



**LA GUERRA COMERCIAL ENTRE ESTADOS UNIDOS Y CHINA: ANÁLISIS
GEOPOLÍTICO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA, ESTUDIO DE CASO DE LA
EMPRESA HUAWEI COLOMBIA**

Elaborado por:

CARLOS IVÁN ARANGO HENAO

Asesora: **LEIDY VIVIANA ROLDÁN BOLÍVAR**

Negocios Internacionales

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2019

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. **Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria**

Trabajo de Grado. Ciclos Profesionales

**LA GUERRA COMERCIAL ENTRE ESTADOS UNIDOS Y CHINA:
ANÁLISIS GEOPOLÍTICO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA,
ESTUDIO DE CASO DE LA EMPRESA HUAWEI COLOMBIA**

Carlos Iván Arango Henao

Estudiante de décimo semestre del programa Negocios Internacionales

carlos.arango0913@gmail.com

Asesor: Leidy Viviana Roldán Bolívar, Docente

vivianaroldanb@gmail.com

Recibido (29/01/2019)

Revisado (29/11/2019)

Aceptado (05/11/2019)

Resumen

El presente artículo investigativo tiene como objetivo principal analizar la guerra comercial entre Estados Unidos y China desde una perspectiva geopolítica y cuál ha sido su incidencia en la economía teniendo como caso de estudio a la empresa Huawei Colombia una de las compañías afectadas directamente por el presidente Trump, en tal sentido, se pretende describir un panorama general sobre la afectación, las causas, las dinámicas del mercado, para luego entrar en detalle sobre la problemática con la empresa objeto de estudio Huawei Colombia. En concordancia con lo anterior, para la realización de este proyecto se implementó una metodología descriptiva con un tipo de estudio cuantitativo a través de las encuestas como instrumento de recolección de datos e información. Como tal, se realizaron cuarenta (40) encuestas dirigidas al personal directamente vinculado a la empresa Huawei Colombia como población objetivo, por otra parte, se hicieron diez (10) entrevistas a personas de cargo medio-alto de la empresa Huawei Colombia como herramienta cualitativa, esto, ya que este tipo de personas tiene mayor panorama del fenómeno actual y alcance

en información dentro de la compañía. Además, la empresa Huawei Colombia otorgó información sobre el caso de la guerra comercial en temas como variación en las ventas, entre otros. Permitiendo utilizar esta información en el presente artículo investigativo.

Palabras clave: Guerra comercial, perspectiva geopolítica, economía, Huawei Colombia, Estados Unidos vs. China.

Abstract

The present investigation has as main objective to analyze the commercial war between the United States and China from a geopolitical perspective and what has been its impact on the economy, taking as a case of study the company Huawei Colombia one of the companies directly affected by the president Trump, in this sense, is intended to describe an overview of the affectations, causes, future effects, market dynamics, and then go into detail about the problem with the company under study Huawei Colombia as such, a detailed description of the phenomenon and its background is made, as well as the formulation of future scenarios and trends. In accordance with the above, a descriptive methodology with a type of quantitative study was implemented to carry out this project through surveys as an instrument for data and information collection. As such, forty (40) surveys were conducted aimed at personnel directly linked to Huawei Colombia as a target population, on the other hand, ten (10) interviews were carried out with people from medium-high positions of the Huawei Colombia company, this, since this type of people has a great extent of the current phenomenon and much more scope in information within the company. In addition, the company Huawei Colombia provided information on the case of the commercial war on issues such as variation in sales, among others. Allowing to use this information in this research article.

Keywords: Trade war, geopolitical perspective, economy, Huawei Colombia, United States vs. China.

1. Introducción

El intercambio de bienes y servicios es una dinámica que se ha posicionado a través de la historia, esto gracias a la globalización de los mercados, el crecimiento económico de los países, el fortalecimiento de las alianzas estratégicas, entre otras. Además de esto, se fue regulando poco

a poco con medidas y organizaciones internacionales, ya que fue necesario normalizar diferentes aspectos como la calidad, sustancias peligrosas (tóxicas, inflamables, etc.), cantidad, aplicación de aranceles, entre muchas otras variables; esto con el fin de establecer un marco de igualdad de oportunidades entre los diferentes países, asimismo, brindar un comercio internacional mucho más seguro. En este sentido, según Ballesteros (1999) “El comercio internacional, es toda aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que realiza un determinado país con el resto de naciones alrededor del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales” (p.11).

Sin embargo, estas dinámicas del mercado se han visto afectadas por diferentes acontecimientos que repercuten con gravedad la economía global, Portafolio (2013) menciona algunos de estos acontecimientos, tales como, “El martes negro – Estados Unidos (1929), la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), la Guerra Fría (1945 a 1990), la crisis petrolera (1973), el lunes negro – Estados Unidos (1987), la crisis de Argentina (década de los 90s), la crisis económica de México (1994), el 9/11 Estados – Unidos (2001), la crisis de las bolsas de valores (2008)”.

En la actualidad, se presenta una problemática que involucra dos potencias en materia de comercio y negocios internacionales como lo es el caso de la guerra comercial entre Estados Unidos y China, dos países con gran dominio comercial, bélico, monetario y tecnológico. La relación entre ambos países se ha ido deteriorando a través de los años, sumando a esto, la llegada de Donald Trump a la casa blanca aumentó el conflicto, por lo que sus políticas son extremistas y radicales. De esta manera fue solo hasta finales de 2017 cuando se anunciaron fuertes medidas por parte de Estados Unidos a China, como:

Los aranceles interpuestos a China son un episodio aparte. Se inició con una lista de productos, a los cuales se les impuso un arancel del 10%, este movimiento significativo para Estados Unidos un aumento a las importaciones valoradas en US\$ 200 mil millones. Sin embargo, Trump amenazó con aumentar el arancel al 25% a partir del 1° de Enero de 2019, y posteriormente aplicar este arancel a todas las importaciones de Estados Unidos de procedencia China aproximadamente más de US\$ 500 mil millones (Agosin y Rosales, 2019, p.7).

En consecuencia, estas acciones sacudieron el mercado global y repercutieron negativamente en la gran mayoría de los países a nivel mundial, afectando diferentes economías de una u otra manera, ya que “históricamente China y Estados Unidos se convirtieron en los principales proveedores de materias primas, productos, bienes y servicios a nivel mundial” (Rosas, 2008). Por lo que si estas naciones aumentan el precio de estos ítems las consecuencias para las empresas serán enormes. Una de las empresas más afectadas por esta crisis es Huawei, esta empresa tuvo sanciones directas por parte del presidente Trump.

En concordancia con lo anterior, para el desarrollo de la presente investigación se seleccionó a Huawei Colombia como empresa caso de estudio, ya que esta contiene los dos focos centrales de la problemática, la guerra comercial y la repercusión en las compañías. Por ende, se presenta una breve historia de Huawei para un mayor entendimiento sobre su razón social y participación en el mercado, en tal sentido Tao, De Cremer y Chunbo (2018) reseñan:

Ren Zhengfei, tras dejar el ejército donde se desempeñó como un oficial de rango relativamente bajo con experiencia en ingeniería, comenzó su negocio en 1987 con solo 20.000 Yuanes. La telefónica móvil estaba por entrar en el mercado. Los grandes monopolios de la telefonía por cable de aquella época, estaban a punto de ser invadidos por hormigas que anunciaban la llegada de la telefonía celular portátil. En China, una de estas fue Huawei, con tres empleados y un balance general apretado. Buscando entrar a un mercado competitivo dominado por EE.UU, Europa y Japón. En la actualidad, con 180.000 empleados, 80.000 de los cuales son accionistas, el señor Ren solo conserva el 1.4% de la compañía, por lo que Huawei es 100% propiedad de los empleados, generando ingresos de 40 billones de dólares, teniendo alta participación en gran variedad de sectores, siendo los tecnológicos su gran fuente de ingresos (p.25).

Por consiguiente, la presente investigación se centra en dicha problemática, teniendo como objetivo principal; el analizar la guerra comercial de Estados Unidos y China desde una perspectiva geopolítica y cuál ha sido su incidencia en la economía, el estudio pretende dar un panorama general del conflicto y fundamentar las hipótesis formuladas del mismo a través de la empresa caso de estudio Huawei Colombia.

Para el desarrollo de la investigación se contemplan 6 secciones, en la primera se presenta la introducción, la cual comprende el problema de estudio, las posibles hipótesis, y el propósito del estudio; seguidamente se presentan los antecedentes donde se trae a colación el histórico del problema. En la tercera sección se aborda la literatura en la cual se exponen las diferentes hipótesis y teorías presentadas por diversos autores, esto con el fin de tener un soporte literario y comparar los diferentes pensamientos críticos de los autores. La cuarta sección contiene el componente metodológico implementado para la búsqueda, recolección y tratamiento de la información basado en un enfoque mixto, fundamentado en un estudio descriptivo, abordando un estudio de caso de la Empresa Huawei Colombia.

Finalmente, los resultados y las conclusiones que se deriven de este proyecto de investigación servirán para analizar y comprender el fenómeno actual mediante el caso de estudio (Huawei), asimismo, describir las grandes consecuencias que ha traído consigo este conflicto comercial. Además, una de las funciones más relevantes de las conclusiones resultantes será el dar soporte para la toma de decisiones estratégicas, tanto para Huawei Colombia como para las empresas que tengan problemáticas similares.

2. Antecedentes del problema

Para entender el fenómeno objeto de la presente investigación se debe traer a colación el histórico del problema. Estos en su gran mayoría son datos, estadísticas, indicadores, entre otros, que se exponen mediante imágenes, gráficos o figuras que abarquen todos los aspectos a tener en cuenta para comprender la problemática. Por lo tanto, en este apartado de la investigación se presentan las diferentes evidencias, en este caso la incidencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China en temas geopolíticos y económicos. Seguido a esto, se dará una descripción de la información de acuerdo a los datos recolectados. Esta sección está dividida en dos partes, el punto (2.1) trata exclusivamente el origen y desarrollo del conflicto Estados Unidos vs. China; seguido a este el punto (2.2) se enfoca en la empresa objeto de estudio de la investigación Huawei y su relación con la problemática.

2.1. La guerra comercial entre Estados Unidos y China: Una lucha de potencias por el mercado global

A lo largo de la historia hubo países que por regla general siempre fueron potencias a nivel mundial, este es el caso de Estados Unidos el cual siempre se distinguió por dictaminar reglas en los negocios internacionales, su crecimiento en temas relacionados con el comercio exterior por lo general fue constante. Sin embargo, este no es el caso de China, que solo a finales de los años 80 e inicio de los 90 empezó su expansión comercial masiva la cual hoy en día es conocida como la invasión de los productos Chinos, poniendo en riesgo el dominio americano.

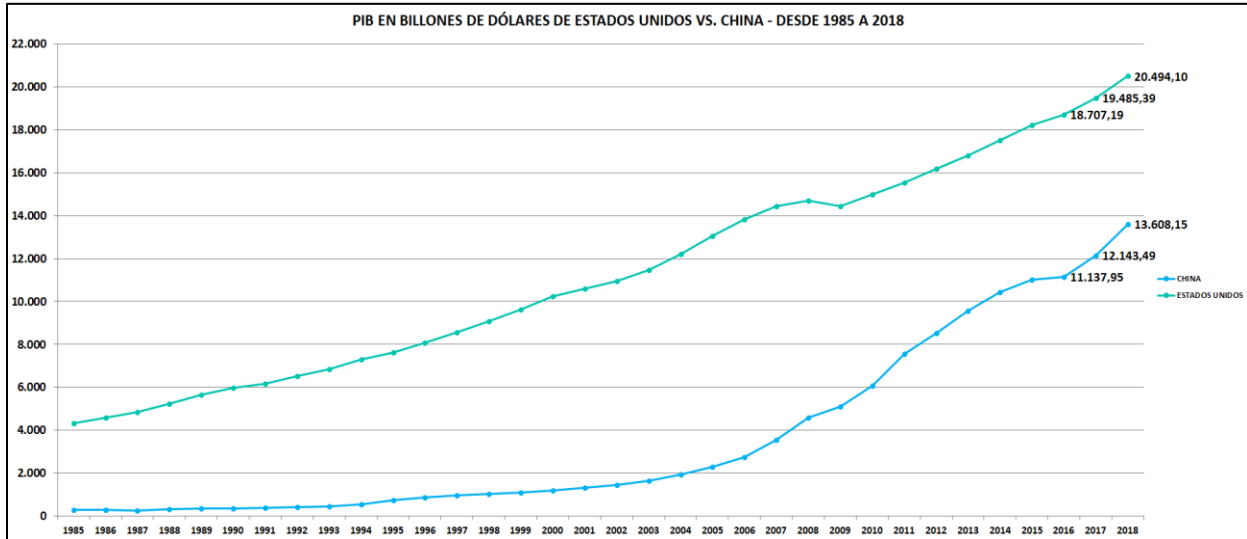


Figura 1. PIB en billones de dólares de Estados Unidos vs. China.

Elaboración propia con base en el Banco Mundial (2019).

En la figura anterior se compara el PIB en Billones de Dólares de Estados Unidos y China entre los años de 1985 a 2018, esto con el fin de medir el crecimiento de este indicador. Como se observa en la figura 1 Estados Unidos ha tenido un crecimiento constante y con tendencia al alza, posicionado fuertemente como potencia mundial a lo largo del siglo pasado y lo que va de este. Por otra parte, China tuvo un bajo crecimiento, fue solo hasta inicio de los 90 cuando su economía tuvo una aceleración. El país norteamericano para el año 2018 obtuvo un PIB de aproximadamente 20.494,10 billones de dólares, mientras que China cerró con un PIB cercano a los 13.608,15 billones de dólares.

Observando la figura 1 algunos expresarían que Estados Unidos está por encima del país asiático, sin embargo porcentualmente no es así. Las estadísticas indican que China ha venido obteniendo mejores resultados en cuanto a su PIB de crecimiento porcentual, donde para el año 2018 fue de aproximadamente 6,6%. Por su parte, Estados Unidos para el mismo año tuvo un PIB

de crecimiento porcentual cerca de 2,86%, lo que alerto a la casa blanca sobre el alcance y poderío del país asiático, además de su rápido crecimiento siendo incluso superior al americano.

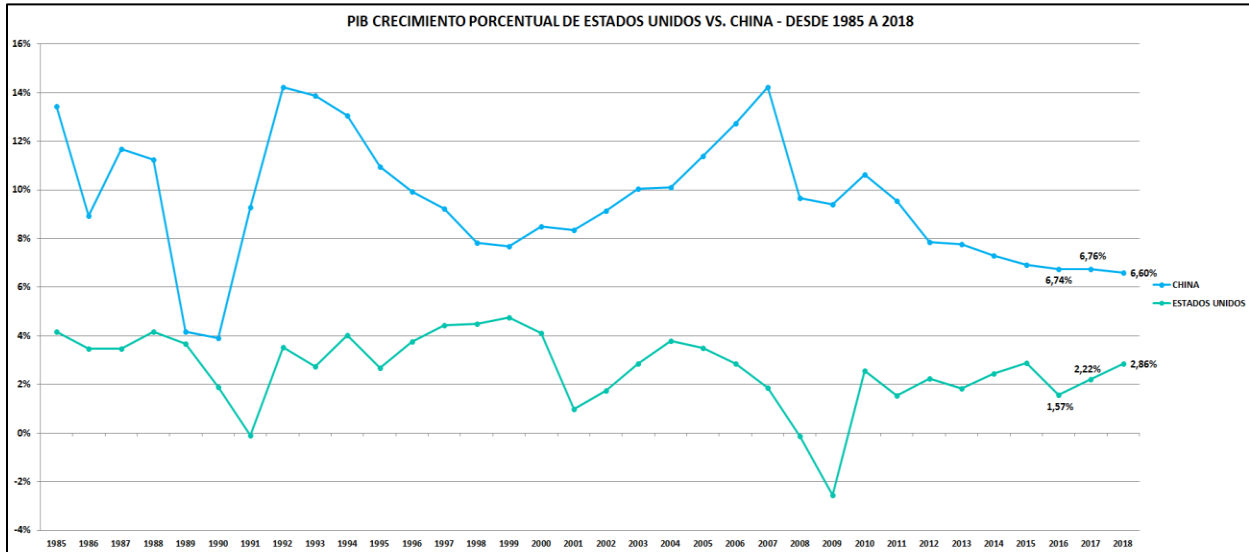


Figura 2. PIB porcentual de Estados Unidos vs. China.

