



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADEO

**AMPLIACIÓN DEL CANAL DE PANAMÁ, UNA OPORTUNIDAD
TRASCENDENTAL PARA EL MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL
COLOMBIANO.**

ENSAYO DE GRADO

PERIPLO INTERNACIONAL – REPUBLICA DE PANAMÁ

Por:

SEBASTIAN BELTRAN MENDOZA

BOGOTÁ, JUNIO 20

AMPLIACIÓN DEL CANAL DE PANAMÁ, UNA OPORTUNIDAD TRASCENDENTAL PARA EL MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL COLOMBIANO.

Actualmente las industrias colombianas deben centrar sus esfuerzos en abrir mercados en el exterior a través de las herramientas que ofrece el marketing internacional, al abordar el tema de la incidencia que tiene la ampliación del canal de panamá para el marketing Colombiano, este claramente implica el tema de lo que representa el comercio exterior por vía marítima para el mundo, y lo que Colombia junto a otros países que conectan con el mar caribe están, realizando para asumir este gran hecho (Ampliación del Canal de Panamá) , esto involucra toda una serie de cambios estructurales en los puertos Nacionales y diversas estrategias operativas de marketing internacional que permitirán enlazar las marcas colombianas con el resto de países del mundo. Este aprovechamiento brindara una serie de beneficios a la Industria como la modernización portuaria, aumento de oferta marítima de barcos, aplicación de economía de escala con el tránsito de barcos de mayor capacidad e inversión extranjera lo cual beneficiara el empleo Colombiano.

Palabras clave: Marketing internacional, comercio exterior, transporte marítimo, Canal de Panamá, Ampliación del canal de Panamá, Hub, puertos, tecnificación, economía de escala.

El presente escrito tiene como objetivo principal generar una reflexión acerca de la importancia que tiene la ampliación del canal para las transacciones comerciales y el futuro del marketing internacional Colombiano, frente a los beneficios que dicha ampliación trae para la industria Nacional Colombiana.

Para dar inicio con el siguiente ensayo, se entrara a definir el marketing Internacional como *“el proceso de planeación y realización de transacciones a través de las fronteras nacionales con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y las organizaciones”* (Czinkota & Ronkainen. 2008). Las tareas de marketing internacional están dirigidas a conseguir la satisfacción de los consumidores de los bienes y servicios en más de un país, a cambio de un beneficio (monetario). Esto incluye la promoción la fijación de precios, y la distribución de bienes/servicios deseado por los consumidores de diferentes países.

Esta definición permite identificar la incidencia que tiene el Marketing Internacional en los procesos comerciales del mundo al no limitar el público objetivo de las diferentes organizaciones eliminando fronteras y generando fácil acceso a mercados internacionales, claramente realizando procesos estratégicos dirigidos a las necesidades y deseos específicos que tienen las personas que se encuentran en cada región implicada en dichos procesos.

A partir de lo anterior, el presente escrito se concentrara en un ítem muy importante de las acciones del marketing Internacional, el tema de la distribución de bienes y servicios a nivel internacional, de este modo, se considera pertinente hablar de la importancia del comercio mundial, su principal medio de transporte (transporte marítimo) y la influencia actual que tiene el canal de Panamá junto con su ampliación para Colombia y el mundo.

A lo largo del tiempo, *“El comercio mundial ha asumido una importancia hasta ahora desconocida por la comunidad global. En décadas pasadas el comercio se había llevado a cabo a nivel internacional, pero la repercusión de este sobre las naciones, empresas e*

individuos nunca había tenido la amplitud y simultaneidad que tiene en la actualidad” (Czinkota & Ronkainen, 2008, p. 5). Por ende, el comercio exterior ha sido un factor vital para cada uno de los países del mundo, éste forma parte de una pieza fundamental de la estabilidad financiera en cuanto al ingreso de dinero mediante el intercambio de bienes y servicios a través de los diferentes países y sus mercados. Por ello, se ejecuta utilizando divisas y está sometido a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician entre sí al posicionar mejor sus marcas nacionales, e ingresar a mercados extranjeros por medio de estrategias de marketing internacional.

