

**LA IMPORTANCIA DE LA ASOCIATIVIDAD PARA GENERAR UNA
ALIANZA ESTRATEGICA CON LA INSTITUCION SEBRAE PARA LA
INCURSION DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS EN EL MERCADO
BRASILERO.**

Presentado por: Alejandra Carolina Flórez Ortega
Juan Camilo González Sánchez

Negocios Internacionales.

Monografía Movilidad Académica Brasil 2015.

Presentado a: Ph.D. Fernando Jordan Flórez
Docente Judith Salinas González

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA, 16 DE DICIEMBRE DE 2015.

1. TITULO DEL DOCUMENTO

LA IMPORTANCIA DE LA ASOCIATIVIDAD PARA GENERAR UNA ALIANZA ESTRATEGICA CON LA INSTITUCION SEBRAE PARA LA INCURSION DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS EN EL MERCADO BRASILEIRO

2. RESUMEN

A lo largo de este trabajo, se puede observar como las Pymes se pueden proyectar a través de modelos de asociatividad en los mercados internacionales, mediante alianzas estratégicas con instituciones que les pueden brindar apoyo como lo es SEBRAE para el crecimiento y posicionamiento de las mismas en el campo internacional.

Para este contenido, se puede percibir que el modelo de asociatividad es de suma importancia para que las Pymes Colombianas puedan enfrentar los diversos cambios que se pueden generar en los mercados de manera eficaz y dar como resultado un mejor desarrollo económico en los mercados.

3. INTRODUCCION

A lo largo de la historia, se establecieron diferentes factores de la sociedad en el que se manejaba desde el colectivismo hasta el modelo de capitalismo que existe hoy en día en el que el ser humano, busca el bienestar propio por encima del colectivo y como a través de la lucha del poder, se han generado diversas disyuntivas económicas políticas, culturales y sociales en la sociedad encaminadas a ser el 1% el que obtenga el 99% del bienestar a nivel global.

Adicionalmente, siempre se debe pensar que todos como sociedad y como equipo, podemos generar un bienestar colectivo, que prime por encima de lo individual, para generar mayor conocimiento y desarrollo en la que exista una equidad y se pueda crear e innovar conjuntamente trabajos colectivos para un mejor crecimiento y desarrollo a nivel de sociedad.

El presente trabajo parte de las bases que se han aprendido a lo largo de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Piloto de Colombia y la misión realizada en convenio con la Universidad Santa Catarina do Sul en Brasil con lo que se pretende llevar a cabo una reflexión de los aprendizajes obtenidos en dicha misión académica y como esta se puede manifestar en diferentes temáticas vistas a lo largo de la carrera, relacionadas con la visita a diferentes organismos y la participación del primer foro nacional de relaciones internacionales dictado en Brasil.

El objetivo de la misión académica es mostrar cómo se generan diferentes modelos de negocios, a través de los conocimientos adquiridos en cada una de las visitas y como pueden ser aplicados a nivel personal y el aprendizaje que hemos desarrollado a nivel académico a lo largo de la carrera profesional.

De acuerdo a lo aprendido a lo largo de la misión, particularmente nos interesó la empresa SEBRAE. “ Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae) es una entidad privada que promueve la competitividad y el desarrollo sostenible de las micro y pequeñas empresas, se centra en el fortalecimiento de la capacidad empresarial y acelerar el proceso de formalización de la economía a través de alianzas con los sectores público y privado” (SEBRAE, 2015). A partir del acompañamiento que dan empresas como SEBRAE en Brasil, identificar la importancia de la asociatividad para generar una alianza estratégica con la institución SEBRAE para la incursión de las mipymes Colombianas en el mercado brasilero, mediante el

acompañamiento de SEBRAE y sus servicios para el crecimiento y competitividad de las mismas en Brasil.

4. MARCO CONTEXTUAL Y TEORICO

El programa de negocios internacionales de la Universidad Piloto de Colombia, se orienta a formar futuros profesionales enfocados en generar nuevas tendencias a partir del conocimiento que se genera en cada área de formación y en la que se busca ser más críticos en las diferentes disciplinas para generar nuevos descubrimientos, mayor innovación, y gestar el liderazgo y el espíritu empresarial en cualquier ámbito de los negocios a los cuales se quiera incursionar.

Asociatividad: estrategia para la internacionalización de las pymes

Los acontecimientos estructurales que han surgido en los años, han producido diferentes cambios en condiciones que opera la economía, lo que conlleva a la obligación de las Pymes a una estructuración estratégica para así poder adaptarse a las nuevas exigencias del mercado y lograr una mayor eficiencia para afrontar la competencia.