Elaboración propia con base a el Banco Mundial (2019).

A continuación se presentará un comparativo entre Estados Unidos y China en materia de exportaciones, importaciones y los principales productos comprados entre ambas naciones, esto con el fin de presentar estadísticas mucho más concretas sobre su relación económica.

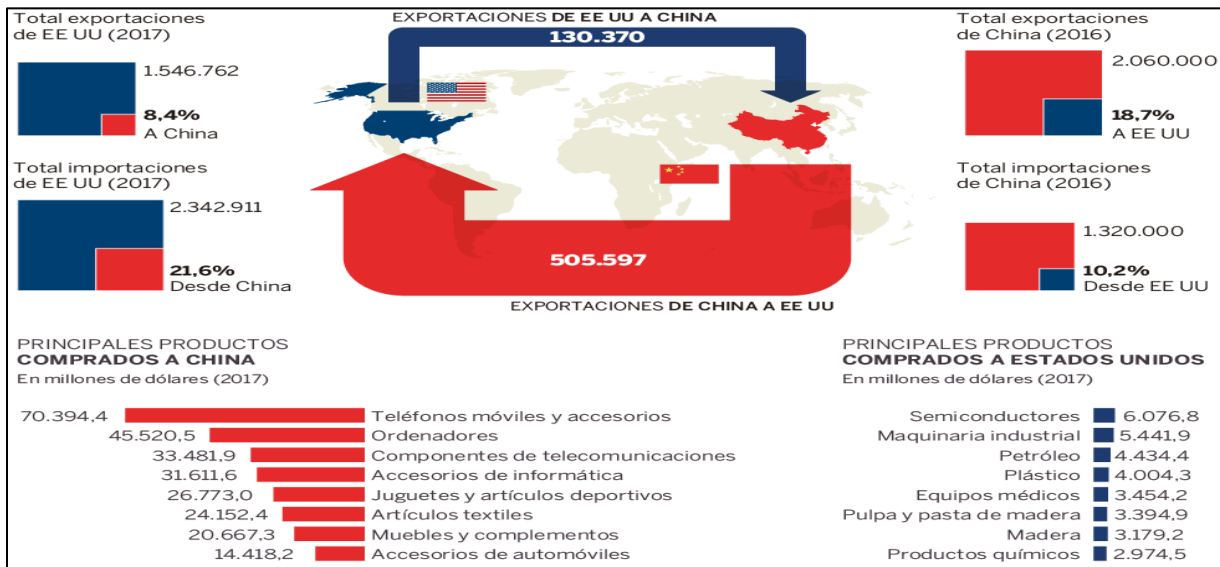


Figura 3. Principales productos que venden y compran los dos países recíprocamente (EE.UU vs. China). El País (2018).

De acuerdo a la figura anterior, se presenta el comercio entre ambas naciones en estadísticas recíprocas. En este sentido, para el año 2016 las exportaciones totales de China fueron

de aproximadamente 2.060 billones de dólares de las cuales un 18,7% tuvieron como destino los Estados Unidos cerca de 385,22 billones de dólares; para el año 2017 el total de exportaciones de China a Estados Unidos fueron de aproximadamente 595,6 billones de dólares, por lo tanto se presentó un incremento del 35,32% con respecto al año anterior. Por su parte, Estados Unidos para el año 2017 presentó exportaciones por un total cerca de los 1.546,76 billones de dólares, de las cuales un 8,4% tuvieron como destino China alrededor de 130,37 billones de dólares.

De acuerdo a lo anterior, el déficit que estaba presentando la balanza comercial americana con respecto a China motivó a Estados Unidos a iniciar un conflicto económico encabezado por Trump, insinuando alto grado de piratería y baja calidad, producción masiva de componentes tecnológicos y/o productos exportados sin permiso alguno, ya que violaban las leyes internacionales de propiedad intelectual. Además, Trump buscaba proteger su industria nacional de la entrada masiva de productos chinos. En la siguiente figura se explica por medio de una línea temporal el desarrollo de la guerra comercial.

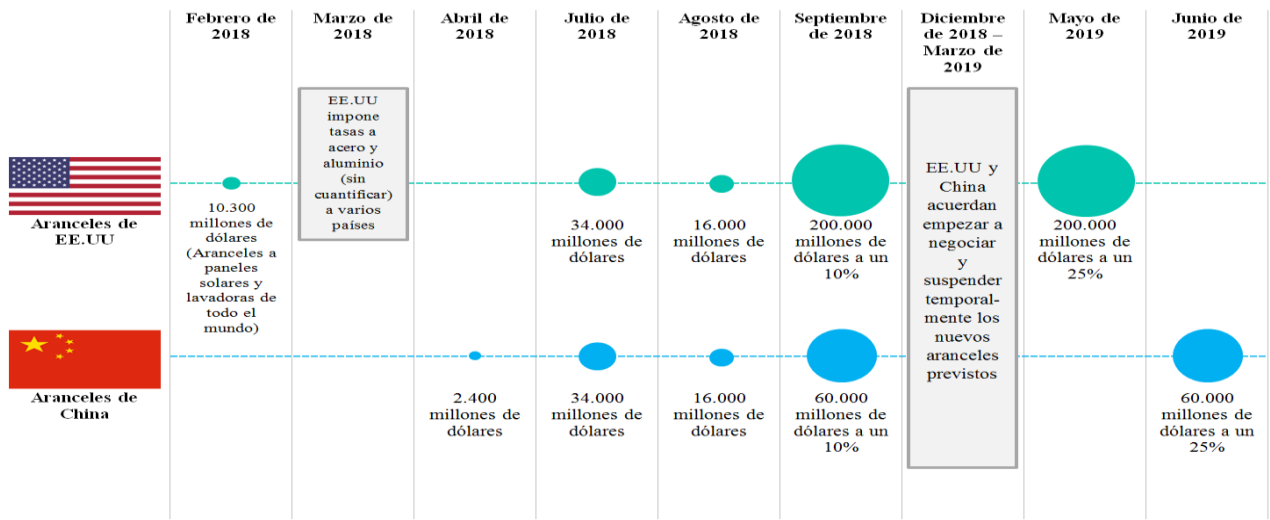


Figura 4. Línea temporal del inicio y desarrollo de la Guerra Comercial Estados Unidos vs. China.

Elaboración propia con base al Peterson Institute For International Economics (2019) y BBC News (2019).

En un principio los argumentos expuestos por Estados Unidos tienen gran validez, ya que la invasión de productos Chinos de bajo costo está afectando el mercado internacional, dificultando el crecimiento de la industria nacional de muchos países incluso la americana. Sin embargo, también es una jugada de la casa blanca por no perder su rol como potencia mundial.

2.2. Huawei: El gigante asiático amenazado por las políticas de Estados Unidos

A inicios de 2018 el presidente Trump amenazó con vetar a algunas empresas Chinas, este anuncio creó gran incertidumbre en el país asiático, ya que empresas como Huawei que en la última década presentó un crecimiento constante, vio sus interés afectados en el sector tecnológico específicamente en el de teléfonos móviles, se presume que el veto fue estratégico, por lo que Apple estaba perdiendo margen de ventas en sectores específicos con Huawei. La siguiente ilustración presenta el crecimiento a través de los años de las tres compañías líderes del mercado tecnológico de telefonía móvil.

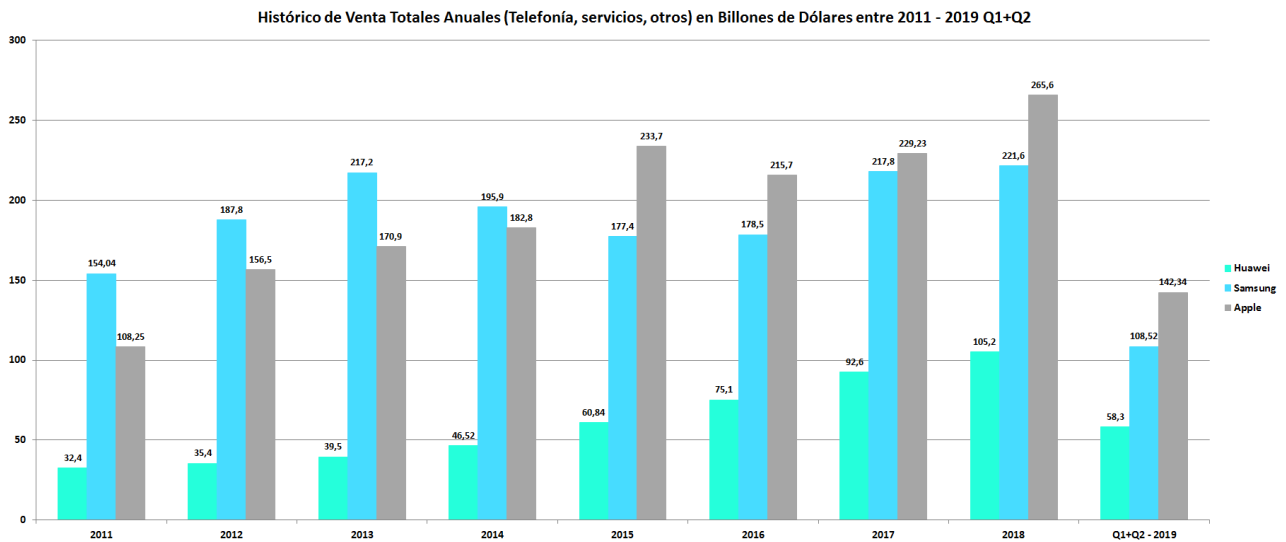


Figura 5. Histórico de ventas totales principales marcas de telefonía.

Elaboración propia con base a Samsung (2019), Huawei (2019) y Apple (2019).

De acuerdo a la figura 5, Huawei tuvo un crecimiento constante a través del tiempo, si bien no tiene los ingresos que exponen sus principales competidores, no presenta una variabilidad tan alta como la Samsung y Apple, además Huawei del año 2017 al 2018 aumento sus ingresos en un 11,8%, Samsung lo hizo en un 1,7% y Apple en un 13,69%, lo anterior se debe al aumento del consumo de Smartphones de la marca China.

Por otra parte, la siguiente grafica expone un crecimiento constante de la marca Huawei. La cuota del mercado de la empresa China para el primer trimestre del año 2012 era de 3,3%, Apple para este mismo periodo contaba con una cuota del 23%, teniendo una margen significativo del mercado, no obstante para el tercer trimestre del año 2018 Huawei presentaba una cuota de

14,6% y Apple una participación del 13,2%, representando una amenaza para la empresa norteamericana.

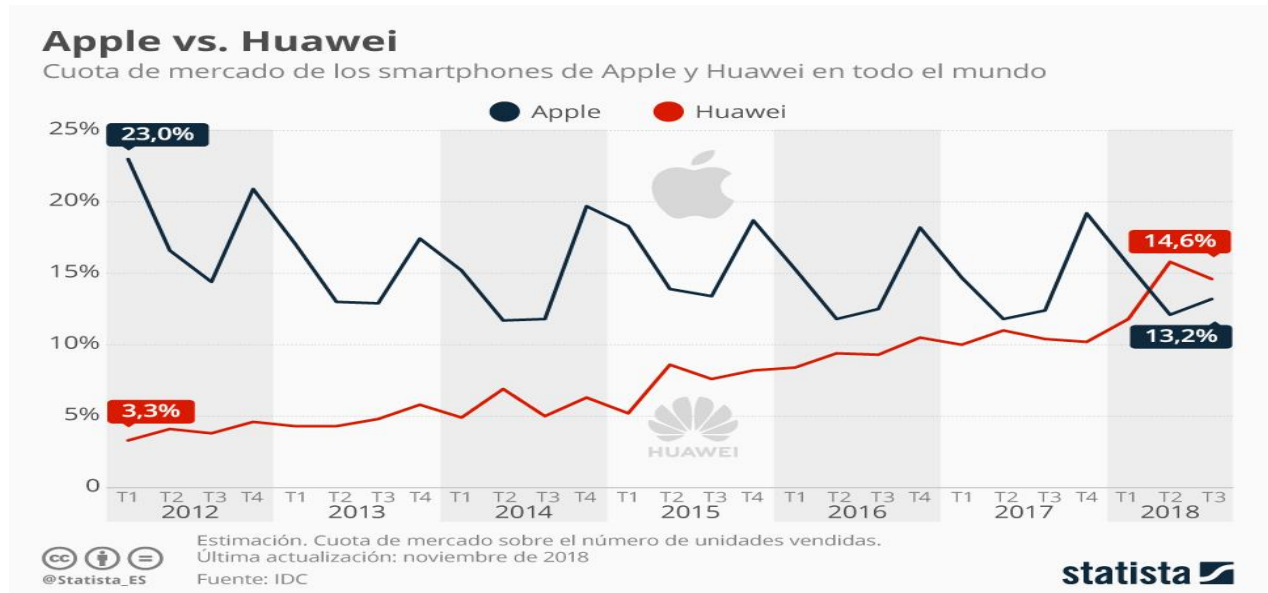


Figura 6. Cuota del mercado en todo el mundo Apple vs. Huawei.

Statista (2019).

En Colombia la participación del mercado de los smartphones es más cerrada, se presentan porcentajes similares entre los grandes competidores como se evidencia en la figura 7. De acuerdo a esta, Samsung tiene el dominio de los mercados Colombianos con un 31% de participación, sin embargo, Huawei sigue su escalada y obtiene un 19% de la participación total, esto es un gran logro para Huawei, ya que desplazó a Apple de esta posición y se presenta como firme competidor en el sector de los teléfonos inteligentes en el mercado colombiano.

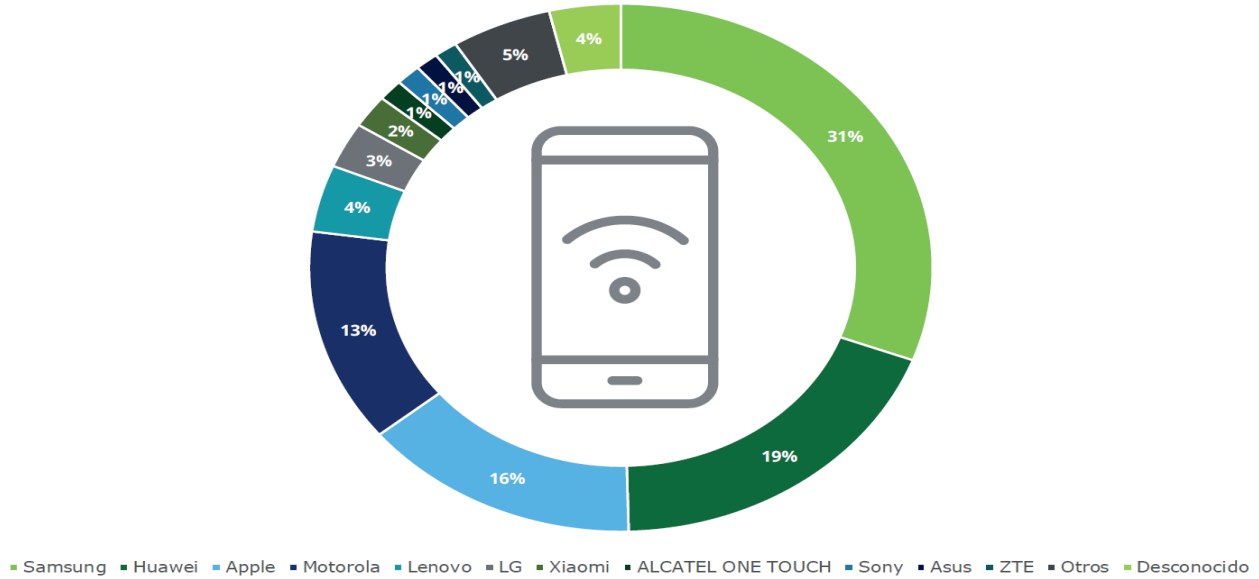


Figura 7. Consumo móvil en Colombia: Las principales marcas de telefonía móvil.