Las ventajas que el Comercio Internacional presenta, es que permite que un país cuente con mayor cantidad de bienes que los que podrían producirse en aislamiento, con un servicio escaso de recursos productivos. Mientras más propicio sea la relación real de intercambio para un país, mayor será el beneficio que le producirá el comercio internacional en comparación con los que obtengan los restantes países. Para que cada uno de estos procesos de comercio exterior se dé, son necesarios diversos medios de transporte que permitan el libre flujo de mercancía entre países y de igual forma que dichos productos lleguen de manera segura, puntual y al destino indicado.

De acuerdo con lo anterior, con el transcurso histórico de la humanidad, el transporte ha sido uno de los elementos de máxima importancia, el intercambio de mercancías, estudios científicos y hasta guerras han dependido de los avances que en materia de transporte se han hecho. Uno de estos tipos de transporte, es el transporte marítimo; este tipo de transporte se ha incorporado nuevos servicios en sus principales rutas internacionales, como apoyo a

los esfuerzos en el comercio exterior e internacional y así buscar nuevos mercados para poder exportar.

El comercio exterior de cualquier país depende en gran medida el grado de desarrollo de su infraestructura vial y del transporte marítimo; pero ¿Qué lo hace tan atractivo? Lo podemos definir como el medio de transporte más eficiente en términos de ahorro de energía cuando se recorren grandes distancias con una gran carga. *A esto se suma el hecho que para el año 2006, el 90% del comercio internacional era transportado por medio de buques* (Kaluzza, Kolzsch, Gastner, & Blasius, 2010). Lo que nos demuestra la importancia que este medio de transporte tiene para el libre flujo y transacción de mercancías a nivel mundial, por encima del transporte terrestre, aéreo y fluvial que representan el otro 10% del comercio mundial.

A raíz de esto se puede evidenciar lo que significa el transporte marítimo para la industria nacional y los retos que esto presenta. Dichos retos radican en la inversión y tecnificación de cada una de las herramientas del comercio marítimo (Buques, puertos, maquinaria de cargue y descargue de mercancías), para con ello aprovechar todos los beneficios que este medio de transporte le pueden brindar a el comercio Nacional.

En el mundo del transporte marítimo existen ciertos países que cuentan diversas ventajas geográficas, las cuales son usadas para facilitar cada uno de los procesos del intercambio de mercancías, uno de estos países es la Republica de Panamá, con su herramienta marítima comercial más importante, el Canal de Panamá. Este fundado en 1914, y del cual tomó administración Estados Unidos por 100 años de gestión, puesto que *“para Estados Unidos la importancia geográfica del canal de Panamá para el comercio (los envíos entre las dos*

costas por medio del canal se reducen casi 15 000 km) hace que el control del canal sea un asunto muy importante, sobre todo si ese control tiene un potencial hostil” (Cateora, Gilly & Graham, 2010). Por ende, este fue creado para optimizar la navegación marítima mundial, acortando las distancias entre países productores y consumidores.

La importancia del canal de Panamá para el mundo radica en que este es considerado como fuente principal de comercio al conectar el Océano Pacífico con el Océano Atlántico, esta conexión facilita una vía de tránsito corta y económica para los buques encargados de transportar mercancías a nivel mundial. Otro de estos beneficios que el Canal de Panamá representa está ligado a su ubicación geográfica, en términos comerciales se puede inferir que *“La geografía responde preguntas relacionadas con la ubicación de diferentes clases de actividades económicas y las transacciones que fluyen a través de fronteras nacionales; proporciona ideas respecto a los factores humanos y naturales, y ejerce su influencia en los patrones de producción y consumo de diferentes partes del mundo”* (Czinkota & Ronkainen. 2008). A raíz de ello, dicha ubicación geográfica que posee el Canal de Panamá permite que el comercio por el medio marítimo sea más óptimo al reducir distancias entre los países.

Aunque muchas veces se relaciona la actividad del Canal solamente con los grandes mercados internacionales, es preciso destacar que muchos países de América Latina y el Caribe (LAC) tienen una relación vital con aquel. América Latina está comprometida a modernizar sus puertos y cada una de sus herramientas geográficas, como lo es el Canal de Panamá.