Frente a esta realidad, el desarrollo innovador, se convierte en un elemento para la búsqueda de una mayor competitividad. “La transformación requerida por las nuevas condiciones de la economía, con el fin de superar la insuficiencia de escalas individuales, se orienta a incentivar los procesos asociativos entre las pymes o entre la pyme y empresas grandes. Dada esta realidad, surge la necesidad de diseñar estrategias colectivas no sólo como herramienta apropiada para incrementar la competitividad, sino en algunos casos, como única alternativa de supervivencia para las micro y pequeñas empresas” (Martinez, 2001).

Por consiguiente, uno de los conceptos que se da como asociatividad, la da Raúl Poliak “Cuando hablamos de asociatividad, incluimos una cantidad de conceptos, como acuerdos, alianzas estratégicas, articulación entre grandes empresas y pymes, eslabonamientos productivos, redes. Fundamentalmente es una estrategia de colaboración colectiva, que está vinculada a negocios concretos; es una herramienta al servicio de un negocio. Las empresas, en ese contexto, desarrollan un esfuerzo colectivo

para la concreción de objetivos comunes, que pueden ser muy disímiles, desde comprar en común programas de investigación y desarrollo o mejores posicionamientos en la cadena de valor para su esquema de negociación” (Asociatividad; Raul). Es decir, la asociatividad proporciona acorde a la implementación de nuevas estrategias en conjunto, lograr altos niveles en la competitividad de las pymes similares a las empresas de gran tamaño, de igual manera la mejor forma de trabajo se puede caracterizar mediante una autonomía de la gerencia de cada una de las compañías.



Fuente: Clase Negocios en Latinoamérica, Tema Asociatividad

De acuerdo con el venezolano Ramón Rosales, él afirma que la asociatividad se encuentra definida como “un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente colaborar en un esfuerzo conjunto con los demás para la búsqueda de un objetivo común” (Rosales, 2016), es decir que si las empresas pequeñas y medianas, que tengan afinidades o que vayan encaminadas hacia una misma dirección, podrán llegar a generar mayor desarrollo y crecimiento dentro de las mismas, pero siendo independientes y cada una manejando sus propias directrices, con esto pueden generar diversos beneficios, ya sea reducción de costos, mayor prospectiva de nichos de mercado, etc.

Una de las mayores características que el modelo de asociatividad tiene como requisitos son: tener objetivos comunes, un compromiso mutuo y unos riesgos compartidos sin dejar a un lado la independencia que tienen las empresas y sus participantes.

Todos los factores combinados, hacen que las empresas lleven un buen proceso asociativo, obteniendo beneficios que serían difícil obtenerlos si operan individualmente y no en conjunto con otras compañías. El instituto de investigaciones económicas dice: “El desarrollo de modelos de cooperación empresarial, facilita a los participantes el acceso e incorporación de experiencias de otros actores reduciendo el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones. Por otra parte, estimula la especialización, incrementa la posibilidad de establecer nuevas redes de contactos ampliando y potencializando los esfuerzos individuales” (Monica Liendo).

El modelo asociativo, posibilita la resolución de los problemas más comunes: incorporación de la tecnología, mejoría del posicionamiento en nuevos mercados, reducción de costos, incremento en la productividad, el acceso a los recursos materiales y humanos que estén especializados, disponibilidad de toda la información requerida por la compañía, buena captación de los recursos financieros, el desarrollo de nuevos productos en los mercados, mejora en la negociación con los clientes y proveedores.

El movimiento asociativo se ha desarrollado con un buen impulso, especialmente en los últimos años despertando el interés de varios actores. En el escenario se pueden identificar diferentes gamas de relaciones interempresariales, se pueden mencionar las relaciones de cliente-proveedor, empresa-proveedor, medianas empresas entre sí, pymes y Estado, Pymes con instituciones intermedias, etc.

Las compañías atraviesan cada vez más en una fuerte competencia a nivel global para llegar a penetrar y expandirse en diversos mercados, en los que la competencia puede tornarse más agresiva, para mitigar todo este riesgo generado por la competencia, una forma de hacerlo es mediante la asociatividad, en la que las empresas busquen que un sector y el desarrollo sea mucho mayor y genere un mayor beneficio no solo a nivel propio sino a nivel colectivo, en el que las empresas puedan crecer y desarrollarse en un mayor nivel mediante alianzas estratégicas y modelos de cooperación para que haya no solo un mayor desenvolvimiento, sino también un mayor conocimiento, y un desarrollo sostenible que perdure a través del tiempo mediante la innovación.

