mismos.

6.10.3 Crecimiento de ciudades principales

Si se ejecutan los dos numerales anteriores, la economía del país se fortalecerá y deben seguir creciendo unos centros de negocios que pueden ser en Tegucigalpa por ser la capital y San Pedro Sula como ciudad de empresas, por lo tanto hacer inversiones en crecer la infraestructura comercial puede ser un buen negocio, incluso se observa que algunas empresas hondureñas, están interesadas en conseguir unos “coequiperos” que quieran invertir con ellos precisamente para hacer obras de más envergadura y es el momento para hacerlo por la confianza que el país ofrece. Adicionalmente en la parte productiva también se ven venir unas obras, ya que el país muestra un alto crecimiento en el sector cerámico, alimentario, editorial y farmacéutico.

Como soporte de los puntos anteriores se tiene el hecho de que la república de Honduras, ha sido en los últimos años, una de las que más crecimiento económico ha mostrado en Latinoamérica, y aunque no ha sido ajena a la crisis, sigue siendo una de las menos golpeada en el último año, por lo cual está en la mira de muchos analistas y si se hacen los movimientos correctos por parte del Gobierno, se puede sacar partido para su economía y de paso para los constructores o proveedores de materiales que quieran apostarle a un nuevo mercado en el que Colombia actualmente no participa activamente, pero que del cual si se benefician otros países como EEUU, Guatemala, México, Salvador, Costa Rica, China, Japón, Panamá y Brasil, ya que su balanza comercial es deficitaria incluso para el sector de la construcción.

Para mostrar la seriedad de todas estas políticas, el gobierno está inyectando liquidez a la banca (US\$ 800Mill), y así poder dar trámite y ejecución a sus proyectos de vivienda, salud y creación de

microempresa, adicionalmente, está adelantando políticas macroeconómicas que favorezcan la economía como la reducción tasas y el ofrecimiento de estabilidad de las mismas en los próximos años, de manera que la inversión no sea transitoria, sino de la largo plazo.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las empresas Colombianas, deben profundizar en el conocimiento de los mercados para hacer movimientos estratégicos y dependiendo de las políticas de estado, las necesidades de los mercados y las fortalezas o debilidades en cuanto a oferta de productos, entrar a decidir entre: promover la creación de filiales de las empresas constructoras de Colombia en algunos países como Honduras, con el fin aprovechar las ventajas de establecimiento de empresas que se ofrecen o por el contrario pensar solo en ser un proveedor de algunas materias primas o productos con valor agregado para aprovechar las oportunidades de negocio y atender nichos de mercado que puedan estar siendo abastecidos por otros.

El nivel de servicio y el acompañamiento Post-Venta, pueden ser el factor diferenciador para que las empresas y productos colombianos, puedan abarcar una porción más grande del mercado de los países seleccionados, por lo tanto se deben tener muy claras las posiciones en este aspecto, para que cuando se explore un mercado, se pueda tener en él un posicionamiento a largo plazo.

Una buena plataforma para conocer, mostrar y/o evaluar proyectos sería llevarlos a ferias, congresos, y foros del sector de la construcción como Expocomer en Panamá, Expocamacol, Expodiseño y Expoconstrucción en Colombia, donde adicional a que se puede identificar los proyectos en los que se puede participar, se puede también ver otras oportunidades de negocio, ya que si bien no siempre se podrá pretender ejecutar proyectos, si se podrá ver cuales materiales se pueden proveer, lo cual es una manera de comenzar a ganar participación y conocer el mercado, para luego plantear proyectos de mayor envergadura y obviamente mayor margen de contribución.

Se debe generar valor agregado a los productos y adicionalmente hacer trabajo de marca con ellos, para luego fidelizar clientes y crecer la participación de mercado y no ser simplemente proveedores transitorios, para esto se puede seguir ejemplos como el Cementos Argos, que convirtió un producto genérico en algo donde la marca importa.