Deloitte (2019).

Para el año 2019, el veto por parte de Estados Unidos no impidió que Huawei siguiera presentando un crecimiento en los ingresos, se estima que para finales del mismo año superará lo facturado en 2018. Sin embargo, desde que Estados Unidos anuncio el 15 de Mayo de 2018 la lista de empresas Chinas vetadas, las acciones de dichas empresas perdieron rentabilidad, Huawei estuvo entre las más afectadas.

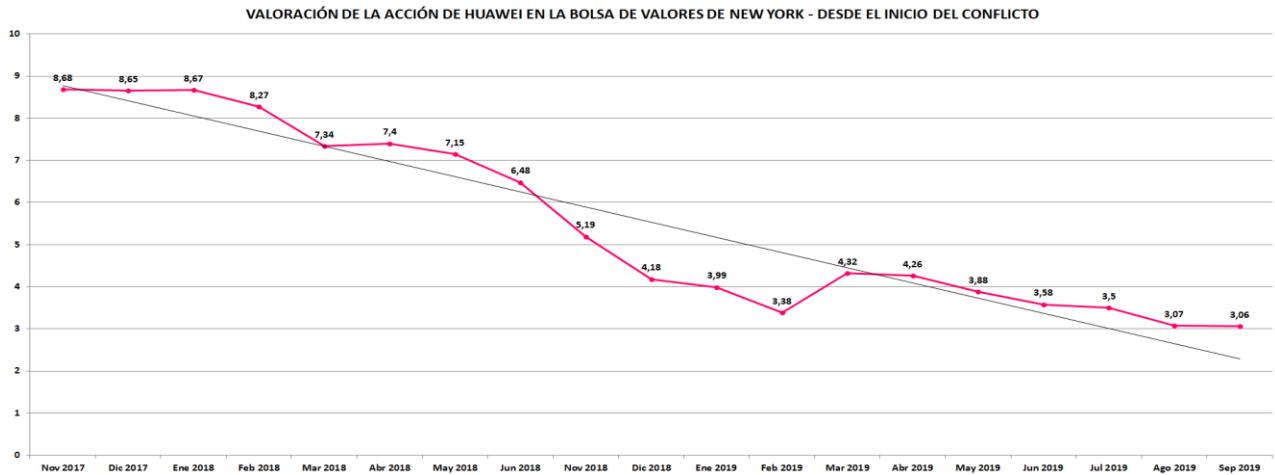


Figura 8. Valor de la acción de Huawei en la bolsa de Nueva York.

Elaboración propia con base a Investing (2019).

Por último, se presenta como antecedente la gran pérdida de valor de la marca Huawei en las bolsas de valores, la causa principal de esta caída acelerada fue la incertidumbre generada por

el conflicto comercial, desde el pronunciamiento de Trump en Mayo de 2018 inicia una fuerte baja de la marca que paso de 7,15 puntos a 3,06 en Septiembre de 2019.

3. Revisión de literatura

A continuación, en esta sección de la investigación se presentan las diferentes teorías e hipótesis de diversos autores que soportan el caso de estudio, esto permite conocer y analizar las diversas posturas y pensamiento crítico sobre el fenómeno. Por lo tanto, este apartado del artículo contendrá todos los fundamentos literarios de diferentes escritos acerca de la guerra comercial, conflicto de interés, globalización y temas relacionados con el caso de estudio.

3.1. Teorías soporte del tema de investigación

Para hablar de conflictos o guerras comerciales, primero se debe precisar que son los negocios internacionales o el comercio internacional como tal. De este modo, una de las definiciones más acertada la otorgan Canta et al. (2014) donde expresan que el comercio internacional se establece como la acción que se realiza cuando se produce un intercambio de bienes y servicios entre diferentes países. Estos pueden categorizarse como productos finales, servicios, mercancía agrícola o materias primas. El comercio exterior fomenta la especialización de la actividad que desarrolla cada exportador o importador en sus fábricas, esto proporciona eficiencia, eficacia y disminución de costos. Por último, el comercio exterior es la principal maniobra económica que utilizan los gobiernos para aumentar las exportaciones con el envío de productos claves, a través de alianzas estratégicas, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

Asimismo, Fabeiro y Caballero (2010) definen el comercio internacional como el convenio mercantil de intercambio de productos o servicios con un fin económico realizado entre personas naturales o jurídicas de dos o más países. De esta manera, se genera una actividad que da inicio al envío de mercancías nacionales con destino a el país con el cual se haya negociado, a este movimiento se le denomina exportación y a las entradas de productos provenientes del exterior al territorio nacional son llamadas importaciones.

Por su parte, Cue (2015) resume los negocios internacionales como la transigencia que se realiza entre personas o empresas de diferentes países. La producción y/o fabricación de bienes en

un país y su envío a otro para su venta o para servir de insumo; el envío de productos terminados para su distribución mayorista o minorista en el país destino; la construcción de una fábrica en el exterior para reducir los costos de mano de obra; también se toma como un proceso de comercio internacional la solicitud de un crédito en alguna institución financiera nacional para actividades en otro país. La participación de agentes en los negocios internacionales se comprende dentro del siguiente conjunto: personas, empresas, consorcios empresariales e instituciones gubernamentales.

Sin embargo, la economía y los aspectos relativos del comercio internacional tuvieron un factor fundamental para su crecimiento, a este fenómeno se le denomina globalización, según Mascarilla (2003) determina que la evolución histórica del desarrollo capitalista, de la innovación humana y el progreso tecnológico es entendida como globalización, esta ha permitido una creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros, y como un proceso económico, social y político de ámbito mundial, por el cual cada vez existe una mayor interrelación económica entre unos lugares y otros, y estos ámbitos son cada vez más regulados por el libre mercado.

En concordancia con lo anterior, Riaz, Mahnaz y Majeed (2014) como se citó en Furthermore, Bairoch y Kozul-Wright, 1996) definen la globalización como la actividad en donde se une tanto el músculo productivo como el financiero de los países para dar lugar a un crecimiento de las transacciones internacionales, en este sentido, este desarrollo aumenta el empleo nacional, la capacidad de expandir mercados y la creación de riqueza a través de los agentes económicos ubicados en los otros países. Finalmente, la globalización determina una síntesis de la economía global sin alcanzar límites de conectividad, teniendo como propósito el expansionismo económico.

Por otra parte, se procede a presentar las teorías enfocadas en los conflictos comerciales, en tal sentido, Correa (2000) infiere que una guerra comercial se define como un aumento del proteccionismo económico mediante mecanismos arancelarios o no arancelarios, asimismo, una herramienta comúnmente utilizada en estos conflictos es el aumento de los impuestos a las importaciones y a los acuerdos o subsidios de las diferentes exportaciones, los cuales se fijan gracias a acuerdos comerciales. Esta acción, en su mayoría unilateral, por lo general se entiende como una manera de proteger la industria nacional, y la OMC la condena en gran medida, ya que viola los principios básicos en su Carta: la violación del "comercio libre, justo y recíproco".

No obstante, estos conflictos son perjudiciales para la economía de los países, así lo indica Stiglitz (2010) el cual expresa que las guerras comerciales tienen un punto de comparación con los conflictos bélicos: la mayoría de veces, las naciones involucradas terminan perdiendo de una u otra manera. El solo hecho de la tensión generada por la amenaza de la guerra comercial ejerce un efecto de desaceleración sobre las inversiones y, por consiguiente, sobre la económica. En este sentido, los más afectados son las cadenas de suministros y/o logísticas que manejan el comercio internacional, algunas son incluso estructura logística construida a través de los años. Finalmente, los perdedores son los consumidores quienes por obligación tendrán que pagar más por lo mismo.

En tal sentido, este tipo de confrontamiento según San Martín (2018) este determina que es posible definir un conflicto comercial como la guerra de poderes que comprende la imposición de medidas dirigidas a limitar la entrada de bienes y servicios importados desde otro país. Esta medida puede desembocar en un aumento a los aranceles o en la prohibición total de importar productos. Como consecuencia de lo anterior, el país o grupo de países que se ve menoscabado toma medidas similares en contra del primer país como represalia. Este tipo de conflictos comerciales se enmarcan, por lo general, dentro de un esquema de proteccionismo impulsado por un gobierno, al hacer que los productos extranjeros sean más caros, y por lo tanto, disuadir la compra de estos por parte de los consumidores locales, promoviendo así a las empresas nacionales que no están gravadas por el arancel.

3.2. Revisión de la literatura

Hoy día, el conflicto económico más relevante es la guerra comercial entre Estados Unidos y China, de acuerdo a esto son diversos autores los que exponen su pensamiento crítico acerca de este tema, no obstante, se debe destacar la situación comercial actual de ambos países, tal y como lo hace Ríos (2007):

Las relaciones entre Estados Unidos y China constituyen una de las claves esenciales que pueden definir el sistema internacional del siglo XXI. La Casa Blanca sigue con mucha atención la evolución del poderío Chino, asumiendo a regañía dientes que China no solo tiene vocación para ser una potencia comercial de proyección regional y mundial, sino que aspira a traducir en términos globales ese notable incremento de su capacidad económica. Por ello, para Estados Unidos, con una política claramente orientada a impedir el

surgimiento de rival que desafíe su supremacía absoluta, China constituye su mayor reto estratégico. En Beijing, quizás conscientes de su debilidad en muchos frentes, se multiplican los esfuerzos por eludir cualquier enfrentamiento directo, incluso su fracaso en ocultar su inevitable éxito en muchos sectores de la economía (p.155).

Seguido a lo anterior, Viani (2019) describe una teoría sobre el fenómeno de estudio, indicando que en un intento de reequilibrar el comercio con China, el gobierno estadounidense decidió a inicios del año 2018 incluir un conjunto de medidas con carácter proteccionista que amenazaban de una manera particular a determinadas importaciones, lo que generó una escalada de las tensiones comerciales entre estas dos potencias. Los nuevos aranceles han deteriorado significativamente la participación de China en el mercado americano, pero han tenido un impacto hasta el momento solo marginal en el comercio de la Unión Europea (UE). Los efectos indirectos sobre las economías europeas a través de las cadenas globales de valor han sido limitados también.

Por su parte, Agosin y Rosales (2019) son enfáticos al decir que de continuar el conflicto comercial, con el panorama actual, esta podría reflejar una recesión económica a nivel mundial, el alza del dólar y como tal los precios de los productos. El contexto proteccionista de Estados Unidos está directamente dirigido a China, Japón y la Unión Europea, produciendo una incertidumbre y endeudamiento de gobiernos en países emergente y de empresas en el mundo entero. Una desaceleración económica generalizada puede ser el acontecimiento que gatille quiebras de empresas e instituciones financieras. El proteccionismo, lejos de ayudar, podría destruir una economía estable.

Ahora bien, es poca la producción literaria o autores que tratan la relación de Huawei y la guerra comercial, sin embargo, Alfayad (2019) se enfoca en dicha relación, este manifiesta que:

Huawei ya ha experimentado algunos retrocesos significativos debido a las restricciones del gobierno de los Estados Unidos en su negocio. Estos contratiempos interfieren con su capacidad de atender a los segmentos de consumidores y empresas de su base de clientes. Además, compañías como Google anunció en pasados meses que Huawei ya no recibiría actualizaciones programadas de su sistema operativo Android para teléfonos inteligentes, mientras que Microsoft dejó de comercializar computadoras portátiles Huawei y dejó de actualizar sus dispositivos. Son estos efectos los que hacen que los productos y servicios

de Huawei sean una propuesta difícil para los clientes globales. Del mismo modo, los consumidores exigen sistemas operativos actualizados y todas las aplicaciones más recientes a las que no tendría acceso debido a la inclusión de Huawei en la lista de compañías prohibidas por el gobierno de los EE.UU (p.48).

Agregado a lo anterior, Edwards (2018) plantea que para los Estados Unidos no es un secreto que China es su mayor competidor, se dice que Huawei es una empresa China que se puede denominar como un coloso de las tecnologías, teniendo uno o dos años de ventaja en el desarrollo de aspectos clave del espectro móvil 5G, si Huawei está ya muy por delante, claramente no depende de las transferencias de tecnología de economías avanzadas, lo que supone que el veto comercial impuesto por Estados Unidos solo provocará una expansión del mercado a sectores como los latinoamericanos, centroamericanos y Europa.

Apoyando la hipótesis anterior, el Council On Foreign Relations (2019) afirma que después de la persecución del gobierno Americano Huawei demanda a los Estados Unidos en un intento separado por prohibir a las agencias federales de Estados Unidos. El uso del equipo del gigante de las telecomunicaciones. En una batalla de Beijing por la supremacía tecnológica, la administración Trump lanza una campaña agresiva advirtiendo a otros países que no usen equipos Huawei para construir redes 5G, alegando que el gobierno chino podría usar a la compañía para espiar.

El crecimiento desmedido de Huawei preocupó a los Estados Unidos, esta observación la hacen Alina y Ceralesa (2019) donde expresan que China perturba a las grandes potencias económicas a través de sus ascensos económicos fulminantes. Este inicio cuando Deng Xiaoping comenzó en 1978 las reformas económicas que elevaron a China desde su punto más bajo y lo transformó en una de las economías mundiales más avanzadas. El problema con su alto crecimiento económico es la forma de hacer negocios, conquistando mercados agresivamente con precios bajos y calidad "made in China". Actualmente, además de las tarifas, Estados Unidos puso en la lista negra a la empresa de telecomunicaciones Huawei. Una breve historia de este gigante comienza cuando luchó por conquistar los datos de Internet del mercado chino, propiedad de Cisco Systems en la década del 2000 y finalmente logró el 12% de la cuota total del mercado, Cisco demandó a Huawei por robo de software y para cuando resolvieron el conflicto, Huawei poseía el 33% del mercado.

Finalmente, el gigante asiático presentó sus declaraciones desde la página oficial de la compañía, Huawei (2019) dijo lo siguiente:

El año 2018 pasó bajo la incertidumbre de una guerra comercial iniciada por el presidente de los Estados Unidos, Donald Trump. La guerra comercial golpeó a casi todos los países: desde los vecinos de EE.UU. Y la Unión Europea hasta Rusia y China. Como resultado, docenas de países fueron maltratados, miles de millones de dólares se gastaron en vano, y los acuerdos comerciales existentes ahora están sujetos a revisión.

4. Materiales y métodos

Para la realización de la presente investigación se implementó una metodología con el tipo de estudio descriptivo, además se seleccionó la encuesta como herramienta cuantitativa y la entrevista como instrumento cualitativo. En una primera parte se detallan situaciones, fenómenos y acontecimientos del tema objeto de análisis, se aborda el fenómeno observado, se describen las posibles causas y explicaciones por las que ocurre dicha problemática, en este caso teniendo en cuenta el objetivo del artículo el cual se enfoca en dar una perspectiva geopolítica del fenómeno estudiado en este caso la guerra comercial entre Estados Unidos y China, pero con énfasis en la empresa objeto de estudio Huawei. Un estudio descriptivo se desarrolla de la siguiente forma:

Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales. El problema muchas veces es de naturaleza práctica, y su solución transita por el conocimiento de las causas, pero las hipótesis causales solo pueden partir de la descripción completa y profunda del problema en cuestión (Jiménez, 1998, p.12).