“El proceso asociativo se divide en etapas:

- Etapa de gestación: Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan

las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

- Etapa de estructuración: En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.
- Etapa de Maduración: A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir.
- Etapa productiva: Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.
- Etapa declinación: Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos”. (Martinez, 2001)

En la actualidad, la asociatividad empresarial se ha transformado en un utensilio con la capacidad de contrarrestar los efectos de la globalización puesto que ayuda a que las Pymes tomen mayor fuerza no únicamente en los mercados internos sino que además sean capaces de poder generar un crecimiento y mayor competitividad en cuanto a los mercados externos, generando muchos beneficios, entre estos una menor costo de su actividad, para llegar a obtener precios mucho más competitivos en el sector e industria y productos con gran calidad no solo en su elaboración sino también en la terminación del producto o servicio que se le brinde a los consumidores finales.

La asociatividad puede obtener diversos beneficios que pueden estar dados mediante implementaciones y ejecuciones que generen mucha más competitividad y productividad en cualquier mercado en el que generalmente las Pymes deben hacer una reestructuración a nivel interno, para llegar a generar una reducción de costos, una mayor productividad, eficiencia y eficacia, entre otros múltiples beneficios que se pueden ver no solo en el corto, sino también en el mediano y en el largo plazo, generando así un desarrollo que llegue a ser perdurable, constante y sostenible, en el que la cooperación juega un papel primordial en la consecución del mejoramiento continuo de las mismas.

En conclusión, el modelo de asociatividad es una de las pocas alternativas necesarias para afrontar los cambios de una manera más eficaz, ya que facilita estimular las capacidades individuales de las pequeñas y medianas empresas para lograr un mejor posicionamiento en los nuevos mercados internacionales. Es más factible que las pequeñas y medianas empresas hagan alianzas estratégicas para realizar negocios en común, teniendo una orientación hacia las acciones en conjunto y generando fortalecimiento y complementación entre ellas.

5. ANÁLISIS

A través del proceso cognitivo a lo largo de la carrera profesional e incluyendo tanto nuestra práctica empresarial como nuestra participación en la misión académica a Brasil, ha sido sumamente enriquecedora puesto que hemos conocido diversas culturas de negocios y en el caso concreto de Brasil observar tanto práctica como teóricamente como se pueden establecer diversos modelos de negocios e incursionar en el mercado brasilero y en diferentes nichos de mercado a nivel multisectorial.

A partir de este, la misión académica fue muy fructífera, debido a que todas las conferencias fueron enriquecedoras conceptualmente para la formación académica a nivel profesional. De cada conferencia o charla dictada por las diferentes entidades y académicos se pudo obtener un grato conocimiento de lo que abarcan la realización y proyección de los negocios internacionales a nivel global.

“En Brasil se constituyeron las Aglomeraciones de Productores Locales, APL, bajo el mando de SEBRAE, entidad sin fines lucro que surgió de la unión entre sectores público y privado y se reconoce como un instrumento de cooperación para el desarrollo. Las APL se esfuerzan por incentivar el desarrollo de la capacidad competitiva de las empresas medianas y pequeñas a través de los clúster y de las cadenas productivas. Hoy se reconoce que las APL son una exitosa estrategia de desarrollo dentro de la política industrial de competitividad y desarrollo local, al actuar como polos de desarrollo industrial en la región” (Gutiérrez Mejía, 2012). De acuerdo con Gutiérrez Mejía, las APL lo que buscan es reactivar la capacidad competitiva de las empresas, para que dichas empresas, posean un mayor desarrollo y competencia, generando mayor desarrollo local y de las empresas mismas, promoviendo y generando así un mayor desarrollo a nivel regional y generando mayor competitividad en el sector y productividad y eficiencia en las empresas que están siendo participes de dicha APL.

5.1. ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA MISIÓN ACADÉMICA

En primera instancia, una de las actividades que más me llamo la atención fue en la visita a la secretaria de Estado de Santa Catarina realizada el 3 de Noviembre de 2015, en la cual nos mostraron que el estado de Santa Catarina es un Estado sumamente importante a nivel multisectorial pero que tiene diversos factores que retrasan un poco la negociación entre entidades privadas a nivel internacional y su incursión al Estado de Santa Catarina. Santa Catarina a diferencia de los otros estados, es independiente en el sentido administrativo (donde existe la mejor distribución de la riqueza en todo Brasil).

La secretaria de Estado, realiza en conjunto con las diferentes entidades gubernamentales como ministerios y demás alianzas estratégicas para ayudar a los empresarios Catarinenses a incursionar no solo en los mercados a nivel nacional sino también a nivel regional (Suramérica) e internacional. En el estado de Santa Catarina existen diversos organismos que colaboran en la gestión comercial de todas las empresas sin importar sean pequeñas, medianas o grandes a desarrollarse y ser más competitivas en el mercado, el mercado de Santa Catarina es un mercado pequeño y posee una economía abierta.

