

Lunes, Julio 14, 2014

NOTICIAS A
UN CLICAdemás de
infraestructura,
Colombia se raja en
el desarrollo
logísticoDos errores en los
trámites ponen en
duda política
comercial del
Gobierno

Facebook

Twitter

Google +

Mail

Diversificar, la clave para mejorar exportaciones per cápita



Bogotá_En el más reciente informe de competitividad del International Institute for Management Development (IMD), Colombia se bajó en los indicadores de comercio exterior.

El dato más relevante es el valor de las exportaciones per cápita. En el país, por cada habitante se vende al mundo US\$1.248,3 mientras que el promedio de los 60 países calificados se ubica en US\$13.894.

El reto para cambiar este panorama es grande. Expertos en comercio exterior y empresarios recomiendan tres puntos que son clave para mejorar las exportaciones por habitante: reducir costos de transporte y logística, encontrar un espacio dentro de las cadenas globales, pero sobretodo ofrecer un producto distinto a los presentes en el mercado, es decir diversificar.

Leonardo Sicard, gerente de la Zona Franca de Palermo, explica que además de buenas condiciones macroeconómicas que necesita el país, como una buena tasa de cambio, “hay que entrar en esquemas competitivos, de transporte y mejores procesos aduaneros para la agilización de las mercancías”.

El despacho de una mercancía desde el centro del país hacia los puertos cuesta en promedio US\$2.200 mientras que en Chile cuesta US\$980 y en Perú US\$890, y el promedio de América Latina está sobre los US\$1.200.

“Es necesario disminuir los costos logísticos en el país. Es un tema de decisión política, hacer inspecciones, hay que meter tecnología de escáner antes de las inspecciones físicas y disminuir los tiempos muertos”, asegura Javier Díaz, presidente de Analdex.

El tiempo que demora la mercancía mientras se desnacionaliza incurre en este índice. También el ‘papeleo’ para lograr ser un exportador autorizado frena al empresario.

“Eliminar documentos como la carta de responsabilidad, podría ser una opción, Chile le apostó a eso y mejoró en sus resultados”, agrega Díaz.

Trabajar en los clústers sectoriales y lograr encadenarse con el mercado global, tendría un efecto directo en el aumento de las exportaciones distintas a commodities.

Sicard cree firmemente que la oportunidad para entrar a las cadenas productivas está en el sector de manufacturas. “Para aumentar la base exportadora hay que trabajar en las cadenas productivas, hay que buscar mayor desarrollo en manufacturas, donde la mano de obra barata es una ventaja”, concluye.

Desde el lado empresarial, Astrid Valencia, jefe de exportaciones de Conservados Doña Paula, dice que los clústers ayudan a cubrir otras necesidades dentro del proceso de producción, que ayuda a disminuir los costos del producto final.

Una vez alcanzados los dos retos anteriores, se debe trabajar en la oferta exportable de los productos colombianos. Esta, según los expertos debe ser atractiva a un mercado global que ya es competitivo, el valor agregado del producto es el que hará la diferencia.

Cuando un empresario se enfrenta por primera vez a la oportunidad de exportar, debe estar preparado para que su posible cliente le diga que al producto le hacen falta algunos detalles para competir en el mercado externo.

El Gobierno tiene a disposición entidades como Proexport que asesoran a quienes quieren ser exportadores.

Jaime Moreno, es el gerente comercial de Café Quindío, una empresa que exporta a Rusia, Corea del Sur, España y Chile. En este momento quieren entrar a Suiza, y para ello se reunieron con un experto en comercio exterior. “Quien nos asesoró decía que era muy importante buscar el valor agregado, una oferta diferenciadora porque el café premium ya está en Europa”, comenta Moreno.

Desde su experiencia, para aumentar las exportaciones per cápita es necesario “tener una ruta exportadora para conocer cómo mi producto va a suplir las necesidades en otros países, sea por costos o por valor agregado”, afirma Moreno.

De esta manera, más allá de los costos y de la logística está la innovación y creatividad de las empresas colombianas como la principal herramienta para competir en el mercado global.

A EE.UU. se le vende US\$134

Las exportaciones per cápita por persona en Colombia hacia Estados Unidos (EE.UU.) solo llegan a US\$134.

Un estudio entregado por la firma Araújo Ibarra & Asociados, con base en información de la Comisión de Comercio Internacional de EE.UU., demuestra que Colombia ocupa el último lugar con respecto a otros países de la Región.

Costa Rica es el país que más vende a ese mercado, alcanza los US\$2.473 por habitante. Sin embargo, hay que tener en cuenta este país tiene solo siete millones de habitantes.

En el caso de México, por ser el mercado natural de EE.UU. alcanza en exportaciones per cápita US\$2.012, le sigue Chile con US\$585 y Honduras con US\$554.

Este resultado, es según José Guillermo García, decano de economía de la Universidad Nacional, refleja que “la política de competitividad es superficial porque ha descuidado durante muchos años las capacidades del capital humano”.

Ampliar el número de los productos exportados

En el informe de competitividad, también se muestra la importancia de diversificar los productos actualmente exportados y ampliar el número de bienes.

Los cinco principales productos que se venden al exterior representan 72,7% del total de las exportaciones, que ubican a Colombia en el puesto 55. El ranking lo conforman los commodities: petróleo, carbón, aceites de biodiesel, café verde sin tostar y oro. El promedio de los 60 países evaluados es de 36,81%.

Por eso la importancia de mejorar las condiciones de las exportaciones que vinculen la mano de obra.

Las Opiniones

Jaime Moreno

Gerente comercial de Café Quindío

“Es necesario tener una ruta exportadora para conocer cómo mi producto va a suplir las necesidades en otros países, por costos o valor agregado”.

Javier Díaz

Presidente de Analdex

“Es necesario disminuir los costos logísticos. Temas de decisión política, inspecciones, tecnología de escáner antes de hacer inspecciones físicas”.

Leonardo Sicard

Gerente de zona franca Palermo

“Hay que trabajar en las cadenas productivas, buscar mayor desarrollo en manufacturas, donde la mano de obra barata es una ventaja”.

Cinthya Ruiz Granados

cruiz@larepublica.com.co