El día 26 de Junio, el mundo entero celebra un hecho muy importante para el comercio exterior; la ampliación del Canal de Panamá. La ACP (Autoridad del canal de panamá) organizó una gigantesca labor de realizar más de 70 estudios a un costo de USD\$140 millones para estipular la viabilidad técnica, económica y ambiental, de ampliar el Canal.

La Autoridad del Canal acordó a las principales consultoras del mundo en materia de estudios ambientales ingeniería, impacto económico, análisis de demanda, y modelaje financiero, para realizar estos estudios, los cuales fueron constituidos en un Plan Maestro que se tuvo que llevar a referéndum nacional en el año 2006 y en el cual cerca del 78% de los votantes le dieron el SÍ al proyecto de ampliación. *“La ubicación geográfica y la ampliación del Canal de Panamá lo posicionarán como el nodo marítimo de conectividad más importante a nivel mundial, por encima de importantes rutas de acceso comercial como lo son el canal de El Suez, Shanghái y Singapur”* (Ortiz, 2014).

Pero ¿En qué consiste esta ampliación? Este proyecto comprende el ensanche y la profundización de los cauces navegables (accesos Atlántico y Pacífico, Corte Culebra, Lago Gatún), y la construcción de dos juegos de esclusas, una en el océano Atlántico y una en el océano Pacífico, aumento del nivel operativo del Lago Gatún, y un gran apoyo al impacto ambiental en el cual dichas esclusas cuentan con un sistema de tinajas de ahorro de agua, que permitirán que aún, cuando las esclusas sean más grandes que las actuales, el consumo de agua sea menor.

Con la ampliación, Panamá les permitirá a los navieros aprovechar las economías de escala que se formarán al estacionar buques más grandes en una ruta más corta, reduciendo los

costos de combustible asociados a los trayectos en los nuevos y más eficientes buques pospanamax, así como otros costos operacionales.

Los navieros podrán aprovechar la conectividad ofrecida por este punto donde frecuentan diferentes servicios de línea que mueven carga entre mercados de mayor peso y servicios alimentadores que sirven al comercio regional de Latinoamérica y el Caribe que se caracteriza por una menor densidad de carga (como por ejemplo el transporte de mercancía entre el puerto de Buenaventura en la costa pacífica y los puertos de Cartagena, Santa Marta y Barranquilla en la costa Atlántica).

Otro dato importante de la ampliación de este canal es que las nuevas esclusas permitirán el paso de buques que cargan hasta 13.200 TEU, en vez del máximo de 5.100, que se transporta en los buques panamax, los cuales a la fecha han sido el buque de mayor dimensión que tiene permitido transitar por Canal. Por esta razón, *“los buques Neopanamax y Pospanamax en servicio representan alrededor del 53% de la capacidad de la flota, pero, para el año 2016, representarán el 60%. Para el 2016, los Neopanamax y Pospanamax en servicio tendrán la capacidad de transportar 12 millones de los 20 millones de TEU de capacidad en la flota mundial”* (Sabonge, 2014).

Al considerar que dicha ampliación permitirá el tránsito de buques con una capacidad mayor, se reducirán costos en términos de Economía de escala, por lo cual cabe resaltar que *“ Las características económicas de la industria del transporte marítimo (volatilidad de utilidades, capital intensivo y alto riesgo de ingresos), empujan a la industria a la búsqueda permanente de economías de escala, densidad y alcance, las de escala se persiguen a partir del incremento del tamaño de los buques que pretenden bajar el costo*

medio de la operación, y el mismo objetivo es buscado con el rediseño de las rutas de transporte, procurando beneficiarse de los efectos de red” (Sabonge & Sánchez, 2008).

De otro modo para hablar de la importancia que la ampliación del Canal de Panamá tiene para el comercio y el marketing internacional colombiano, se debe identificar la actualidad e historia del comercio en dicho país. Por lo tanto, cabe resaltar que en los últimos años Colombia ha tenido un decrecimiento en su comercio y marketing internacional en lo que se refiere a sus compañías y marcas nacionales, es por eso que *“Durante el año 2015 el comercio exterior colombiano registró caídas significativas respecto a su desempeño en años anteriores y en el caso de las exportaciones, por tercer año consecutivo las exportaciones se contrajeron. Para el año 2015 en el acumulado enero-octubre las ventas externas del país se redujeron -35% en relación al mismo período de 2014. (ANDI 2015)*

A partir de esto, podemos identificar que la ampliación del canal de Panamá se puede considerar como una oportunidad y una herramienta para que el comercio y el marketing internacional Colombiano tome un *“impulso”* para crecer paralelamente con el comercio mundial y ser competitivos con el mismo.