La actividad comercial que predomina en el estado de Santa Catarina está enfocada al desarrollo y crecimiento de la tecnología, uno de los principales focos que busca la Secretaria de Estado de Santa Catarina es promover el desarrollo social de la población del Estado, modernizar su gestión como Estado y atraer inversiones públicas y privadas para sectores estratégicos del Estado. Santa Catarina es un Estado que posee 6 puertos, es un Estado que da incentivos fiscales a empresas multinacionales que busquen como principal foco de incursión en el mercado brasilero al Estado de Santa Catarina. Las empresas que son innovadoras en la industria obtienen mayores beneficios a nivel de incentivos que otras empresas del mismo sector que quieren incursionar en el mercado Catarinense. Según fuentes de la Secretaria de Estado, la balanza comercial que existe entre el mercado Catarinense y Colombia es superavitaria para Colombia en la medida en que Colombia exporta más de lo que importa del Estado de Santa Catarina.

En la Secretaria de Estado de Santa Catarina, vimos las inversiones del estado y como se encuentra el estado económicamente. Afirman que nosotros somos países hermanos tanto geográfica como culturalmente, desde la secretaria ayudan a fomentar la cooperación entre ambos países, y buscando que ambas partes crezcan de manera conjunta y puedan ayudar a progresar ambos países en diversos aspectos.

SEGWARE

Es una empresa multinacional responsable por el desarrollo y comercialización del sistema de monitoreo e imágenes SIGMA, tienen el 80 % de las cuentas monitoreadas en Brasil, están presentes en: México, Argentina, Venezuela, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Colombia, Ecuador, Paraguay y Chile. Es una empresa cuyo foco principal de negocio es el ofrecer plataformas que permitan mediante más control, obtener toda la información posible, el propósito de este software es preservar la vida de las personas y eficiencia para preservar la plataforma. SIGMA genera una integración en la plataforma y propone un monitoreo de eventos de alarma.

Uno de los valores agregados que ofrece Segware es la cobertura permanente en la que no solo desarrolla y comercializan software de punta, sino que también ofrece la mejor cobertura mediante: Soporte técnico, Capacitación y actualizaciones del sistema y plataformas de ayudas las 24 horas. Otro de los valores agregados que genera SIGMA es Sigma Intelligence la cual es una solución que proporciona acceso a informaciones de su negocio representadas por indicadores en un formato visual de fácil interpretación y acceso. El seguimiento al cliente se da en cuatro diferentes etapas: Sprint Planning, es cada 15 días te prioriza de manera jerárquica todo lo elaborado durante los 15 días a partir de esto da una meta a cumplir y estima el tiempo de cada actividad; Sprint Daily se da mediante el seguimiento de procesos e impedimentos; Sprint Retrospectiva es la finalización y la identificación de aquello que ha funcionado correctamente; y Sprint Review que es la presentación de los resultados, demostración del producto y evaluación del mismo.

En Segware, vimos cómo esta multinacional, a través de investigación y desarrollo y de alianzas estratégicas puede ser líder en las industrias como la de seguridad a nivel nacional e incursionando en todos los países de América Latina y de Estados Unidos, mediante el mejoramiento continuo de sus actividades y mediante la medición de tareas secuenciales.

SEBRAE

Es una institución Brasileña que actúa con las pequeñas empresas y también aquellas que están empezando o piensan incursionar en algún mercado, SEBRAE es pública y privada a nivel nacional, promueve el desarrollo y desenvolvimiento de las empresas pequeñas para que sean más competitivas en la industria que participan. En Colombia la entidad que hace este papel son las Cámaras de Comercio de cada región, a nivel personal creo que SEBRAE genera una mayor importancia y colaboración a la incursión

y crecimiento de los empresarios en el mercado y un mayor seguimiento a cada una de las entidades que actúan en las mismas a nivel multisectorial.

Está posicionada en todos los Estados de Brasil, los propósitos que manejan son el incentivo al surgimiento de nuevas ideas de negocios, mediante cursos y capacitaciones y aumentar la competitividad de negocios existentes (Pequeños Negocios), también, lo que SEBRAE propende es aumentar la cooperación, productividad y competitividad de productos y proporcionar acceso a los mercados, promoviendo la consolidación o acceso a nuevos mercados por medio capacitaciones, de ferias y misiones. Sebrae tiene productos y servicios tanto para el emprendedor individual como para el gran empresario que puede llegar a facturar hasta R\$ 60.000 por año, Las micro empresas facturan R\$300, también trabajan con empresarios a los que descubren que tienen un gran potencial y desarrollo en la industria.

En Santa Catarina existen cerca de 453.000 pequeños negocios, que se pueden convertir en su nicho de mercado para el tema de asesorías y fortalecimiento de negocios, otros de los aspectos que ayudan a mitigar, es que las empresas informales generen esa transición para convertirse en empresas formales, que sean activas y generen mayor crecimiento no solo para la industria, sino también para el crecimiento de la región y del País.