En adición a lo anterior, los criterios para determinar el número de encuestados y entrevistados fueron los siguientes: se estableció a Huawei como caso de estudio, ya que, yo Carlos Iván Arango Henao como autor de la presente investigación estoy directamente vinculado a esta empresa como City Manager Regional, teniendo acceso a las personas que serían la muestra poblacional y a su vez a información de gran validez para el desarrollo del proyecto; por otra parte, la población objetivo fue de noventa y siete (97) personas donde con un 90% de confianza y un

margen de error del 10% donde la muestra poblacional fue de cuarenta (40) personas. Las entrevistadas del presente artículo no son probabilísticas ni aleatorias, estas dependieron de la disponibilidad y alcance de la persona de cargo medio-alto de la empresa, en total se estableció diez (10) entrevistas, ya que esta es la cantidad de personas que cuentan con esta calidad y que pueden responder.

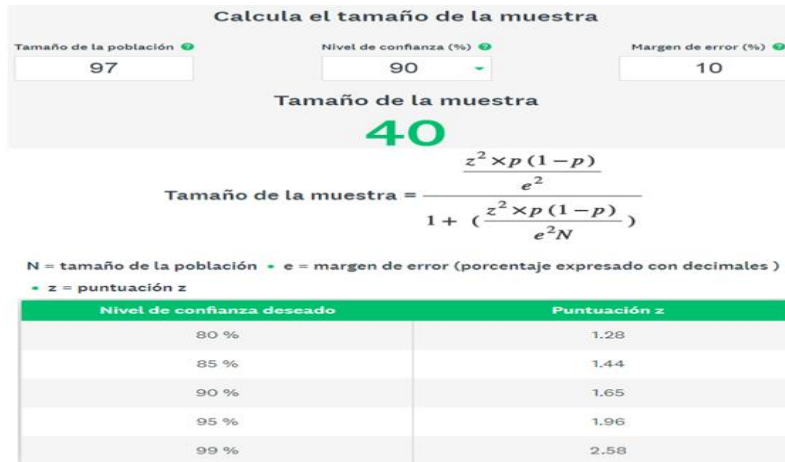


Imagen 9. Formula muestral, nivel de confianza según % deseado y cálculo de la muestra. Surveymonkey (2019).

Por lo tanto, de acuerdo a lo anterior se realizaron cuarenta (40) encuestas a personas vinculadas a la empresa Huawei a nivel Colombia (**Anexo 1**), el contenido de estas encuestas se centra en la percepción que se tiene sobre la guerra comercial entre Estados Unidos y China, pero con un enfoque específico a la empresa objeto de estudio Huawei Colombia. Así, la población encuestada contendrá los dos puntos a analizar los cuales son el conflicto económico y la empresa caso de estudio; por otra parte, se hacen diez (10) entrevistas a expertos de cargos medio-altos de Huawei con un cuestionario de preguntas abiertas, se seleccionó este tipo perfil, ya que tienen acceso a más información, mejor detalle de la dinámica del mercado y un amplio panorama de la situación actual (**Anexo 2**), el contenido de las entrevistas se centra en las causas, repercusiones y dinámica de la empresa Huawei con respecto al conflicto.

Por último, con el consentimiento explícito de la compañía Huawei Colombia, se agregará información en los resultados de variación de las ventas, entre otros temas relacionados con esta guerra comercial. Asimismo, las técnicas de recolección implementadas en el presente artículo se centran en la búsqueda rigurosa de información a través de la red virtual, bibliotecas, entre otros

5. Análisis y discusión de resultados

En esta sección de la investigación se presentarán los resultados obtenidos de los diferentes análisis realizados a través de las herramientas de recopilación de información, en tal sentido, este apartado está dividido en dos (2) partes. En primer lugar en el punto 5.1 se exponen los hallazgos más significativos obtenidos a través de las encuestas dirigidas al personal directamente vinculado a Huawei como de las entrevistas hechas a expertos de cargos medio-alto de Huawei. Seguido a esto, en el punto 5.2 se realizará un análisis e interpretación detallado de los datos obtenidos, se correlaciona la información de las encuestas, entrevistas y antecedentes con la finalidad de demostrar las diferentes teorías planteadas durante la investigación.

5.1. Resultados

Esta sección se compone en gran medida de los hallazgos relacionados con dicha compañía, ya que, en el desarrollo del artículo se ha establecido de que trata la guerra comercial entre Estados Unidos y China, las principales problemáticas, los sucesos relevantes que han ocurrido a raíz de este conflicto y demás descripciones, en tal sentido el tema central se describió en el transcurso de la investigación. Por tal motivo este apartado presentará los resultados puntuales de la empresa objeto de estudio Huawei Colombia.

En la siguiente figura se expone el nivel de ventas de Huawei Colombia para los diez (10) primeros meses en los años 2017, 2018 y 2019, se realiza de esta forma para comparar los indicadores en los mismos periodos, esta mide la variabilidad de los ingresos a través de los años, determinando si hubo una disminución significativa a causa del veto comercial o si bien Huawei Colombia presenta la misma tendencia a la alta del PIB de China (figura 2); de igual forma, se resalta que esta cifra solo estará dada en porcentaje por confidencialidad así se estipuló como condición por parte de Huawei Colombia.

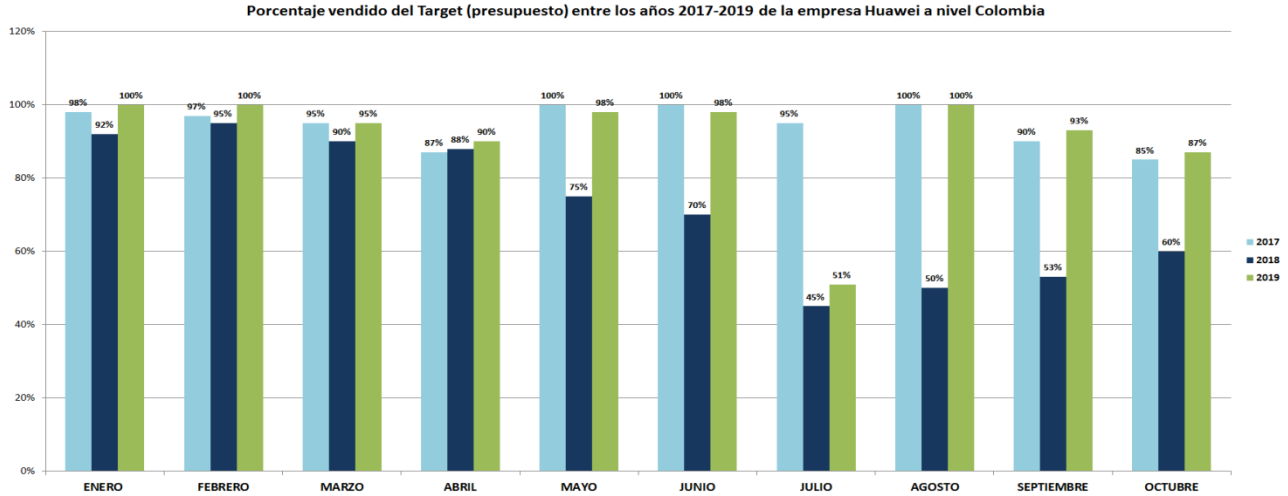


Figura 10. Porcentaje de ventas cumplidas Huawei Colombia.

Elaboración propia con base a Huawei Colombia (2019).

Para mayor entendimiento del fenómeno, un Target es un presupuesto que se realiza internamente de acuerdo al pronóstico de ventas, el porcentaje que se refleja en la gráfica 10 es el nivel de ventas obtenidas de acuerdo al Target que se presupuestó para ese mes, por lo tanto, es un indicador que mide el nivel alcanzado en ventas mensualmente. Además, este también sirvió para medir la variabilidad de este indicador a causa de la guerra comercial entre Estados Unidos y China.

De acuerdo a la figura 10, el año 2017 presentó un rendimiento adecuado con los pronósticos, incluso satisfactorio en ventas, se estableció que este periodo transcurrió con plena normalidad a pesar de que a finales del 2017 Trump amenazó a China con políticas agresivas sin incluir a Huawei, sin embargo, en el 2018 aunque inició con una tendencia positiva, el pronunciamiento del veto comercial a Huawei, sumado con el caso de relación Google, disminuyeron las ventas de una manera acelerada entre los meses de Mayo y Octubre, solo presentando un porcentaje significativo de recuperación en Octubre del mismo año, para 2019 Huawei recuperó el nivel de las ventas, derivando incluso en un histórico normal comparable con el realizado en el 2017, solo tuvo un caída en Julio por cuestiones de dinamismo del mercado, nada con respecto al conflicto.

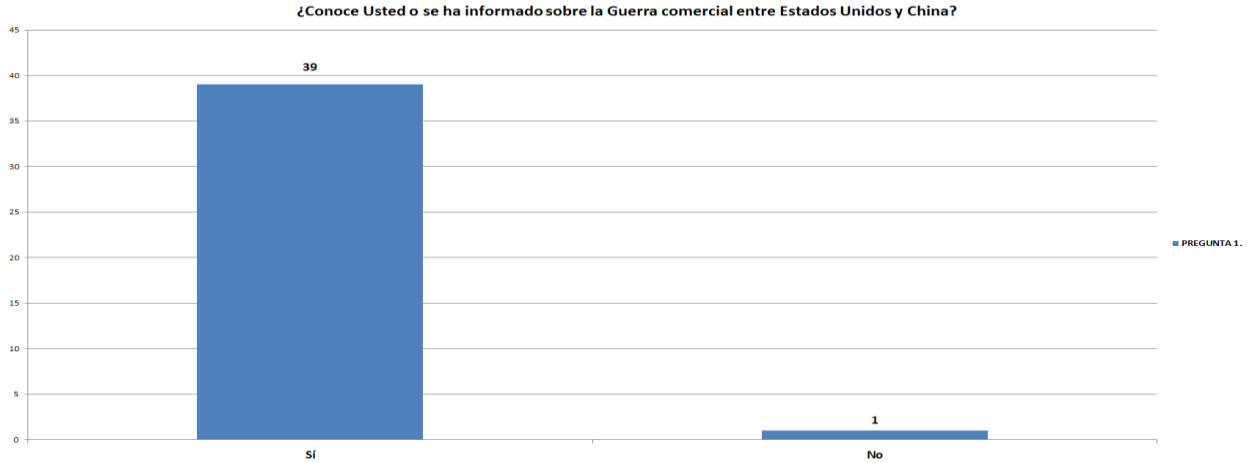


Figura 11. Conocimiento del encuestado sobre la Guerra Comercial.

Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la figura anterior, el 97,5% de los encuestados dicen conocer o se han informado en algún momento sobre la Guerra Comercial entre Estados Unidos y China, por lo tanto se confirma el hecho de que la población estudiada conoce el tema central de la investigación y puede opinar sobre tal situación, dando un grado de certeza en sus respuestas, ya que estas están previamente apoyadas por un análisis personal.

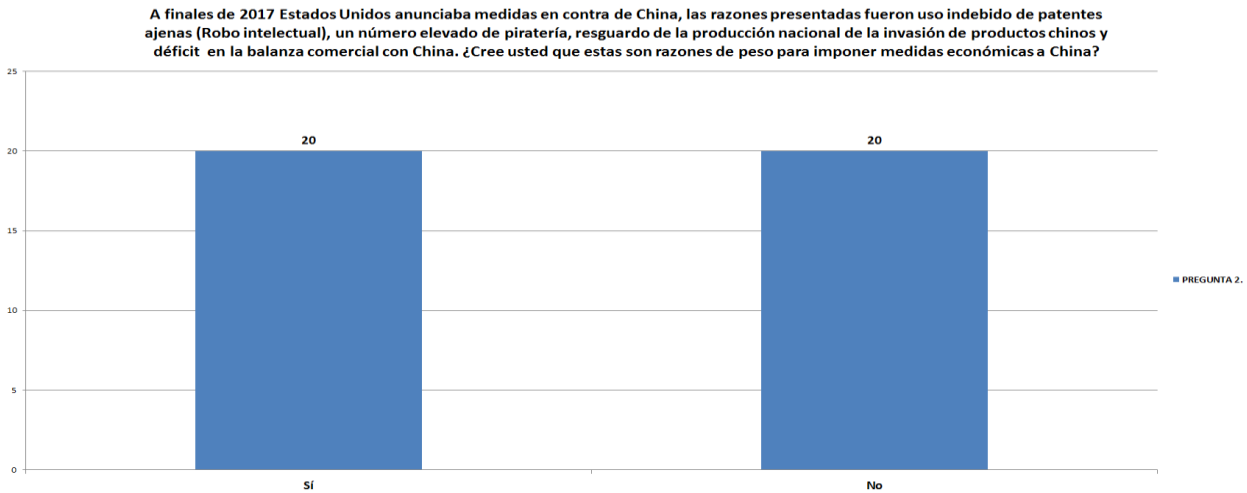


Figura 12. Percepción del encuestado sobre las razones que dio el gobierno Americano justificando las acciones en contra de China.

Elaboración propia, 2019.

En esta pregunta las posturas están divididas, por lo que un 50% de los encuestados, afirman que las razones presentadas por el gobierno de Estados Unidos en contra de China son de gran validez, sin embargo un 50% de los encuestados recalcan su negación ante la situación presentada. Lo anterior, no se aleja de la realidad donde incluso gobiernos diferentes países al americano se

sienten intimidados con la invasión de productos Chinos, donde se presenta un alto grado de piratería apoyando las razones por las que la casa blanca inicia el conflicto comercial. Por otro lado, los que exponen su negación ante estas razones respaldan su postura alegando un violación absoluta al código internacional de comercio exterior, donde las los vetos, medidas, entre otras herramientas implementadas por Donald Trump no son respaldadas por los organismos que rigen el control del comercio internacional.

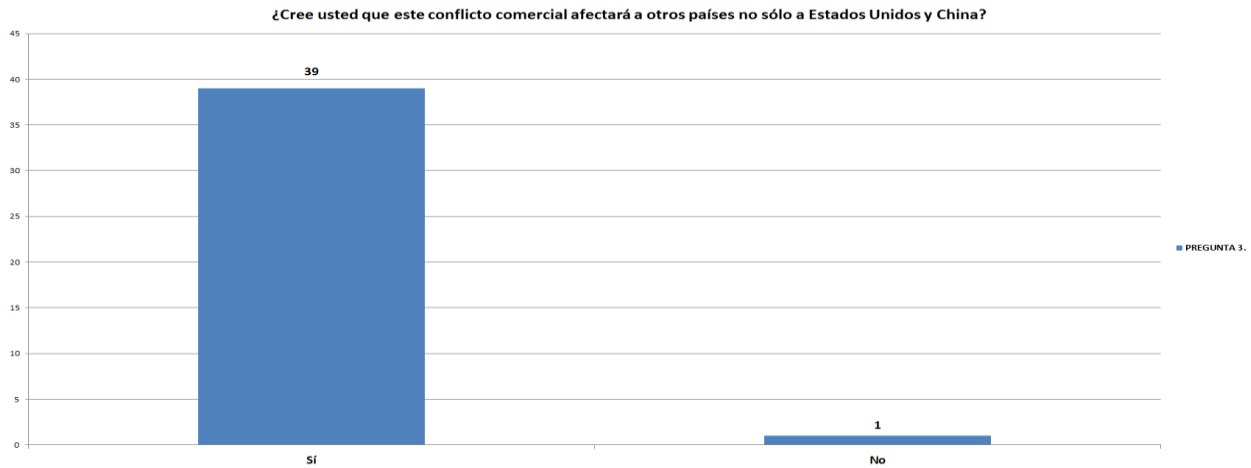


Figura 13. Percepción de los encuestados sobre el alcance de la Guerra Comercial.