Contribuir al fortalecimiento de las relaciones entre los actores de la cadena de valor en un marco de responsabilidad social y ambiental, donde adicional a satisfacer la necesidad de un producto o servicio se muestre el impacto que se está generando en el entorno donde se utilice y así se puedan crear lazos más fuertes y duraderos.

No dejar la competitividad y posibilidad de penetración de mercados enfocada solo al tema de los precios, se debe intervenir y realizar seguimiento al trámite de los proyectos identificados como de interés para el sector para cada uno de los países, diseñar y acompañar el diseño de nuevos decretos, resoluciones y actos administrativos de interés, de esta manera con un trabajo mancomunado entre sector público y privado, se pueden proponer algunos manejos especiales para los productos o empresas colombianas en los tratados comerciales que se tengan establecidos, ya que sin esto se podría dificultar el ingreso a países como Argentina, que son por naturaleza proteccionistas y en los cuales los aranceles pueden hacer que un buen producto se quede sin opción de entrar a participar de un buen mercado.

Apoyar iniciativas de asociatividad como el Clúster de la construcción, que permiten organizar mejor los portafolios de productos y servicios de la cadena y hacen que se pueda tener mayor poder de negociación si quiere entrar a explorar nuevos mercados.

Se debe trabajar en ofrecer tranquilidad a los actuales y potenciales clientes, mostrando que se cumple con estándares internacionales para los productos que se tienen y adicionalmente el soporte posterior con sistemas de gestión de la calidad, impacto ambiental, etc. Según sean las reglamentaciones de los países.

8. BIBLIOGRAFIA

Innovación, Wikipedia, última actualización a las 18:32, 8 de mayo del 2009, fecha de consulta 15 de mayo del 2009.

SALAS, Rodolfo, Como Ganar presencia en nuevos mercados, lunes 26 de Julio del 2004, <http://www.todomba.com/noticias/comercio-internacional/como-ganar-presencia-en-nuevos-mercados.html>

REYES, Eduardo, Estrategias para negocios innovadores, 14 de Junio del 2007, <http://www.atinachile.cl/content/view/40065/Estrategias-para-negocios-innovadores.html>

WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, La construcción, Materiales de la Construcción, Mayo 2009, <http://es.wikipedia.org/>

CONSTRUPEDIA, La Enciclopedia de la Construcción, Diccionario de la construcción, Materiales, Maquinaria y Empresas de la Construcción, Construcción Sostenible, Mayo 2009, <http://www.construmatica.com/construpedia/Portada>

PROEXPORT COLOMBIA, Guía de exportaciones Panamá, Argentina y Honduras, Acuerdos Comerciales Panamá, Argentina y Honduras, Mayo 2009, <http://www.proexport.gov.co>

TRADEMAP, International Trade Centre, Trade statistics for international business development , Imported Value, Exported Value and Trade Balance, Mayo 2009, <http://www.trademap.org/>

MAQUINARIAPRO, Nuevas tendencias en la construcción de casas, Mayo 2009, <http://www.maquinariapro.com/construccion/construccion-de-casas.html>

MAQUINARIApro, Nuevas tendencias en la construcción de casas, Argentina, Mayo 2009, <http://www.maquinariapro.com/construccion/construccion-de-casas.html>

TEJERA C, Aet Elisa, Construcción se va a Pique, Panamá, Mayo 2009, <http://www.critica.com.pa/archivo/05192009/nacional.html>

TEJERA C, Aet Elisa, Construcción se va a Pique, Panamá, Mayo 2009, <http://www.critica.com.pa/archivo/05192009/nacional.html>

GARCIA, Delgado Daniel, FLACSO Argentina. Artículo del mes, Crisis global: Políticas públicas en una era de incertidumbre, pagina 1.

Elaborado por la oficina Económica y comercial de España en Buenos Aires, Informe Económico y comercial, Argentina, Pagina 12.

Banco Central de la República Argentina, Boletín de Estabilidad Financiera Primer Semestre del 2009, Editada por la Subgerencia General de Economía y Finanzas, Fecha de publicación Marzo 2009, Pagina 44.