“Las grandes empresas contribuyen para Sebrae, pero las pequeñas son las beneficiadas” (Angelo, 2015); a las pequeñas empresas con financiamiento que es otorgado por parte de la contribución de las grandes empresas y así ayudar a disminuir la informalidad de las compañías. Una cuarta parte de la población hace parte de la actividad económica que generan las pequeñas empresas en Santa Catarina, representan el 64% del PIB, Santa Catarina en conjunto con Sebrae ayudan a la diversificación de negocios no solo a nivel particular, sino también a nivel de industria, cuenta con una infraestructura portuaria, en los seis puertos, manejan tipos de agencia (60 agencias); una de Sebrae y otras pequeñas las cuales brindan atención personalizada sobre diversos aspectos como lo son la parte laboral, fiscal, tributaria, legal, etc., tienen dos centros de atención empresarial para capacitar a los empresarios en todos los aspectos mediante seminarios y foros, más de 400 personas ofrecen los servicios que presta SEBRAE, además de una adecuada infraestructura.

PUERTO DE ITAJAI

Fue creado en el siglo XIX, cuando los inmigrantes europeos llegan a Santa Catarina, unos de los principales productos de exportación que se manejan por el puerto de Itajai

están dados principalmente por la Madera y el Pollo Congelado y durante la década del 40 se constituyó el primer almacén, al final del siglo XX se empezó con los contenedores. Las principales rutas de navegación salían por el Atlántico y sus rumbos y procedencias son: Europa, Caribe, Centroamérica, Asia, Uruguay y Argentina. Los contenedores son principalmente de 20`y 40`y los principales productos son los congelados como Carne, Fruta y Pollo. El puerto de Itajaí está representado de la siguiente forma: 50% área de empresa privada y 50% pública.

Recientemente se lanzó una licitación para privatizar el puerto en su totalidad y cuya inversión se verá retribuida en nuevas obras y fiscalizar ingresos. El Calado de la profundidad del puerto para navegación es de 13 metros a causa del rio en el que emana el mar, no tienen proyectos fluviales, con otros países debido a que el rio solo tiene 400 mts de ancho.

En el Puerto de Itajaí, vimos que a través de alianzas público-privadas, se puede ayudar a fomentar el empleo y a ayudar a que sea más competitiva la industria y como por medio de la descentralización de la gestión administrativa, se pudieron solventar los problemas y garantizar el crecimiento comercial.

GRUPO NEXXERA

Acredita que el futuro de las organizaciones se encuentra en constantes evoluciones, en innovación generando una satisfacción del mercado. Es el principal proveedor de tecnología financiera y ha sido sostenible a lo largo del tiempo. Florianópolis es el centro de innovación tecnológica de Brasil, el grupo Nexxera tiene dos sedes una en Brasilia y otra en Florianópolis y comercializa sus productos en Alemania, Estados Unidos y Latinoamérica, es una empresa con una amplia trayectoria puesto que lleva 28 años en el mercado, ellos transportan la información a las empresas por medio electrónico y los datos por medio de una plataforma.

La plataforma de Nexxera fue creada con diversos fines: transporte electrónico, hacer negocios, comercio, etc. esta compañía es muy importante en el país, puesto que en su plataforma, manejan más del 60% de las empresas Brasileñas y el 78% de los bancos en su país. Los proyectos que se están ejecutando en Brasil son: tarjetas prepago, master Card lo cual abarca el pago para las personas, el proceso de pago se hace por medio de la web, los pagos que realizan la población Brasileira son para servicios públicos y pagos de tarjetas. Mediante la plataforma web se pueden hacer los pagos, lo que simplifica el

proceso; como aspecto crítico es que en Colombia aun este modelo no está bien diseñado y ejecutado por las entidades bancarias.

En el Grupo Nexxera, vimos que son una empresa que ofrece soluciones para la gestión empresarial de las cadenas de suministro y de negocios, en la cual su principal diferenciador es que promueven un conjunto rico de beneficios directos e indirectos con efecto principal en la calidad, reducción de costos y riesgos operacionales, agregándole de cierta manera mayor rentabilidad y resultados. También, otro aspecto que los hace crecer es que mediante el desarrollo de diversas alianzas, consiguen crecer como empresa y posicionarse de una mejor manera en el mercado, ampliando no solamente sus márgenes de clientes, sino también generando un ingreso redituable para todas aquellas empresas con las que realiza una alianza comercial.