Pero ¿Cómo la ampliación de un canal que se encuentra en otro país puede apoyar el comercio de Colombia y brindar herramientas de marketing internacional a las firmas Nacionales? El hecho de tener un tránsito de buques de una mayor capacidad, como se ha mencionado con anterioridad, podemos inferir que *“Colombia también podrá mejorar su comercio exterior exportando carbón en naves de mayor tamaño a través del Canal ampliado. Se espera que para el año 2025, las exportaciones de carbón colombiano se tripliquen hasta llegar a 240 millones de toneladas. La ruta por Panamá permitirá ahorros*

hasta de 15 días de tránsito para buques con origen en Puerto Bolívar y con destino en China. Existe también la posibilidad de exportaciones de mineral de hierro con origen en Brasil y destinos en Asia.” (Sabonge, 2014).

Claro está que esta no es toda la Industrial Colombiana, ni lo que representa el 100% de PIB Colombiano. Esto es un llamado a la tecnificación y el desarrollo del resto de corporaciones Nacionales para así afrontar un mercado internacional exportando sus bienes y servicios y satisfaciendo las necesidades de los consumidores a nivel mundial aprovechando la herramienta y la situación que se está presentando en la actualidad con la ampliación de dicho canal.

Según el DANE 2015 “el 98,2% de la carga exportada desde Colombia se realiza vía marítima”, y separando las dos industrias que representan el mayor porcentaje de las exportaciones en Colombia (Minería y Café), el 82,36% no mineras y sin café se exportaron vía marítima en 2014, (DANE, 2015). Este representativo porcentaje nos demuestra la importancia del transporte marítimo para Colombia, es por ello que en vista de un Canal ampliado, y con la llegada de buques de una mayor capacidad se va a ver beneficiado el flujo de esta mercancía en este medio de transporte.

Continuando con lo anterior, los tipos de productos que Colombia exporta por el medio marítimo, para el 2014, 3,8 millones de toneladas son de la agroindustria, 3,3 millones de toneladas son de las manufacturas e insumos básicos y derivados, 124 mil toneladas son de prendas de vestir y 3 mil toneladas representan los otros productos (DANE, 2015). Pero cada uno de estos productos tiene un destino y una ruta diferente a nivel internacional; En 2014 el 35,9% de las exportaciones vía marítima tuvieron como destino Europa 51 millones

de toneladas, seguido de Asia y América del Norte, con 32 millones de toneladas y 26 millones de toneladas respectivamente (DANE, 2015)

Debido a esto podemos identificar otro de los beneficios que trae la ampliación del Canal de Panamá a Colombia, el jalonamiento de las industrias y compañías del país, esto las va a impulsar a tecnificar cada uno de sus procesos productivos, a generar una mayor cantidad de investigaciones de mercado a nivel mundial, generar estrategias de marketing dirigidas a públicos extranjeros e invertir en investigación y desarrollo de nuevos bienes y servicios que puedan ser atractivos en otros países del mundo.

Por otra parte, Colombia se ha venido preparando para este gran cambio mundial por medio del puerto de Cartagena, *“En cuanto a su posición geográfica, el puerto de Cartagena se ubica en una importante zona industrial y turística del país y en una zona comercial estratégica a nivel mundial que ha ido ganado importancia desde los últimos años, lo que le permite configurarse como un importante punto de conexión internacionalmente.* (Ortiz Martínez, 2014). Por esta razón, el puerto de Cartagena tiene diversas ventajas frente a los diferentes puertos del mundo, cuenta con una amplitud suficiente para ofrecer carga doméstica (de importación y exportación) para el país y de allí distribuir hacia el resto del Caribe (el centro del mundo).