Elaboración propia, 2019.

Respaldando los argumentos de la pregunta 2, en la figura 13 se cuestiona si el conflicto comercial entre Estados Unidos y China afectará otros países diferentes de los protagonistas de tal guerra. Un 97,5% piensa que sí afectará otros países, ya que de acuerdo a este, el precio de los productos, materias primas aumentará o disminuirá de una manera volátil, los países en vía de desarrollo entraran en una recesión económica a causa de esta variación de precios, además de influir en gran medida al aumento de exorbitado del dólar.

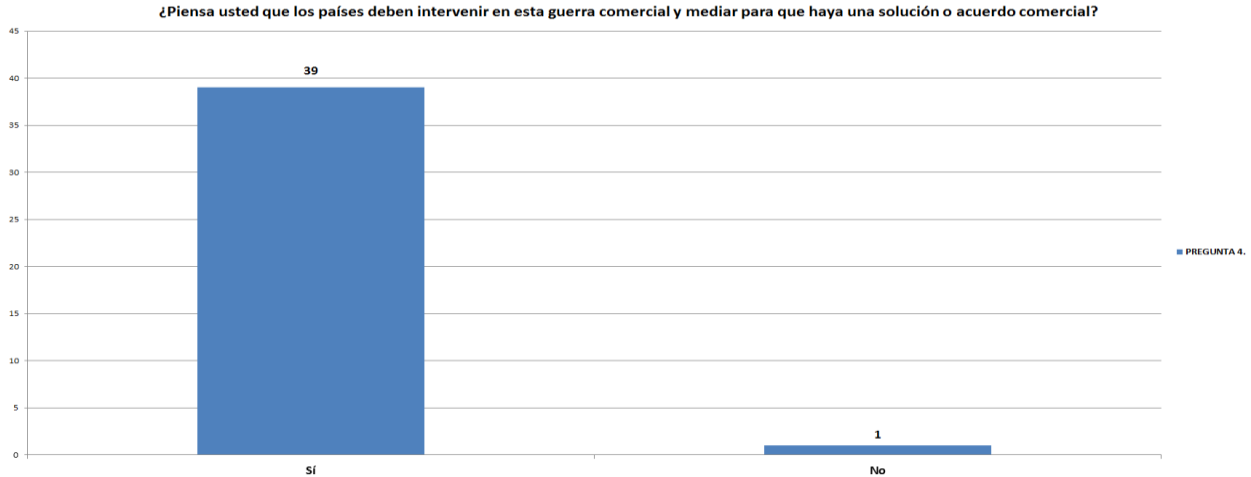


Figura 14. Percepción del encuestado sobre si los países deben intervenir dicha problemática.

Elaboración propia, 2019.

La mediación por medio del dialogo, la influencia de las organizaciones que rigen el comercio internacional son la clave para que este conflicto comercial tenga un acuerdo mutuo y un consenso sobre la situación problema, esto se afirma en la figura 14, donde un 97,5% afirman que se debe intervenir la Guerra Comercial a través de los medios antes expuestos.

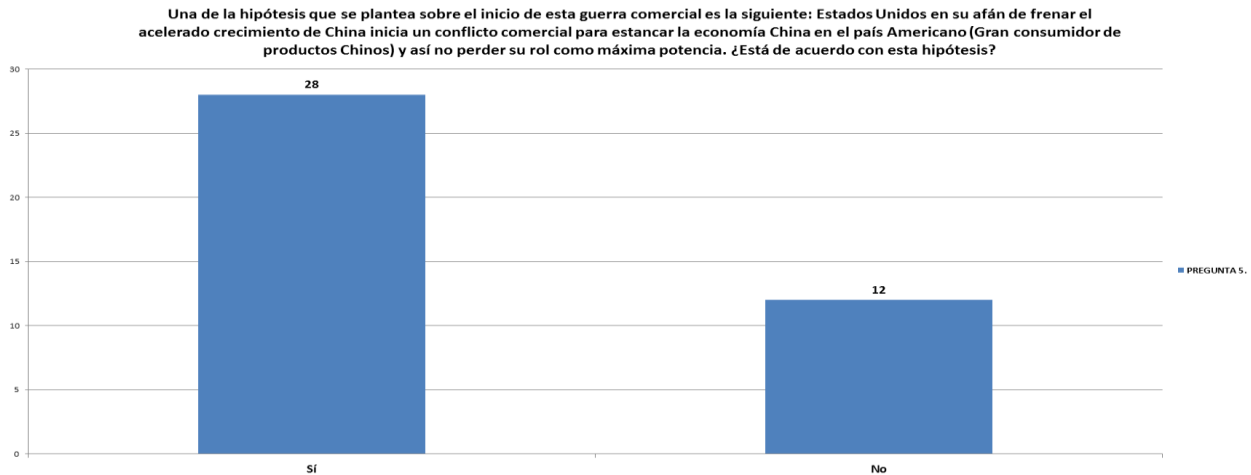


Figura 15. Percepción del encuestado a la hipótesis que consiste en que Estados Unidos protege su rol como máxima potencia.

Elaboración propia, 2019.

Las medidas proteccionistas son algo común en la actualidad, en país causa aranceles a diversos productos con origen de países con alta producción de estos para que la economía nacional no se vea afectada por la entrada de estos, igualando precios, calidad, etc. El 70% de los encuestados apoyan la idea de que Estados Unidos quieren salvaguardar su economía, ya que la entrada masiva de productos Chinos estaban creando un quiebre de su producción nacional.

Sin embargo, esta es una jugada con doble propósito, ya que, Estados Unidos principal importador de China no pierde su rol como máxima potencia al causar una recesión económica en el país asiático. Cabe resaltar que en la figura 3 expuesta en el apartado de los antecedentes demuestra con claridad el déficit comercial de Estados Unidos frente a China, es decir, importa más de lo que exporta a dicho país.

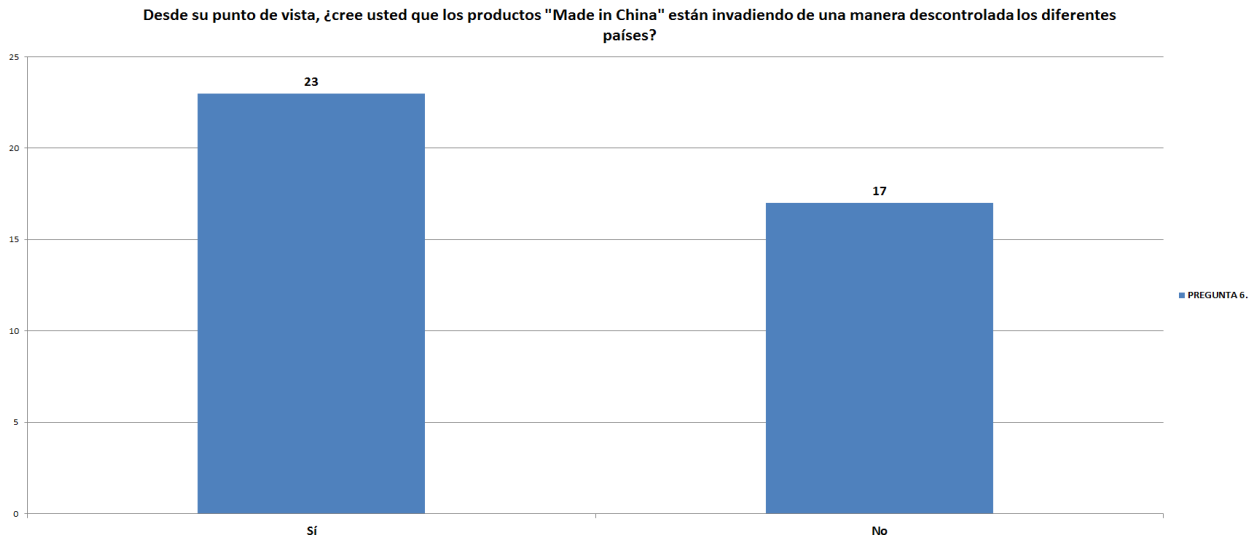


Figura 16. Percepción del encuestado sobre la invasión de productos Chinos

Elaboración propia, 2019.

La figura 16 donde se le pregunta al encuestado si cree que los productos de origen Chino están invadiendo el mercado de los diferentes países, donde el 57,5% dicen que sí y un 42,5% dicen que no, se presenta un resultado no esperado, ya que en la actualidad esta invasión de productos chinos deprecia las economías, la figura 3 expone de forma clara el poder económico de China, donde este presenta porcentajes amplios ante Estados Unidos y esta tendencia puede aumentar con países menos desarrollados.

En la dinámica geopolítica actual, ¿qué país determina usted tiene más opciones de expandir su mercado en la búsqueda de nuevos destinos o segmentos no tan explotados en el pasado, a raíz de este conflicto económico.

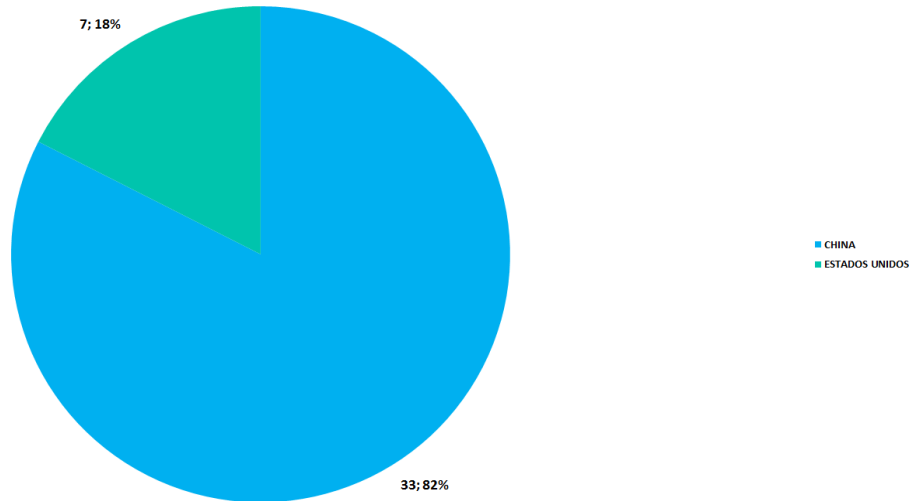


Figura 17. Percepción del encuestado a la pregunta de quién expandirá mercados con mayor éxito.

Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la figura anterior, con el fin de determinar qué país tiene más posibilidades de buscar y expandir su mercado a raíz del conflicto comercial, el 82% de los encuestados determinan que China tiene más posibilidades de penetrar nuevos mercados o expandirse más en algunos países o zonas como la Unión Europea. Lo antes planteado se fundamenta con la figura 1 y 2 del apartado de antecedentes donde el PIB de China está por encima del Estado Unidense, lo que evidencia una fuerte expansión de sus mercados a ritmos acelerados.

Actualmente, ¿Cuál país considera usted tiene mayor poderío económico internacional, teniendo en cuenta infraestructura (carreteras, puertos, aeropuertos, etc.), evolución del sector empresarial, relaciones internacionales, expansión comercial?

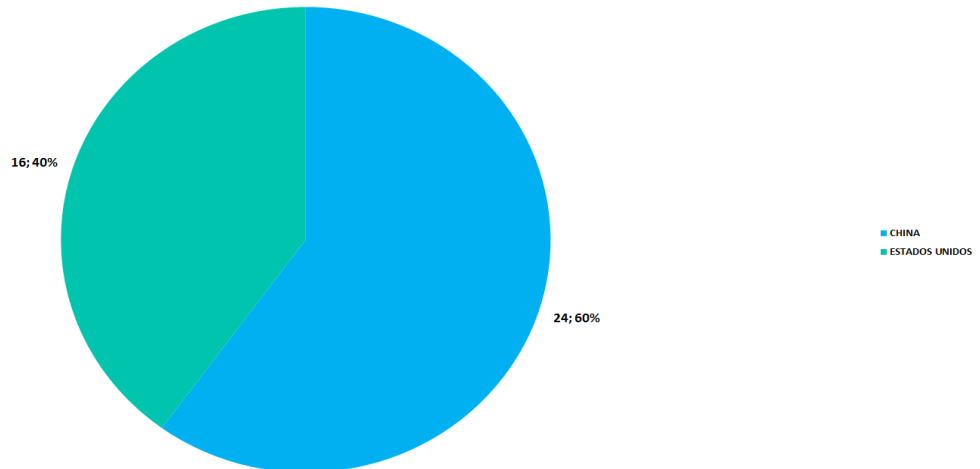


Figura 18. Percepción del encuestado sobre cual país tiene mayor poderío China o Estados Unidos de acuerdo a los sectores cuestionados en la pregunta.

Elaboración propia, 2019.

La figura 18 expone uno de los debates que en la actualidad tiene gran relevancia, este se enfoca directamente en la capacidad de crecimiento y expansión de la economía en temas de infraestructura (carreteras, puertos, aeropuertos, etc.), evolución del sector empresarial, relaciones y alianzas internacionales, expansión comercial, entre otros. Hoy en día, el gran debate que genera esta incertidumbre parte desde la primicia de que China y Estados Unidos son en el mercado internacional actual las dos máximas potencias comerciales, por lo tanto, conocer la perspectiva de un público objetivo sobre cuál cree que tiene el mayor poderío es de vital importancia. En este sentido, el 60% de los encuestados afirman que China tiene una mayor capacidad en los aspectos indicados, sin embargo, el veto comercial puede ocasionar que las presiones ejercidas por Estados Unidos afecten diversas oportunidades de expansión y consolidación de mercados, además de perder socios estratégicos a causa de la incertidumbre.

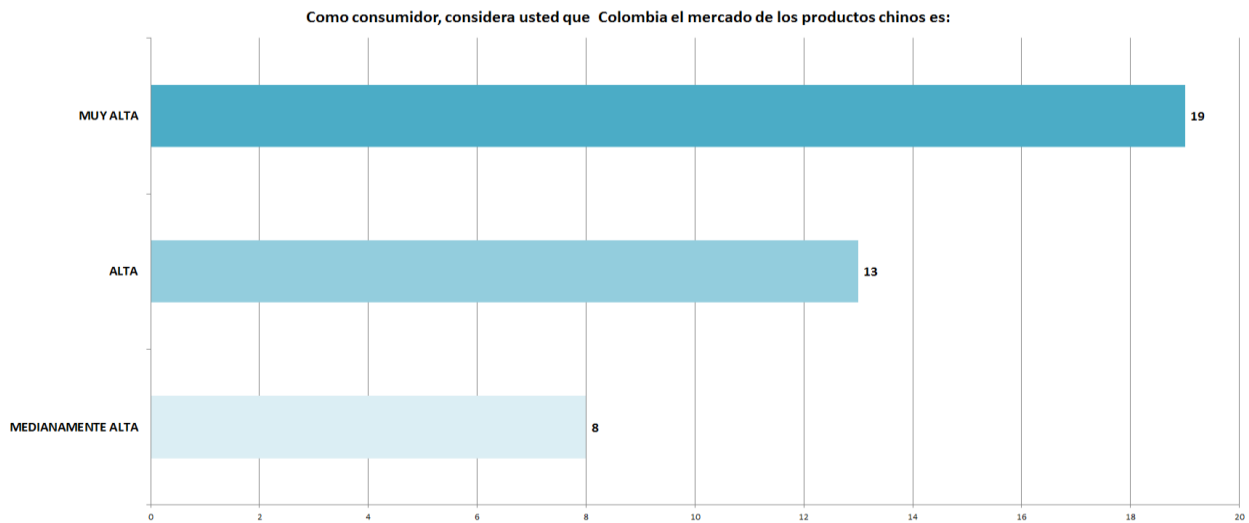


Figura 19. Percepción del encuestado a partir de su rol como consumidor y su punto de vista de la entrada de productos Chinos al país.