ACATE

Es una asociación privada de empresas de tecnología, cuyos principales valores son: cooperación, innovación y conocimiento, manejan incubadoras que consisten en hacer crecer las empresas pequeñas y posicionarlas en el mercado. Por incubadora se manejan 24 empresas, tienen 30 años en el mercado, generan un crecimiento anual del 20% de tecnología, en total tienen 600 empresas registradas, generan una facturación de R\$ 2 Billones, tienen más de 19.000 empresas inscritas en procesos selectivos. Generalmente son de los sectores de seguridad, juegos, agro negocio y educación, lo que busca es atraer y conectar inversionistas, emprendedores cuya actividad este basada en la tecnología.

ACATE también es conocida como un centro de innovación en el que se ayudan a empresas que estén ubicadas en Santa Catarina, generando colaboración, emprendimiento e innovación. Su pilar es generar empleo y rentabilidad.

5.2. ANALISIS DE LOS NEXOS ENTRE LA ASIGNATURA DE “NEGOCIOS EN LATINOAMERICA” Y LA MISION ACADEMICA

Demografía:



Fuente: <http://www.mapas-brasil.net/>

Brasil cuenta con 207.5 millones de habitantes, tiene un alto potencial de consumidores, es el 5° país con mayor extensión territorial, cuenta con un área de 8.514.877 mts cuadrados, limita con la mayoría de los países de Suramérica excepto con Ecuador y Chile.

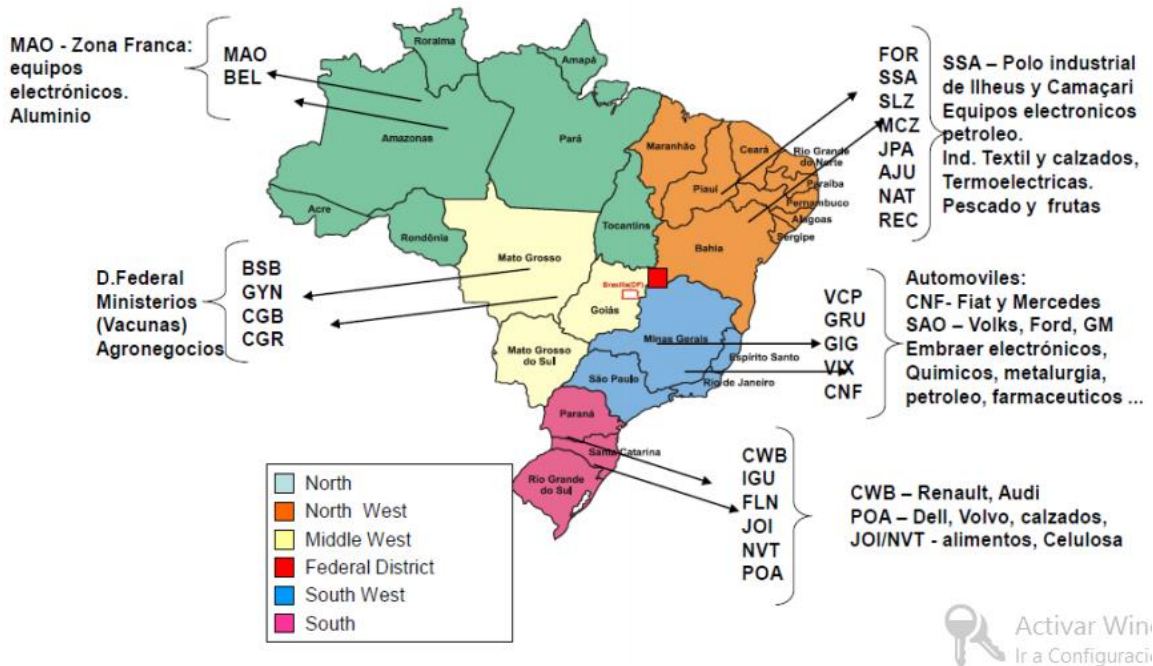
Brasil Mercado estratégico:

Es un mercado estratégico, por varias razones: por el crecimiento que ha tenido durante los años de la clase consumidora de bienes y servicios que tienen valor agregado para el mercado, por el tamaño de la economía. Brasil cuenta con una competitiva y diversificada industria, es el principal productor de aviones jet, 3° mayor productor de bebidas sin alcohol, 8° mayor productor de automóviles, 5° mayor productor de caucho y 10° mayor productor de hierro. Brasil es un foco principal en los mercados internacionales, debido a que el 27% de la producción nacional es exportada, entre los productos exportados están la maquinaria y equipo con un 35%, calzado con 52%, alimentos y bebidas 32%, y vehículos automotores 23%.