A su vez el puerto de Cartagena posee gran cantidad de superioridades frente a los puertos que se encuentran en el Caribe, *“la excelencia operativa del puerto que se traduce en la reducción de los tiempos de espera se explican por las inversiones en tecnología y en sus sistemas para el manejo de la información en tiempo real; las tarifas que ofrece son competitivas frente a los demás puertos y sustancialmente menores a las ofrecidas antes de*

la privatización; y la característica de contar con un personal capacitado cuyo ambiente laboral ha sido destacado con el premio de “Great Place to Work”, para los años 2012 y 2013.” (Ortiz, 2014).

El puerto de Cartagena ha sufrido una gran cantidad de avances, *Entre 2013 y 2019 la Sociedad Portuaria Regional de Cartagena, SPRC-Contecar, planea invertir cerca de 600 millones de dólares en la ampliación de su capacidad y de su tecnología logística, con el objetivo fundamental de aumentar el flujo de carga al garantizar el paso de buques de mayor capacidad.* (Ortiz, 2014). El buque más grande no solamente necesita más muelle, patio y grúas para poder brindar un servicio mucho más eficiente y confiable, también asigna requerimientos de calado, esto implica que una gran cantidad de puertos a inviertan ciertas cantidades de dinero en dragar canales de acceso para permitir que los buques pospanamax puedan recalar completamente llenos en el puerto de Cartagena.

La ciudad de Cartagena está cruzando por una etapa de cambios importantes dentro de su estructura económica e industrial. Según el gerente de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), seccional Bolívar, este momento es un periodo especial de la región por varias razones especiales una de ellas es el crecimiento y mejoramiento de los servicios portuarios tienen grandes perspectivas en el mediano plazo. Este hecho está estrechamente relacionado con la ampliación del Canal de Panamá, puesto que la ciudad va tener a su disposición la mayor vía de comercio mundial casi a las puertas de Colombia.

A lo largo del tiempo, el Caribe se ha convertido en un punto geográfico muy importante para el Comercio mundial, por esta región marítima transitan gran cantidad de buques comerciales en donde llevan más del 90% del comercio a nivel internacional, punto al cual

Colombia tiene acceso debido a su ubicación geográfica, de esta forma, *“El comercio mundial le está otorgando al Caribe colombiano una enorme trascendencia cuyos resultados deben consolidarse en estrategias de desarrollo económico que generen riqueza y bienestar social. Y ahí radica la importancia de contar con un terminal marítimo de avanzada: como Centro de Conexión Global estimula la competitividad nacional”* (REVISTA PORTICO Primera edición de 2011).

Por lo cual, a raíz de la conformación de los mercados mundiales, el Caribe es un área de gran privilegio donde se vinculan las industrias europeas, americanas y asiáticas. Es por esto que, las rutas marítimas comerciales que cruzan las aguas colombianas, tienen especial impacto sobre las oportunidades del Siglo XXI. Un escenario donde se proyecta una actividad superior a la de cualquier otra región del mundo; y en donde Colombia tiene en Cartagena una importante ventaja competitiva por su ubicación geográfica.

La Republica de Colombia tiene como tarea, generar estrategias de aprovechamiento, una de las propuestas que en este ensayo se realiza, es la de la construcción y aplicación de un Hub logístico, en donde Colombia puede ser empleado como área de almacenaje temporal de mercancía para así abastecer a diferentes regiones del mundo.

Colombia a nivel país puede “entrar en el juego” del Comercio exterior, podremos ahorrar una gran cantidad de tramos en la rutas de comercio mundial ubicando y almacenando bienes de marcas internacionales, las cuales podrán ser redistribuidas a diferentes partes del mundo desde nuestro país, aportando así a la cadena de valor de dichos bienes, reduciendo sus costos de transporte.

A raíz de todos estos cambios a nivel mundial frente al comercio exterior, el marketing internacional entra a jugar un papel muy importante en Colombia.