Elaboración propia, 2019.

La figura anterior se enfoca en el mercado Colombiano y su relación con los productos Chinos, como tal se cuestiona cual es el grado de invasión de los artículos y materias primas provenientes de China en el mercado nacional; como tal el 47,5% de los encuestados indicaron que es muy alta esta invasión; el 32,5% de los encuestados describieron que es alta la introducción de estos productos y finalmente el 20% estimaron que es medianamente alta la proliferación de estos bienes. Es preocupante estos indicadores, ya que la producción nacional está en peligro ante la llegada masiva de productos Chinos variando los precios del mercado, esto se apoya con el hecho de que entre muy alta y alta esta el 80% de la segmentación de las respuestas, es decir, las

personas entienden que esta proliferación caótica es un impedimento para el desarrollo de los negocios nacionales.

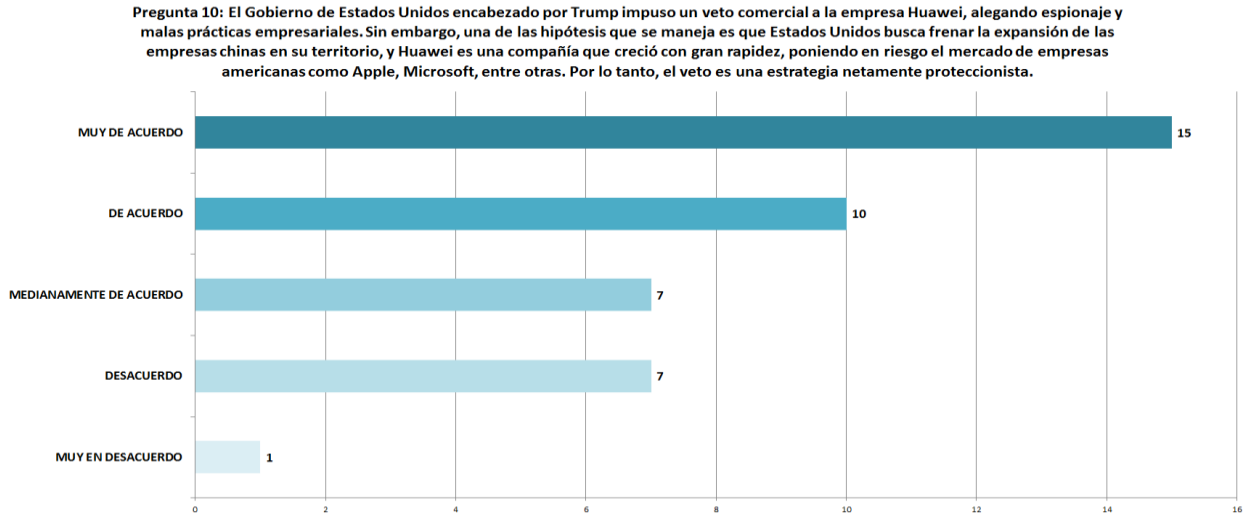


Figura 20. Percepción de los encuestados sobre el veto comercial a Huawei de acuerdo a las razones expuestas por el gobierno Americano.

Elaboración propia, 2019.

La grafica anterior pretende dar a entender un vistazo general desde la perspectiva de las personas directamente perjudicados por el conflicto, en este sentido el 37,5% de los encuestados de la empresa Huawei están muy de acuerdo con el hecho de que el veto realizado a Huawei por parte de la casa blanca tiene una finalidad proteccionista buscando frenar la acelerada expansión de China, asimismo el 25% de los encuestados también están de acuerdo con dicha postura.

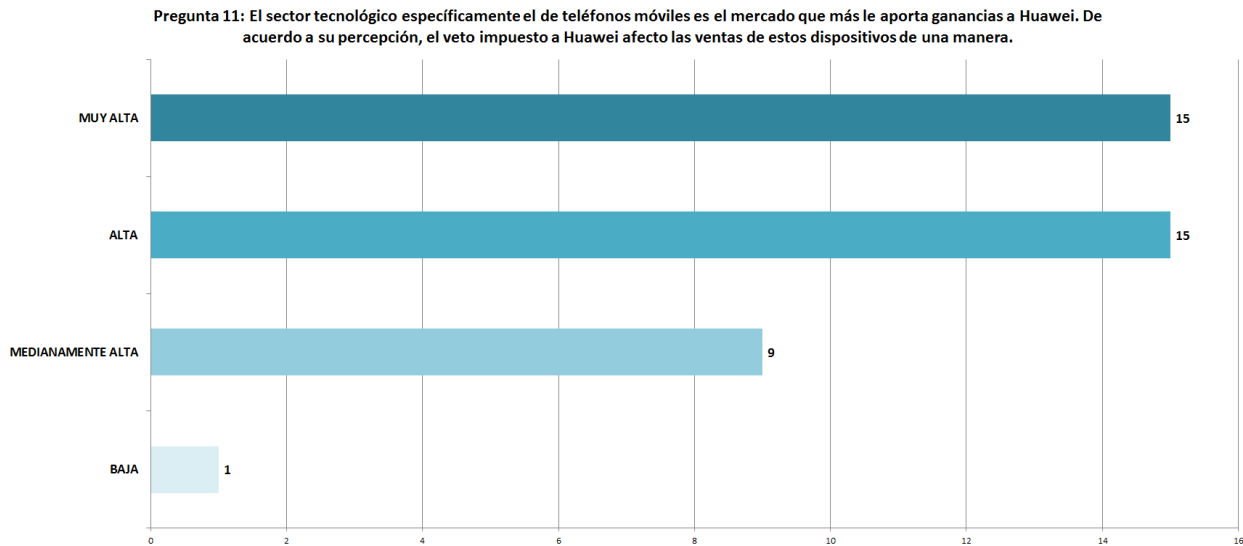


Figura 21. Percepción del encuestado sobre si el veto comercial afectaría las ventas de Huawei y su participación en el sector de telefonía móvil.

Elaboración propia, 2019.

Está claro que las medidas impuestas a Huawei determinaron en gran medida la disminución de sus ingresos, en la figura 21 se observa como un 97,5% de los encuestados piensa que la afectación es muy alta, alta y medianamente alta (39 personas), esto es apoyado por la figura 8 donde se presenta mes a mes el valor de la acción en dólares de la compañía Huawei, esta perdió valor a través del tiempo a causa del conflicto comercial.

Por otra parte, el consumidor de telefonía móvil tomo la noticia sobre el veto interpuesto a Google sobre proporcionarle el sistema operativo a Huawei como una razón para no comprar este tipo de dispositivos, ya que este no tendría el software tradicional Android manejado por este tipo de móviles.

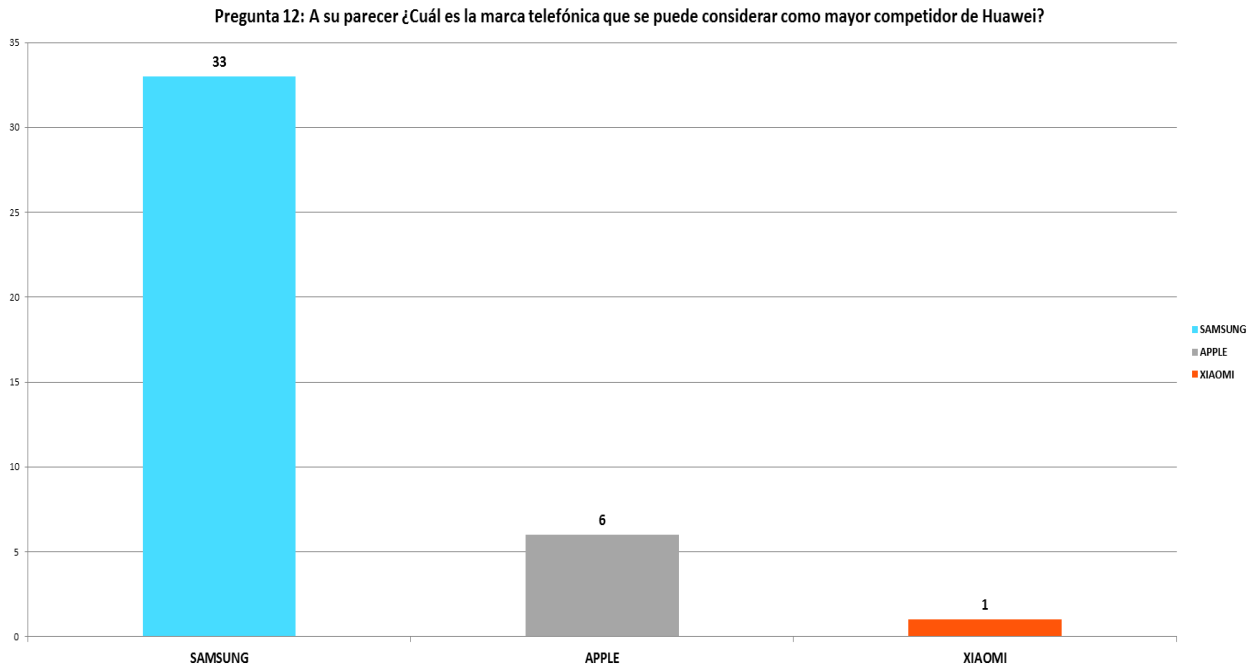


Figura 22. Nivel de percepción de los encuestados sobre posicionamiento de las marcas de telefonía móvil.

Elaboración propia, 2019.

Para los encuestados el mayor competidor para la marca Huawei en Colombia es Samsung con un 82,5% de las respuestas, seguido por Apple con el 15% y Xiaomi con el 2,5%. Lo anterior, afirma lo expuesto en la figura 7 de los antecedentes donde se presenta las marcas de telefonía móviles más consumidas en Colombia y en esta grafica también se indica que Samsung es la marca principal con el 31% seguida por Huawei con el 19%, por lo tanto, a diferencia de Estados Unidos en Colombia Apple no es la principal marca de consumo de telefonía móvil.

En la actualidad, uno de los planes estratégicos que maneja Huawei es incrementar su presencia en otros mercados diferentes al de Estados Unidos, como Europa, Centroamérica o Suramérica incluso sectores dominados por las marcas americanas, esto como movimiento estratégico y de presión en respuesta al veto impuesto por la Casa Blanca. En una escala del 1 al 5 siendo 1 muy mala y 5 muy buena, ¿cuál calificación le daría usted?

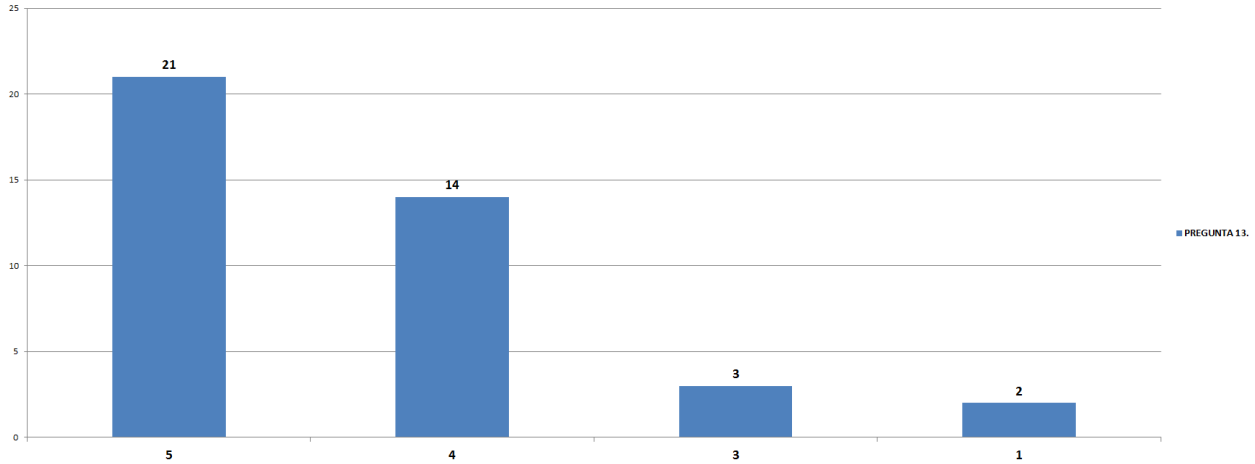


Figura 23. Percepción de los encuestados a la tendencia de Huawei en su plan de diversificación de mercados como respuesta al veto comercial.

Elaboración propia, 2019.

Una de las claves de la invasión de productos Chinos alrededor del mundo es el poder de penetrar mercados, esta característica común de las empresas Chinas expone la gran capacidad que estas tienen a la hora de diversificar mercados, esta es una de las estrategias de Huawei ante el veto comercial estadounidense, enfocando su portafolio en mercados como Centroamérica, Latinoamérica y la Unión Europea, pero ¿qué tan efectiva es esta estrategia?, en la figura 23 se calificó en una escala del 1 al 5 siendo 1 muy mala y 5 muy buena, el 87,5% aprueba la postura tomada por China de tener como opción diferentes mercados y penetrarlos de forma masiva.

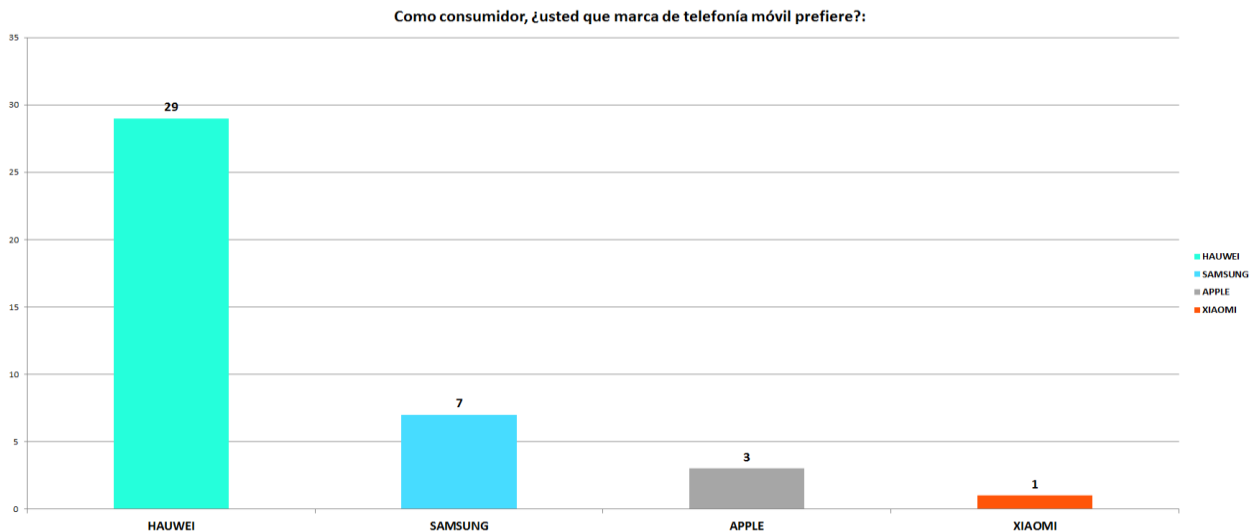


Figura 24. Nivel de afinidad del encuestado sobre una marca particular de telefonía móvil.

Elaboración propia, 2019.