En el tema del sector tecnológico, el 31% de las exportaciones corresponde a productos de alta tecnología como aviones y TIC'S, productos de mediana intensidad como automóviles, mecánicos, productos químicos. En la industria automotriz es el 8° mayor productor del mundo la inversión de esta industria supera los US\$ 14 mil millones, en la industria petrolera, Brasil se encuentra en la 8° posición en reservas del mundo y líder

en producción y pionero en tecnología para extracción de petróleo, la inversión en el sector supera los US\$ 92 mil millones, constituye el 13% de la tasa de crecimiento en Brasil anual.

Sectores económicos por región



Fuente: Diapositivas conferencia Brasil Mercado estratégico, Docente Gloria Plazas, negocios en Latinoamérica.

A continuación, las empresas y/o sectores más representativos por regiones:

- Norte: basadas en zonas francas de equipos electrónicos y aluminio.
- Nordeste: industrias de equipos electrónicos y petróleo, industria textil y calzados, pescado y frutas.
- Medio- oeste: están el Distrito Federal, los ministerios y agro negocios.
- Sureste: industria de automóviles, Fiat, Mercedes, Ford, General Motors. Químicos, metalurgia y farmacéuticos.
- Sur: predomina Renault, Audi, Industria del calzado, alimentos.

La región con mayor PIB per cápita es Sureste con 12.050, contando así con un número de habitantes total 81.420.000, dividido en las regiones de Minais Gerais, Espirito Santo, Rio de Janeiro y Sao Paulo, en segundo lugar se encuentra la región del Sur con un PIB per cápita de 11.466 con un total de habitantes de 27.000.000 dividida en las regiones de Paraná, Rio grande do Sul y Santa Catarina, y por último la región de Nordeste con un PIB per cápita de 4.509, para un total de habitantes de 53.430.970 en las regiones de Ceara, Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Maranhó, Alagoas, Sergipe y Piauí.

Ciclos comerciales anuales: “las características más relevantes son las fechas definidas climáticas y conmemorativas para las actividades comerciales, planeamiento de actividades de producción, estructuras comerciales y de ventas, posibilidad de nuevos mercados y productos” (Gloria Plazas, Negocios en Latinoamérica).

- Enero- Febrero: Brasil tiene 8.000 Km de playas, las oportunidades de negocios son el vestuario, bebidas y alimentos, turismo. }
- Febrero- Marzo: la actividad principal son los carnavales, las oportunidades negocios son el transporte, turismo, higiene
- Marzo- Abril: actividad pascua, las oportunidades de negocios: juguetes, ponqué industrial y chocolates
- Junio: oportunidad de negocios, los productos derivados del maíz, dulces, yuca, una de las empresas representativas es Yoki alimentos
- Julio: principal actividad el invierno, oportunidades de negocios son bebidas, turismo, comidas y transporte.
- Diciembre: actividad principal son las fiestas de navidad y las oportunidades de negocios son los ponqués, las comidas congeladas, bebidas.

Brasil líder en América Latina

El mercado brasilero se convierte en uno de los puntales en tema de crecimiento económico mundial en los últimos años, es líder en América Latina y miembro activo de las BRICS, las empresas posicionadas en Brasil poseen de un enorme protagonismo, teniendo alrededor de 25 multilatinas más globalizadas. Las principales razones son las mejoras en materia de apertura internacional, seguridad jurídica que han contribuido con la atracción de inversiones extranjeras en Brasil y facilitar la internacionalización de las mismas al exterior,

Evolución del liderazgo empresarial, se ve reflejado en que Brasil representa en los datos del Ranking de América Latina de Multilatinas 2013, las primeras 80 multilatinas, siendo el primer país con 25, seguido de Chile con 19, México con 18, Perú con 4 y en quinto lugar Colombia con 3. Las estrategias de internacionalización que las empresas brasileñas han utilizado, es que el 50% de las multinacionales lo logran a través de subsidiarias en Suramérica y solo el 32% en Norte América. Las empresas multinacionales en Brasil siempre sobresalen debido a la capacidad que tienen de combinar estratégicamente las competencias internas organizacionales y el desarrollo de innovación, dando así un resultado de habilidades para reaccionar ante los mercados internacionales.

Para concluir, las razones por las cuales el mercado Brasileño tiene constantes crecimientos en las industrias son:



Fuente: Elaboración Propia.

Algunos casos de éxito de empresas latinoamericanas que dieron su incursión en el mercado brasileño mediante relaciones con empresas, por medio de modelos de asociatividad.

