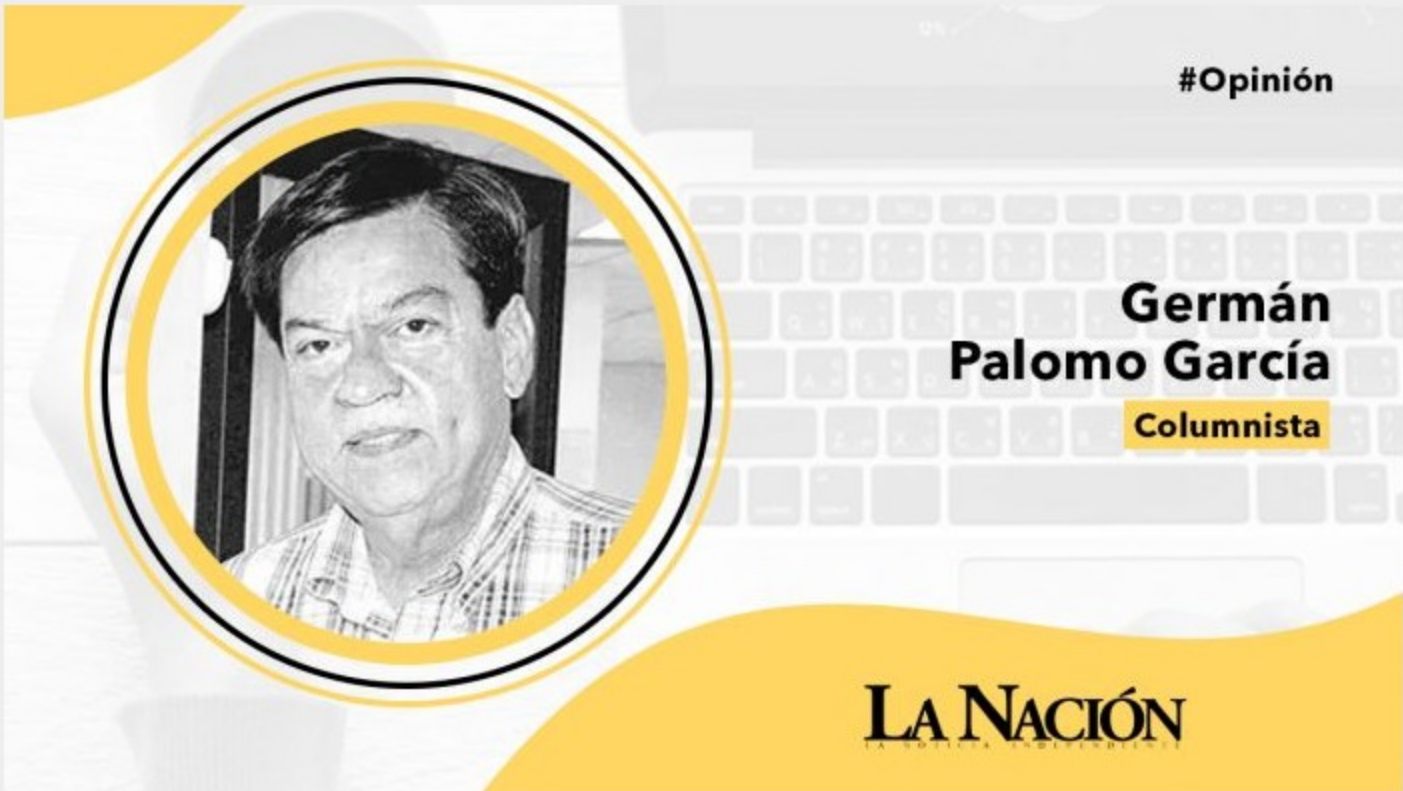




Inicio > COLUMNISTAS > Diversificación, la clave

COLUMNISTAS

Diversificación, la clave

por Redacción Web // LN 6 octubre, 2021

COMPARTIR



El dato que dejó conocer la Cámara de Comercio del Huila, CCH, sobre el cambio de sede de 557 empresas desde el 2016 hasta el primer trimestre del 2021 es, sin duda, preocupante; pero también orientador sobre lo que hay que hacer para que el departamento sea más atractivo a los inversionistas en una época de profundos cambios en los negocios. De acuerdo con el informe, 56% de los activos que han salido en este periodo del Huila corresponde al sector petrolero en sus distintos subsectores. Este comportamiento va de la mano con el futuro del **petróleo** en el mundo. Aunque todavía pasarán años utilizándose combustibles fósiles para mover al mundo, la mayor conciencia sobre sus efectos en el cambio climático vía Gases de Efecto Invernadero, GEI, está generando cambios importantes en las posiciones de las petroleras. La más reciente negociación entre ISA y **ECOPETROL** es un ejemplo de que la petrolera nacional está diversificando sus activos productivos para depender menos del crudo y como un primer paso hacia otras energías no convencionales. Esta realidad se impone en el entorno global.

Otro argumento para “abandonar” el mercado local es su tamaño y su ubicación geográfica y la deficiente infraestructura de servicios públicos, además de los impuestos locales. Estas dificultades explicaron también el fracaso de la Ley Páez (1995) pues varias empresas desistieron de ubicarse en el departamento por la imposibilidad de garantizarles la prestación del servicio de agua en los volúmenes requeridos para sus procesos productivos, por ejemplo. En cuanto al tamaño y su ubicación tiene que ver con la inexistente actividad industrial que nos hace dependientes de la importación para el mercado local o regional particularmente el surcolombiano que tiene una baja dinámica productiva según el PIB de los cinco departamentos. Así, compradores se contactan directamente con los productores eliminando la intermediación local tratándose de la misma oferta tradicional.

Las estrategias para modificar esta tendencia tienen que ver con la diversificación de nuestras actividades productivas y la ampliación del mercado. Extraño que empresas del sector agropecuario se hayan ido cuando son las que más claramente tienen su futuro a nivel mundial a menos que no sean de los sectores priorizados. El concepto de valor agregado es el factor que más se debe desarrollar para cumplir con la apuesta productiva agroindustria de base tecnológica. Como complemento, la innovación hoy define muchas opciones empresariales y no es posible desconocerla. ¿y la Academia?