La figura 24, expone la preferencia ante una marca de telefonía móvil en esta se evidenció que el 72,5% de los encuestados prefieren a Huawei, esto confirma lo establecido en la figura 5 y 6 de los antecedentes donde se trae a colación el nivel de crecimiento de Huawei ante Samsung y Apple teniendo la marca China el mayor porcentaje de crecimiento.

Finalmente, el sector con mayor afectación a causa de la Guerra Comercial, según los resultados obtenidos de las encuestas el sector tecnológico (Ordenadores, Móviles, Etc.) tendrían las mayores pérdidas, en las encuestas el 92% lo determinaron; otros resultados en un bajo porcentaje se enfocaron en el servicio, autopartes y manufactura. A continuación se presenta la figura 25 correspondiente a la pregunta 15.

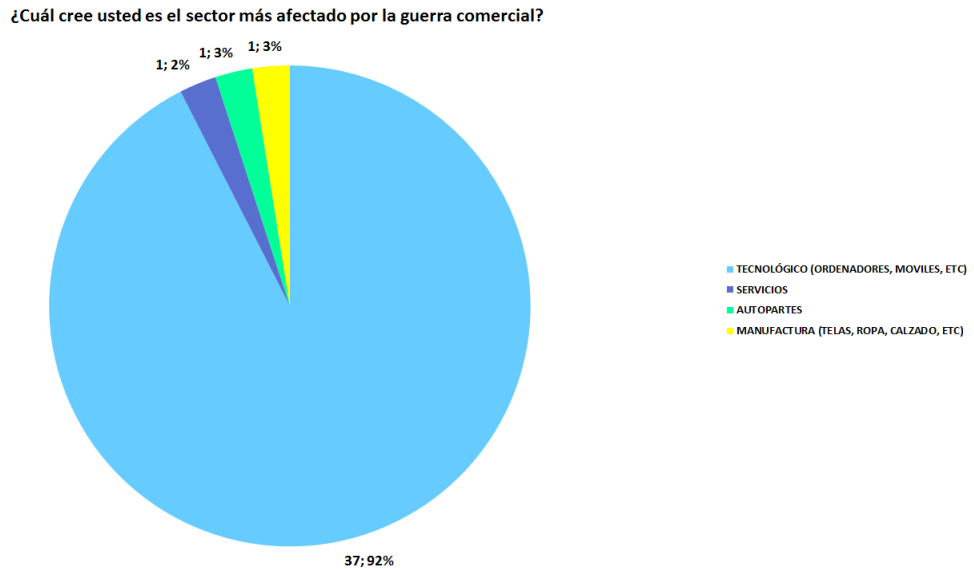


Figura 25. Percepción del encuestado sobre cual sector será el más afectado por la Guerra Comercial.

Elaboración propia, 2019.

Siguiendo con la presentación de resultados, a continuación se exponen los hallazgos obtenidos de acuerdo a las entrevistas hechas a expertos de cargos medio-altos de la empresa Huawei Colombia, esta información tiene un valor agregado significativo en cuanto a detalle y subjetividad de los datos, ya que estos cuentan con un respaldo y apoyo numérico de los mismos, por lo que estos expertos tiene mayor alcance de la información proporcionada por las bases de datos de Huawei Colombia. En tal sentido, se diseñó dos tablas; la primera contendrá los datos básicos de los participantes, cabe resaltar que algunas de estas personas decidieron omitir datos para la continuación de la entrevista; la segunda tabla dispondrá los resultados claves y

correlacionados entre estos, no se determina quien respondió que, para mayor privacidad de los datos, además, algunas respuestas se correlacionaron por la similitud entre los entrevistados.

Tabla 1.

Datos de las personas entrevistadas para la investigación.

Nombre	Cargo	Trayectoria
Andrés Julián Alvarez Romero	Supervisor Senior	Omitido
José Alexis Valencia	Supervisor Senior	Omitido
Angélica Acosta	City Manager Senior I	10 años de experiencia en el área de tecnología y afines con reconocidas marcas de telecomunicaciones. Ha trabajado en las sucursales de Bogotá y Medellín.
Patricia Aristizabal Sierra	Trainer	Omitido
Cristian Ramírez	City Manager Regional - Nororiente	Omitido
Ramón Tovar	City Manager - Costa	3 años de recorrido en Huawei, primero como coordinador Trade, luego como supervisor de la misma área, luego posicionado como City Manager de la zona Costa.
Jonathan Muñoz	City Manager Senior - Valle	4 años de trayectoria en Huawei, inicialmente como supervisor, por rendimiento de indicadores ascendido al actual cargo City Manager Senior.

Jonhatan Holguín	City Manager Open Market	Omitido
Albeiro Ortiz	City Manager Zona Centro	2 años de experiencia en Huawei, primero como supervisor y luego como City Manager de la Zona Centro.
Manuela Sánchez	Trade Nacional	Omitido

Elaboración propia, 2019.

Tabla 2.

Resultados de las entrevistas hechas a personas de cargos medio-altos de la empresa Huawei Colombia – preguntas abiertas.

Preguntas	Respuestas
<p>Pregunta 1: ¿Cuál es su punto de vista sobre la Guerra comercial entre Estados Unidos y China?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es más una guerra política, que comercialmente está afectando la marca (Huawei), ya que, es una empresa que muestra un crecimiento progresivo. • Evidentemente son las 2 economías más importantes a nivel mundial, donde, se genera una disputa en la introducción de la tecnología 5G, un negocio que puede significar el dominio del planeta para el año 2035. Además, cuentan con las herramientas para ejercer dominio y presión sobre las demás naciones, China lleva la ventaja en cuanto a desarrollo tecnológico, lo que le permite expandir su función de mercado más rápido que Estados Unidos. • Es desconcertante el tema, ya que se está exponiendo un mercado global, que no solo va en miras al desarrollo de las TIC, sino en el desarrollo del talento humano detrás de esta compañía (Huawei), la cual tiene amparadas más de 180.000 personas alrededor del mundo que dependen literalmente de los avances de esta. • Estados Unidos pretende excusar sus acciones diciendo que están siendo expiados y que hay un alto número de piratería desde China, cuando la realidad es otra, si bien China expía otros países, esto es una tendencia normal, Estados Unidos también lo hace, pienso que esas

	<p>medidas son proteccionistas, ya que China está alcanzando números de ingresos por encima de Estados Unidos.</p>
<p>Pregunta 2: ¿Considera usted que las políticas comerciales implementadas recíprocamente entre Estados Unidos y China afectará los mercados de otros países?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En estos momentos es evidente la afectación, ya ocurre y la muestra más tangible es el porcentaje de equipos Huawei que dejó de venderse en Colombia, solo por la incertidumbre generada a partir de este conflicto. • Indiscutiblemente afecta la economía de ambos países, esto teniendo en cuenta que Estados Unidos genera un veto comercial a través de una lista negra a 70 empresas chinas; a su vez la República de China hace lo propio aumentando aranceles de importación de Estados Unidos, donde también se ve afectada la importación de productos de primera necesidad y minerales extraños para la generación de tecnología de punta, productos que aumentan de precio en otros países, generando un recesión mundial. • La afectación comercial es un hecho, los países en vía de desarrollo apalancan su economía a base de importación de materias primas provenientes de estas potencias, este conflicto desemboca en un aumento de estas mercancías, lo que genera crisis y en muchos casos cierre de fábricas donde el mayor proveedor era Estados Unidos o China. • Colombia está dentro de los países que más consume este tipo de productos, después de México, y se ve gravemente afectada, ya que los ingresos de estos benefician al país, no solo en temas económicos, sino en desarrollo, ninguna guerra comercial es buena para ningún país.
<p>Pregunta 3: Desde su punto de vista, ¿cuáles cree usted son las razones por las</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentaron que fue por seguridad nacional, ya que Huawei estaba usando la información de sus usuarios, también se habla de un tema de espionaje, sin embargo, esto no ha sido confirmado por la compañía, quien se mantiene al margen de dichos comentarios. Estas razones son solo teorías e hipótesis de Trump.

<p>que Estados Unidos veto directamente a Huawei?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La principal razón es la disputa comercial por la implementación de la tecnología 5G a nivel mundial, actualmente, Huawei tiene un adelanto de 2 años en esta tecnología, mientras que Ericsson, Nokia, Qualcomm apenas están desarrollando sus procesos para iniciar competencia al gigante asiático. • Guerra por intereses comerciales y gobernabilidad frente a dominio mundial de la información y el control total sobre la misma.
<p>Pregunta 4: ¿Cuál estrategia comercial propondría usted en Huawei para solventar las pérdidas tanto en ventas como en clientes a raíz del veto interpuesto por Estados Unidos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Más publicidad acerca del sistema operativo propio para generar esa cultura en el país. • Actualmente la compañía no ha generado pérdidas en sus ventas y clientes; El último estudio de mercado (Canalys) correspondiente a Q3 - 2019, posiciona a Huawei en un crecimiento del 24% en ventas a nivel mundial (información tomada respecto a Q3 – 2018). Adicionalmente, Huawei continua actualmente en la segunda posición de marcas más vendidas a nivel mundial con una cantidad de 66.8 millones de unidades en los primeros nueve meses del año. Por lo que, incluso con el veto comercial, Huawei crece. • Huawei es una compañía comprometida con el desarrollo de tecnología, comunicaciones y redes, como potencia en este campo, tienen todas las herramientas para desarrollar procesos que permitan continuar marcando un hito en el mercado de la tecnología y continuar posicionando sus productos y servicios. • Los productos que actualmente están en el portafolio, son muy competitivos, además del fortalecimiento de ventas cruzadas con accesorios propios de la marca ha atraído nuevos consumidores.
<p>Pregunta 5: Qué panorama a futuro pronostica usted para Huawei.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Con un sistema operativo propio generando impacto y generando exclusividad mientras la empresa muestra un mayor crecimiento. • Al año 2020 Huawei se posicionará como la marca más vendida a nivel mundial, datos estadísticos de la firma (canalys) indican que a nivel mundial más del 50% de la población utiliza dispositivos

Huawei. Por lo anterior, el panorama para la compañía es muy alentador en cuanto a números y proyección tecnológica.

- Posicionamiento mundial en la implementación de redes 5G para mejorar la calidad de comunicación entre las personas y desarrollo tecnológico para las compañías.

Elaboración propia, 2019.

5.2. Discusión de resultados

El presente apartado se aborda desde una perspectiva analítica del asunto en cuestión, ahora bien, en primer lugar se evidencia como la guerra comercial provocó caídas en las ventas de la empresa Huawei a nivel Colombia, sin embargo, estas se recuperaron con gran rapidez presentando la misma constante de crecimiento exponencial de China, donde los niveles de PIB a través de los años están por encima del estado unidense. De acuerdo a las entrevistas, las razones por las cuales el gobierno Americano realizó el veto se reducen a razones políticas, frenar el crecimiento acelerado de la industria China y medidas proteccionistas, ya que argumentan el desarrollo constante en aspectos tecnológicos y de innovación, donde productos a base de las redes 5G serán para 2035 la clave de la evolución tecnológica. En tal sentido, Huawei principal desarrollador de este tipo de redes en la telefonía móvil es vetada por razones ajenas a un proceso legalmente constituido con razones de peso por parte del gobierno de Trump.

En cuanto a los hallazgos obtenidos a partir de las encuestas se resalta que la mayoría de las personas están informadas sobre el tema central, esto es positivo para la investigación, ya que se cuenta con un grado de certeza y claridad de la información que se está tratando, de esta forma no se obtienen resultados cegados o erróneos por la falta de información del encuestado.

Asimismo, tanto los encuestados como los entrevistados coinciden en que la guerra comercial afecta a otros países directa e indirectamente, las naciones en vía de desarrollo tienen algo en común se abastecen de las grandes potencias, a causa de este conflicto se aumentaron los precios de las diferentes mercancías, materias primas, insumos, esto genera pérdidas e incluso cierre de fábricas, disminución en ventas como las presentadas en Huawei Colombia, muchos expertos le atribuyen un gran porcentaje del aumento del dólar a esta guerra comercial, “La devaluación del peso, con caídas de vértigo en el camino, al mejor estilo de una montaña rusa,

tiene su principal explicación en el coletazo de la guerra comercial y el pulso de poder entre Estados Unidos y China” (Semana, 2019).

Por lo tanto, los encuestados en cuestión coinciden al decir que los países deben mediar ante esta situación, ya que es un tema de debate internacional, la afectación es global, por lo tanto es imperativo la intervención de otros países, de lo contrario es probable que el conflicto continúe, ya que Trump es un presidente muy emocional y lleva sus políticas de presión al extremo, “Trump, habitualmente calificado de errático e impredecible, tomando como base sus comportamientos narcisistas (más los paranoides e impulsivos). Curiosamente, esas conductas narcisistas encajan perfectamente en los criterios y características de un problema cada vez más extendido en nuestra sociedad actual” (Caballo, 2017, p.232). China aunque un poco más reservado también dictamina políticas que incentivan la continuación de esta guerra comercial.

Por otra parte, uno de los resultados significativos de la investigación trata sobre la percepción que tienen tanto los encuestados como los entrevistados sobre quien es el país que diversificara mejor el mercado y que tiene un mayor avance tecnológico en cuanto a infraestructura propia para el envío de mercancía a través de la cadena logística, en ambas situaciones China resulta mejor posicionado, a primera vista Estados Unidos se establece como un país donde las vías están en excelente estado, sus puertos tienen gran fluencia, entre otros; sin embargo China demuestra mayor cantidad de procesamiento, mejores instalaciones, mayor inversión, y mejor PIB a raíz de dichas dinámicas.

Por otro lado, la empresa Huawei en Colombia se posicionó como la segunda marca más vendida solo superada por Samsung, este es un gran logro, ya que marcas como Apple posicionadas durante años no se encuentra en los primeros escalafones de esta medición, por lo tanto, se infiere que el gobierno Americano busco a través del veto comercial impuesto a Huawei incentivar las ventas de las marcas americanas, de esta manera reactivar de alguna forma los ingresos obtenidos de compañías nacionales, en pocas palabras estas son medidas netamente proteccionistas y no las razones que expuso Trump sobre seguridad nacional. Los consumidores en Colombia prefieren las marcas provenientes de China por encima de las de Estados Unidos (figura 7, 24) esto frena las ventas de marcas americanas en diferentes lugares del planeta, eso es lo que quiere evitar Estados Unidos.

Para finalizar esta sección, se evidencia la clara postura de las personas que participaron del proyecto, no solo Huawei debe velar por el crecimiento tecnológico y de innovación, las empresas que no quieran ser obsoletas a futuro deben integrar este tipo de sistemas dentro de las diferentes organizaciones, esto amplía el campo de acción y determina desarrollo además de calidad, esto se verá reflejado en el número de usuarios o cliente y de ingresos. Huawei le apostó a este estilo de negocio, calidad, bajo precio, pero desarrollo tecnológico e innovativo, acaparando masas gracias a un producto que se destaca de los demás.

6. Conclusiones, recomendaciones y limitaciones

A modo de conclusión, el presente artículo científico resuelve el problema en cuestión planteado durante el desarrollo de la investigación, el cual se centró en el análisis geopolítico e incidencia económica de la guerra comercial entre Estados Unidos y China, además se logró relacionar dicha problemática con la empresa objeto de estudio Huawei Colombia, donde se obtuvieron resultados relevantes para dar cumplimiento a los objetivos planteados en el proyecto.

De igual manera, se determina que los datos e información obtenida a través de las encuestas y entrevistas son coherentes con las diferentes teorías expuestas en la sección de antecedentes y revisión de literatura donde se trae a colación los históricos y tendencias de dicho conflicto, por lo que esta información se pudo correlacionar e de esta forma indicar tendencias.