De cara a esta ampliación, las diferentes compañías y marcas nacionales se les están presentando la oportunidad de una apertura global, se les va a facilitar los procesos de distribución de bienes y servicios para las diferentes regiones del mundo. Se podría afirmar que con este hecho, las marcas nacionales se verían beneficiadas en su cadena de valor y competitividad a nivel mundial, todo esto gracias a la reducción de costos y beneficios en los fletes del transporte marítimo, que sólo se consiguen con grandes barcos, servicios directos, múltiples frecuencias, menores tiempos de tránsito y mejores fletes. Así, tanto exportadores como importadores tendrán acceso directo a los barcos más grandes y tarifas más económicas, para posicionar sus productos a un mejor precio en el mercado internacional.

En conclusión es importante comprender la importancia del comercio exterior marítimo como una herramienta vital para el buen funcionamiento del marketing internacional en temas de canales de distribución y optimización de cadena de valor para los bienes exportados.

Nuestra importante ubicación cercana al Canal de Panamá, recientemente ampliado, por donde transita gran parte del comercio mundial va a generar un gran impulso en la industria Colombiana, permitiéndole reducir costos de transporte con economía de escala (Buques más grandes, neo- panamax y pospanamax). Todo esto sumando a la gran visión que tienen los países del Caribe en convertir a la región en un Hub a nivel mundial, en donde claramente Colombia, con su puerto de Cartagena entraría a jugar un papel

importante en materia de brindar espacios con zonas francas de diferentes productos de industrias ya sean nacionales e internacionales.

También les genera una gran cantidad de retos los cuales radican en, la modernización de sus instalaciones portuarias a fin de recibir barcos más grandes, realizar una mejora en sus fletes, mejorar los tiempos de transito de los buques en los puertos Nacionales, realizar inversiones a las empresas Colombianas con el fin de capacitar y aprovechar cada uno de los beneficios que este hecho representa, Se necesitará más Ejecutivos y Directivos altamente capacitados en todas las áreas del Comercio Exterior y transporte marítimo, Se necesitarán más Personal calificado en el área de Inspecciones de Embarques marítimos, daños a la carga y ajustadores de daños.

BIBLIOGRAFÍA

1. Michael R. Czinkota & Iikka A. Ronkainen. (2008). Marketing Internacional. CENGAGE Learning.
2. Philip r. cateora, Mary C. gilly & John l. graham. (2010) Marketing Internacional 14a edición. Mc Graw Hill.
3. Sabonge, Rodolfo. (2014). La ampliación del Canal de Panamá Impulsor de cambios en el comercio internacional: CEPAL. [Documento de proyecto]
Recuperado

de:http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37038/S1420342_es.pdf?sequence=1

4. Ortiz, Astrid Martínez. (2014). Impacto económico y social del puerto de Cartagena. FEDESARROLLO. [Documento de Proyecto]. Rescatado de:
http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/Informe-Final-SPRC_final.pdf
5. Reina, Mauricio, Oviedo Sandra & Moreno Jonathan. (2014). COLOMBIA Y PANAMÁ: UNA COMPLEMENTARIEDAD ECONÓMICA CRECIENTE; FEDESARROLLO. [Documento de Proyecto]. Rescatado de:
http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/2077/3/Repor_Diciembre_2014_Reina_Oviedo_y_Moreno.pdf
6. Caballero G., Maybe. (2013). UNA INFRAESTRUCTURA PORTUARIA EFICIENTE Y COMPETITIVA EN COLOMBIA. DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS. [Documento de Proyecto]. Rescatado de:
<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11629/1/Trabajo%20de%20Grado%20FINAL.20131124.pdf>
7. Acosta, Karina. (2012) Cartagena, entre el progreso industrial y el rezago social. [Documento de Trabajo sobre Economía Regional]. Rescatado de:
http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_178.pdf
8. REVISTA PORTICO (Primera edición de 2011) Rescatado de:
[http://cisne.puertocartagena.com/opadmco.nsf/890f6547f01054810525700d0059e91d/4b8a4c7232d5d4b2052573b8006ca62e/\\$FILE/p%C3%B3rtico%202011.pdf](http://cisne.puertocartagena.com/opadmco.nsf/890f6547f01054810525700d0059e91d/4b8a4c7232d5d4b2052573b8006ca62e/$FILE/p%C3%B3rtico%202011.pdf)
9. DANE (2015) Infraestructura logística y transporte de carga en Colombia 2015.