



A LA CONQUISTA

# de un mercado en el exterior

El panorama no es alentador, pues las exportaciones decrecieron, mientras que las importaciones continúan su crecimiento. El problema no radica en el incremento de las compras internacionales, sino en cómo podemos, como país, dar un salto cualitativo y ampliar de forma considerable nuestras ventas internacionales no minero-energéticas.



Javier Díaz Molina  
Presidente Ejecutivo de Analdex.



# L

as exportaciones colombianas tuvieron durante el 2018 un desempeño relativamente favorable, pues crecieron 10,4 por ciento con respecto al 2017. Sin embargo, la dependencia con los combustibles sigue siendo una marcada tendencia de las ventas nacionales. Si bien las exportaciones no minero-energéticas han crecido, continúan lejos de niveles alcanzados antes de la pérdida del mercado venezolano.

Las importaciones del país también registraron un repunte significativo, a lo que se suma que tres cuartas partes de esas compras se concentran en materias primas y bienes de capital, lo cual puede advertir un comportamiento saludable de la economía. Pero esta situación tiene un impacto macroeconómico fuerte al incrementar el déficit comercial y la cuenta corriente.

Al revisar las cifras del primer trimestre del 2019, el panorama no es alentador: las exportaciones decrecieron mientras que las importaciones continúan su crecimiento. El problema no radica en el incremento de las compras internacionales, sino en cómo podemos como país dar un salto cualitativo y ampliar de forma considerable nuestras exportaciones no minero-energéticas.

En la última década, el número de empresas exportadoras se ha mantenido estable y no presenta movimientos al alza que permitan al menos regresar a niveles del 2008, cuando el mercado venezolano tenía importancia estratégica para el país. De allí que se necesite un trabajo fuerte para generar el crecimiento de un tejido exportador, de forma que más empresas puedan entrar en los mercados externos.



Para ingresar en el ámbito internacional se requiere un cambio de mentalidad por parte del empresario colombiano, pues exige de ingentes esfuerzos para que la oferta exportable cumpla con lo demandado por los compradores. Esto implica tener una agenda clara en aspectos como calidad, diseño, asociatividad y, en general, búsqueda constante de cómo ofrecer un mayor valor agregado.

En calidad, por ejemplo, los empresarios deben trabajar en adecuar sus productos según la normatividad internacional, para cumplir con los requisitos exigidos al ingresar al mercado de destino. Es un reto clave para que el país amplíe su oferta exportable, por lo que también debe trabajarse en adecuar el aparato productivo y servicios conexos como laboratorios y, en general, aquellos que permitan declarar la conformidad.

La adecuación de la oferta exportable trae consigo producir con base en la demanda. Es decir, se necesita trabajar en lo que requiere el consumidor final, buscando generar un mayor valor agregado e innovar en la cadena, con lo cual el producto colombiano podrá valorizarse en el exterior. Esto puede implicar trabajar en conjunto con otros

“El empresariado colombiano debe estar a tono con las nuevas tendencias del comercio mundial, en donde la digitalización tiene un papel clave, y debe pensar en entrar a ofrecer sus productos en el mundo del comercio electrónico”.

empresarios para generar economías de escala con costos de producción competitivos, respondiendo oportunamente a los mercados internacionales.

Por su parte, el empresariado colombiano debe estar a tono con las nuevas tendencias del comercio mundial, en donde la digitalización tiene un papel clave, y debe pensar en entrar a ofrecer sus productos en el mundo del comercio electrónico. Resulta curioso que, electrónicamente, se ofrezcan productos para venta nacional o de manera transfronteriza solo en importación. Los exportadores deben estar en la capacidad de vender algunas cantidades a través de este medio, para lo cual debe adecuarse toda la red de valor. La transformación digital implica apropiarse de nuevos modelos de negocio.

No debe dejarse de lado el trabajo que tiene que ejecutarse en el sector de servicios. Los retos pueden llegar a ser diferentes para incrementar las exportaciones del sector. Empero, deben ser priorizados para adecuar la oferta exportable en la formación de la mano de obra, según los requerimientos internacionales de cada uno de los subsectores, por ejemplo.

Es claro que se debe trabajar en múltiples tareas con relación al costo país para tener mejores condiciones de acceso a los mercados internacionales: infraestructura, aprovechamiento de los acuerdos comerciales, facilitación del comercio, corredores logísticos eficientes, entre otros. Sin embargo, les corresponde a los empresarios del país trabajar en adecuar la oferta exportable, con lo cual podría darse ese salto cualitativo en ventas internacionales que tanto requiere el país.

La actual coyuntura se caracteriza por la incertidumbre. El conflicto comercial entre Estados Unidos y China no permite que los empresarios puedan planear con certeza su comportamiento en los mercados, pero es precisamente este escenario el que puede ofrecer las mayores oportunidades a los empresarios que estén dispuestos a arriesgar para conquistar nuevos espacios en el mercado internacional. ☺