Por otra parte, en las primeras secciones del presente proyecto se concluye que el inicio de la confrontación no fue claro por parte de Estados Unidos, geopolíticamente estas dos naciones son las potencias en la actualidad, este es un factor clave para que el gobierno de Trump buscara disminuir el alcance y crecimiento que estaba representando China, primero con medidas arancelarias generales, luego con políticas aduaneras directas, esto trajo como consecuencia una secuencia de hechos que afectó la dinámica económica mundial, de esta manera, la incidencia de este conflicto fue tal, que los productos de diversos sectores aumentaron de precio incluso se le atribuye una parte del crecimiento del dólar a este conflicto.

Siguiendo con el desglose geopolítico, a raíz de este “*War Trade*” entre gigantes se inició un movimiento entre los países para mediar ante tal situación, ya que de no ser así esto puede conllevar a una recesión económica mundial, por lo tanto, el impacto negativo en la economía es evidente.

Por otra parte, como novedades tomando como base las encuestas y entrevistas se obtuvieron hallazgos representativos los cuales infieren una tendencia. En consecuencia, la gran mayoría de encuestados saben o se han informado del tema en cuestión, esto determina un ejercicio de conocimiento y enfoque crítico por parte del participante. Asimismo, tanto los encuestados como entrevistados coinciden en que Huawei a pesar de estar vetada por Estados Unidos no sufrió grandes pérdidas ni disminuyó su crecimiento y pronósticos establecidos durante los años críticos, esto se correlaciona con el crecimiento exponencial del PIB presentado por China.

Además, la perspectiva general que se obtuvo sobre los productos Chinos es que son de buena calidad, bajo precio y compiten con los productos de “alta calidad”, esto es una política que Huawei integró en sus planes estratégicos, no penetra mercados con productos que competirán con los colosos, por el contrario, busca posicionar la marca antes de lanzar un portafolio mucho más caro, pero que sigue estando debajo del margen comercial. Finalmente, en Colombia es habitual encontrarse la marca Huawei, esta se estableció como la segunda marca más vendida solo después de Samsung, superando marcas tradicionales como Apple y Motorola.

Se recomienda, analizar en una próxima investigación o algún estudio que se desglose de este artículo el incluir más empresas afectadas por la guerra comercial, esto con el fin de medir los porcentajes de caídas en ventas entre las compañías, tiempo de recuperación, entre otros, esta correlación definirá tendencias e indicadores válidos para obtener resultados certeros.

Como única limitante de la investigación se centró en la recolección de datos, se debe tener en cuenta que las empresas tienen un proceso legal que toma tiempo esto en cuanto a solicitud de información delicada, por otra parte, al momento de realizar las encuestas se evidenció una fuerte tendencia a que el participante se demorará en la realización.

Bibliografía

Agosin, M. y Rosales, O. (2019). Guerra Comercial. *Mirada FEN - Revista Economía y Administración*, (173), 6-14.

Alfayad, F. (2019). Huawei and the Gulf Region: Market Opportunities Despite the Ongoing US-China Trade War. *International Review of Management and Marketing*, IX (4), 47-53.

- Alina, M. y Cerasela, E. (2019). Global Economy Under Trade War. “*Ovidius*” *University Annals, Economic Sciences Series*, XIX (1), 63-66.
- Annual Reports. (2019). Apple Annual Report. *Annual Reports*. Recuperado de: <http://www.annualreports.com/Company/apple-inc>
- Apple. (2019). Annual Reports - Financial Data. *Apple*. Recuperado de: <https://investor.apple.com/investor-relations/default.aspx>
- Ballesteros, A. (1999). *Comercio exterior: Teoría Y Práctica*. Murcia, España: EDITUM.
- Banco Mundial. (2019). PIB de crecimiento porcentual de China vs. Estados Unidos histórico 1960 – 2018. *Banco Mundial*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CN-US>
- Banco Mundial. (2019). PIB en billones de dólares de China vs. Estados Unidos histórico 1960 – 2018. *Banco Mundial*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=CN-US>
- BBC News. (2019). Guerra comercial entre Estados Unidos y China: ¿cómo afecta a las industrias tecnológicas de ambos países?. *BBC News*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49551605>
- Caballo, V. (2017). Un análisis psicológico de Donald Trump. *Psicología Conductual*, XXV (1), 227-249.
- Canta, A., Casabella, R., Conde, O., Cordiano, M., Rosello, J. y Torres, G. (2014). *Comercio Internacional en el siglo XXI. La puerta de acceso a los negocios globales*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Dunken.
- Correa, C. (2000). *Intellectual Property Rights, the WTO and Developing Countries: The TRIPS Agreement and Policy Options: The TRIPS Agreement and Policy Options for Developing Countries*. Buenos Aires, Argentina: Zed Books Ltd; Reprinted Ed.
- Council on Foreign Relations – CFR. (2019). U.S. Relations with China 1949 – 2019. *Council on Foreign Relations – CFR*. Recuperado de: <https://www.cfr.org/timeline/us-relations-china>

- Cue, A. (2015). *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado*. México D.C, México: Grupo Editorial Patria.
- Deloitte. (2019). *Consumo móvil en Colombia: Los cambios importantes generalmente no ocurren de la noche a la mañana*. Madrid, España: Deloitte. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/consumer-business/Reporte%20consumo%20movil%202019.pdf>
- Edwards, J. (2018). *Economic conflict between America and China: A truce declared, the talks begin*. Sidney, Australia: Lowy Institute.
- El País. (2018). Guerra comercial entre Estados Unidos y China: Principales productos que venden y compran los dos países recíprocamente. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2018/04/06/media/1523014524_026827.html
- Fabeiro, C. y Caballero, I. (2010). *Comercio Internacional*. Vigo, España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Huawei. (2019). Fighting Back: the US Declared a Trade War to the World. But the Chinese Won It. *Huawei*. Recuperado de: <https://www.huawei.com/nz/facts/news-opinions/fighting-back-china-won-the-trade-war>
- Huawei. (2019). Huawei Annual Report. *Huawei*. Recuperado de: <https://www.huawei.com/en/press-events/annual-report>
- Investing. (2019). Huawei Culture Co Ltd. (002502) – valor de la acción línea temporal. *Investing.com*. Recuperado de: <https://es.investing.com/equities/huawei-culture-historical-data>
- Jiménez, R. (1998). *Metodología de la investigación: Elementos básicos para la investigación clínica*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Médicas.
- Jiming, H. y Posen, A. (2018). *18-1 US-China Economic Relations: From Conflict to Solutions Part I*. Massachusetts, USA: Peterson Institute For International Economics - PIIE.





- Mascarilla, O. (2003). *Los "trilemas" de la globalización*. Barcelona, España: Edicions Universitat Barcelona.
- Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía práctica (*Trabajo programa de comunicación social y periodismo*). Universidad de Neiva, Neiva, Colombia.
- Portafolio. (2013). Las crisis económicas más importantes de la historia. *Portafolio*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/crisis-economicas-importantes-historia-85770>
- Riaz, U., Mahnaz, S. y Majeed, M. (2014). Understanding Globalization and its Future: An Analysis. *Pakistan Journal of Social Sciences (PJSS)*, XXXIV (2), 607-624.
- Ríos, Xulio. (2007). China y sus relaciones con EEUU ¿competencia o interdependencia?. *Dialnet*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2787445>
- Rosas, M. (2008). China y Estados Unidos en el siglo XXI: ¿hacia una nueva bipolaridad?. *Comercio Exterior*, LVIII (3), 198-217.
- Samsung. (2019). Reports & Disclosures / Sustainability Reports. *Samsung*. Recuperado de: <https://www.samsung.com/global/ir/reports-disclosures/sustainability-reports/>
- San Martín, D. (2018). *¿Guerra Comercial? Aspectos Históricos y Rol de la OMC*. Santiago de Chile, Chile: Centro UC - Estudios Internacionales CEIUC.
- Semana. (2019). Dólar de vértigo. *Revista Semana*. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/articulo/guerra-comercial-entre-estados-unidos-y-china-tiene-al-dolar-por-las-nubes/627379>
- Statista. (2019). Huawei supera a Apple: ¿Historia de un robo o de un mal perder?. Statista. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/16837/cuota-de-mercado-de-smartphones-apple-y-huawei/>
- Statista. (2019). Ingresos de Huawei a nivel mundial de 2011 a 2018 (en millones de dólares). *Statista*. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/578248/ingresos-de-la-empresa-huawei-a-nivel-mundial/>

- Stiglitz, J. (2010). *El malestar en la globalización*. Madrid, España: Penguin Random House Grupo Editorial España.
- SurveyMonkey. (2019). Calcula el tamaño de la muestra. SurveyMonkey. Recuperado de: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Tao, T., De Cremer, D. y Chunbo, W. (2018). *Huawei: liderazgo, cultura y conectividad*. Madrid, España: LID Editorial.
- The Observatory of Economic Complexity – OEC. (2019). China – Imports and Exports. *OEC*. Recuperado de: <https://oec.world/en/profile/country/chn/>
- The Observatory of Economic Complexity – OEC. (2019). United States – Imports and Exports. *OEC*. Recuperado de: <https://oec.world/en/profile/country/usa/>
- Torres, G. (2006). *Poscivilización: guerra y ruralidad*. Chapingo, México: Plaza y Valdés, S.A.
- Trading View. (2019). Cotizaciones de Huawei al infierno. *Trading View*. Recuperado de: <https://es.tradingview.com/chart/002502/2JMCGTxL/>
- United States Census. (2019). Trade in Goods with China. *United States Census*. Recuperado de: <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5700.html>
- Viani, F. (2019). *Las recientes tendencias proteccionistas en el ámbito comercial y su impacto sobre la Unión Europea*. Boletín Económico 2 Artículos Analíticos – Banco de España. Recuperado de: <https://ideas.repec.org/a/bde/joures/y2019i6daan11.html>

Anexos

Anexo N°1

Encuesta dirigida a personal de la empresa Huawei parte 1.

   
Preguntas – Encuesta sobre la Guerra Comercial entre Estados Unidos y China, además de la empresa objeto de estudio Huawei.
<p>El presente cuestionario tiene como finalidad determinar la postura de las diferentes personas encuestadas sobre la guerra comercial entre Estados Unidos y China, incluyendo preguntas sobre Huawei y su relación con este conflicto. Esta herramienta brindará información soporte de primera mano, además de estar dirigidas a empleados de la compañía Huawei, para dar ofrecer resultados mucho más acertados a la realidad. Cabe resalta que los datos e información recolectada en este documento tienen como fin un uso académico de investigación.</p>
1) ¿Conoce Usted o se ha informado sobre la Guerra comercial entre Estados Unidos y China?
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2) A finales de 2017 Estados Unidos anunciaba medidas en contra de China, las razones presentadas fueron uso indebido de patentes ajenas (Robo intelectual), un número elevado de piratería, resguardo de la producción nacional de la invasión de productos chinos y déficit en la balanza comercial con China. ¿Cree usted que estas son razones de peso para imponer medidas económicas a China?
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3) ¿Cree usted que este conflicto comercial afectará a otros países no sólo a Estados Unidos y China?
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
4) ¿Piensa usted que los países deben intervenir en esta guerra comercial y mediar para que haya una solución o acuerdo comercial?
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
5) Una de la hipótesis que se plantea sobre el inicio de esta guerra comercial es la siguiente: Estados Unidos en su afán de frenar el acelerado crecimiento de China inicia un conflicto comercial para estancar la economía China en el país Americano (Gran consumidor de productos Chinos) y así no perder su rol como máxima potencia. ¿Está de acuerdo con esta hipótesis?
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
6) Desde su punto de vista, ¿cree usted que los productos "Made in China" están invadiendo de una manera descontrolada los diferentes países?
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
7) En la dinámica geopolítica actual, ¿qué país determina usted tiene más opciones de expandir su mercado en la búsqueda de nuevos destinos o segmentos no tan explotados en el pasado, a raíz de este conflicto económico.
Estados Unidos <input type="checkbox"/> China <input type="checkbox"/>
Página 1 de 2

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N°1

Encuesta dirigida a personal de la empresa Huawei parte 2.



8) Actualmente, ¿Cuál país considera usted tiene mayor poderío económico internacional, teniendo en cuenta infraestructura (carreteras, puertos, aeropuertos, etc.), evolución del sector empresarial, relaciones internacionales, expansión comercial?

Estados Unidos China

9) Como consumidor, considera usted que Colombia el mercado de los productos chinos es:

Muy alta Alta Medianamente Alta Baja Muy Baja

10) El Gobierno de Estados Unidos encabezado por Trump impuso un veto comercial a la empresa Huawei, alegando espionaje y malas prácticas empresariales. Sin embargo, una de las hipótesis que se maneja es que Estados Unidos busca frenar la expansión de las empresas chinas en su territorio, y Huawei es una compañía que creció con gran rapidez, poniendo en riesgo el mercado de empresas americanas como Apple, Microsoft, entre otras. Por lo tanto, el veto es una estrategia netamente proteccionista.

Muy De Acuerdo De Acuerdo Medianamente De Acuerdo Desacuerdo Muy en Desacuerdo

11) El sector tecnológico específicamente el de teléfonos móviles es el mercado que más le aporta ganancias a Huawei. De acuerdo a su percepción, el veto impuesto a Huawei afectó las ventas de estos dispositivos de una manera.

Muy alta Alta Medianamente Alta Baja Muy Baja

12) A su parecer ¿Cuál es la marca telefónica que se puede considerar como mayor competidor de Huawei?

Apple Samsung Xiaomi Motorola Google Otro. _____

13) En la actualidad, uno de los planes estratégicos que maneja Huawei es incrementar su presencia en otros mercados diferente al de Estados Unidos, como Europa, Centroamérica o Suramérica incluso sectores dominados por las marcas americanas, esto como movimiento estratégico y de presión en respuesta al veto impuesto por la casa Blanca. En una escala del 1 al 5 siendo 1 muy mala y 5 muy buena, cual calificación le daría usted.

5 4 3 2 1

14) Como consumidor, ¿usted que marca de telefonía móvil prefiere?:

Huawei Apple Samsung Xiaomi Motorola Google Otro.





15) ¿Cuál cree usted es el sector más afectado por la guerra comercial? (Solo una opción)

Industria de metales Alimentos Tecnológico (ordenadores, móviles, etc.)

Autopartes Servicios Maquinaria industrial

Manufactura (telas, ropa, calzado, etc.) Otros. _____

Entrevista dirigida a expertos de la empresa Huawei.

   
Preguntas – Entrevistas a expertos de la empresa Huawei Colombia
<p>Para mayor entendimiento del fenómeno por medio de las entrevistas como una herramienta cualitativa, se busca comparar diferentes experiencias sobre la guerra comercial entre Estados Unidos y China, la relación que este conflicto tiene con Huawei a través personas con alto rango de dicha compañía, ya que tienen acceso a más información, mejor detalle de la dinámica del mercado y un amplio panorama de la situación actual. Cabe resalta que los datos e información recolectada en este documento tienen como fin un uso académico de investigación.</p>
Nombre: _____ Cargo: _____
Sucursales Huawei en las que ha trabajado a nivel Colombia: _____
Trayectoria laboral/experiencia: _____ _____
1) ¿Cuál es su punto de vista sobre la Guerra comercial entre Estados Unidos y China? _____ _____
2) ¿Considera usted que las políticas comerciales implementadas recíprocamente entre Estados Unidos y China afectarán el mercado Colombiano? _____ _____
3) Desde su punto de vista, ¿cuáles cree usted son las razones por las que Estados Unidos veto directamente a Huawei? _____ _____
4) ¿Cuál estrategia comercial propondría usted en Huawei para solventar las pérdidas tanto en ventas como en clientes a raíz del veto interpuesto por Estados Unidos? _____ _____
5) Qué panorama a futuro pronostica usted para Huawei. _____ _____ _____
1 P á g i n a

Fuente: Elaboración propia.