- AZALEIA: Mayor empresa de zapatos en el mercado brasilero, las características más influyentes son el diseño y el confort, la cual mediante estrategias de expansión y de trabajo en conjunto con diversas entidades brasileras han logrado no solo posicionar su marca a nivel nacional sino internacional (70 países). La empresa actualmente factura R\$ 650 millones Y generando alrededor de 14 mil empleos.
- MARCOPOLO: Marcopolo logro su éxito gracias a diferentes asociatividades que generan la suplencia de demanda en el mercado brasilero, a partir de esto no solo lograron conquistar el mercado brasilero, sino que , adicionalmente cuentan con sucursales en todos los continentes, dicha empresas fue los Nicola.
- EMBRAER: cuarto mayor fabricante de aeronaves comerciales, su posición y crecimiento en el mercado se da por medio de la excelencia en los productos y la tecnología que manejan para el segmento aeronáutico. Embraer obtuvo una estrategia de expansión, gracias a la alianza que realizo en conjunto con empresas aeroespaciales europeas (EADS, Thales, Snecma y Dassault Aviation).

Para terminar, la asociatividad desarrolla elementos de acción conjunta y cooperación, que ayuden a que las empresas tengan un crecimiento y posicionamiento en el mercado, ofreciendo una organización más competitiva a nivel global. Actualmente las compañías que laboran mediante alianzas estratégicas, generan mayores oportunidades no solo en la industria, sino en entidades que promuevan el desarrollo y comercio.

6. CONCLUSIONES

- Hoy en días las Pymes cumplen un papel importante en los mercados nacionales e internacionales, lo que obliga a que por medio de un modelo de asociatividad, las empresas compitan no solo individualmente, sino ya de grupos de compañías compitiendo entre sí.
- Para este contexto, se puede percibir que la asociatividad es una de las alternativas necesarias para que las Pymes puedan enfrentar los diferentes cambios estructurales en el mundo de una manera más eficaz, ya que puede permite incentivar las capacidades individuales de las Pymes y potencialidades para afrontar y enfrentar la competencia internacional y lograr así un mejor desarrollo y posicionamiento en los diversos mercados.
- Gracias a la Alianza con la Institución SEBRAE se puede incrementar la competitividad mediante la incursión y acompañamiento a las Pymes colombianas en Brasil.
- Las exigencias que los mercados internacionales desarrollan para la entrada de empresas son mayores para las Pymes como condición de crecimiento, pero estas necesidades requieren mayores recursos y nuevos modelos de cooperación para desarrollar alianzas estratégicas y posicionamiento en el mercado objetivo de las Pymes Colombianas.
- Gracias a la misión académica y al presente trabajo se pudo analizar más a fondo, mediante casos concretos reales, como a partir de modelos de asociatividad, se generan mayores desarrollos económicos y de conocimientos en la sociedad, generando una mayor igualdad y crecimiento en el entorno competitivo.

7. BIBLIOGRAFIA

Angelo, A. (4 de 11 de 2015). Director Tecnico de SEBRAE. Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

Gloria Plazas, Negocios en Latinoamérica. (2015). Brasil Mercado estrategico.

Gutiérrez Mejía, L. A. (2012). Procesos Asociativos: fuente de teoría y ejercicio gerencial. En L. A. Mejía, *Procesos Asociativos: fuente de teoría y ejercicio gerencial* (pág. 46). Medellín.

Martinez, M. L. (11 de 2001). *Fcecon*. Recuperado el 2015, de http://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf

Monica Liendo, A. M. (s.f.). *fcecon*. Recuperado el 2015, de http://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf

Raul, P. (s.f.). Asociatividad. *IDEA*.

Raul, P. (s.f.). Asociatividad. *IDEA*.

Rosales, R. (2016). *Ruta N - Asociatividad*. Recuperado el 2016, de Ruta N Medellín Centro de Innovación y Negocios - El lugar donde se potencia la innovación: <http://rutanmedellin.org/es/recursos/abc-de-la-innovacion-rutan/item/asociatividad>

SEBRAE. (28 de Noviembre de 2015). *Sebrae Brasil*. Obtenido de <http://www.sebrae.com.br/>

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>

<http://www.sc.gov.br/index.php>

<http://www.segware.com.br/>

<http://www.nexxera.com/pt/>

<http://www.portoitajai.com.br/novo/>

<https://www.acate.com.br/node/3265>

**ANEXO # 1. MODELO CANVAS PROYECTO MOVILIDAD ACADEMICA
BRASIL- FLORIANOPOLIS**

MODELO CANVAS

<p>Red de Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> - Institucion Sebrae - Entidades gubernamentales - Cámaras Brasil-Colombia. 	<p>Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejo TIC's - Elaboración alianza y/o Convenio - Modelo asociatividad 	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Incentivar a las Pymes para incursionar en el mercado Brasileiro, generando una mayor diversificación en la demanda de sus productos y/o servicios.</p>	<p>Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelos de asociatividad - Plataforma CRM - Directa <p>Canales de distribución y comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sebrae-Cliente - Directa - Redes Sociales 	<p>Segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - MiPymes - Pymes (Colombia)
<p>Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viaticos 		<p>Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viáticos - Prestación del Servicio 		

Fuente: Elaboración Propia