Síntomas de rebote en el sector de la construcción, 8 de Mayo del 2009, http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2009/5/edicion_198/contenidos/noticia_5431.html

Perspectivas Optimistas para el sector de la construcción, 31 de Diciembre del 2008 <http://www.ellibertario.com/2008/12/31/perspectivas-optimistas-para-2009-en-el-sector-de-la-construccion/>

Van más Empleos pero a la vez menos demanda de materiales, 6 de Mayo del 2009 <http://www.territorioidigital.com/nota.aspx?c=9979486032816087>

Reporte Económico, Informe del sector construcción e inmobiliario, La construcción se desacelera en forma breve, Mayo 2009, Numero 1, Pagina 1.

Documentos Proargentina, Insumos, equipos y materiales para la construcción, Mayo 2005.

VARGAS, José, El Sector de la Construcción solo se salvara con obra pública, <http://www.ciudadanodiario.com.ar/2009/03/19/nota69294.html>>

Trabajadores esperan baja al cemento en Honduras, 2 de Abril del 2009, <http://www.laprensahn.com/Negocios/Ediciones/2009/04/03/Noticias/Constructores-esperan-baja-al-cemento-en-Honduras>

El gobierno hondureño anunció que amplía los planes para enfrentar el impacto de la crisis, <http://www.mercadocontinuo.com/2009/04/04/el-gobierno-hondureno-anuncio-que-amplia-los-planes-para-enfrentar-el-impacto-de-la-crisis/>

Vaticinan nuevo auge en rubro de la construcción, 5 de Septiembre del 2008, <http://www.latribuna.hn/news/47/ARTICLE/42733/2008-09-05.html>

Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Tegucigalpa Actualizado a Abril De 2008, Informe Económico y comercial, Abril del 2008, pagina 7.

VASQUEZ, Iván, Alza a la tasa de interés amenaza a consumidores, 2 de Noviembre del 2008, <http://www.heraldohn.com/index.php/content/view/full/38438/>

PALENCIA, Gustavo, Honduras recorta a 3,4 pct expansión economía 2009 por crisis, editado por Anahí Rama, 17 de diciembre del 2008. <http://espanol.news.finance.yahoo.com/17122008/2/finance-news-honduras-recorta-3-4-pct.html>

Alza a la tasa de interés amenaza a consumidores, Enero del 2009, http://www.inmobiliarias-propiedadesdepartamentos.diramax.com/salesproperties/es/Honduras/Articulos_de_interes/Noticias_inmobiliarias_Enero_2009/5841.htm

Empleo informal llega a 58.2 % en Honduras, 8 de Abril del 2009, <http://www.mokanews.es/d/460EC273-D94E-4FEC-BB27-E8B3ECD61005/empleo-informal-llega-a-58-2-en-honduras>

Promexico, Síntesis de la relación comercial México – Honduras, 2008.

Banco central de Honduras, Comportamiento de la economía hondureña, Al primer trimestre del 2009.

Instituto Español de comercio exterior, www.icex.es

Argentina de Contagia? 1 de Febrero del 2009,
<http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/index-2009-02-01.html>

<http://www.themanager.org/pdf/ValueChain.PDF>

http://en.wikipedia.org/wiki/Value_chain

EEUU, Construcción de viviendas en su peor nivel, 19 de mayo del 2009,
http://espanol.news.yahoo.com/s/ap/090519/negocios/amn_eco_eeuu_economia

El sector de la construcción en Francia caerá en 2009 un 4.6% y destruirá 47000 empleos en Francia, 17 de Junio, <http://www.europapress.es/economia/construccion-y-vivienda-00342/noticia-economia-macro-sector-construccion-caera-2009-46-destruira-47000-empleos-francia-20090617110310.html>

El sector de la construcción no se recuperara antes del 2012 según Euler Hermes, 10 de Junio del 2009, <http://www.labolsa.com/noticias/20090610195548001/economia-vivienda-el-sector-de-la-construccion-espanol-no-se-recuperara-antes-de-2012-segun-euler-hermes/>