

LA GESTIÓN INTERNACIONAL DE COLOMBIA EN EL NUEVO ORDEN MUNDIAL

*Teófilo Omar Boyano Fram**

*Carmen Jerez***

*Geraldine Villalba****

INTRODUCCIÓN

La economía internacional está pasando por un momento muy complejo, que ha obligado a las naciones a hacer una excelente gestión de sus posibilidades. Lo cual implica, entre otras cosas, revisar acuerdos, consolidar tratados de libre comercio y proyectar nuevos tratados de integración.

La gestión comercial es el punto de partida para que los nacionales tengan recursos, así como para generar y consolidar nuevas empresas. Vale anotar que desde los inicios de las relaciones comerciarles, en el llamado “trueque silencioso” que se presentó en la Comunidad Primitiva, en los albores de la incipiente civilización, las transacciones eran traumáticas y las personas muchas veces dejaban algo útil y recibían algo inútil (Méndez Morales, 2004). Con la aparición de la moneda las cosas cambiaron y se fue aceptando entonces el medio de pago, hasta llegar al papel moneda. Hoy día las economías tratan de adoptar un papel moneda, y aunque en la convención de

Breton Woods se aceptó al Dólar como el patrón moneda, en la actualidad el Euro sigue siendo el papel moneda de la Comunidad Económica Europea.

En el campo de las Ciencias Sociales, aparecen David Hume y Adam Smith con sus escritos sobre las “ventajas comparativas” y la “riqueza de las naciones”, que generaron serias inquietudes y elevaron la economía a la categoría de una ciencia. Smith sostuvo que las naciones se hacían más ricas, entre más se especializa el trabajo; aludía con esto a la división del trabajo y la gran necesidad de demanda de la mano de obra especializada. Sin embargo, Fischer habría de recordarnos, varios siglos después, que la economía se encarga de la poquedad, ya que se destina a que no bajen los precios para que no se dé austeridad y desincentivo a los productores, llamándola “Ciencia sombría” (Begg, Fisher, Dornbush y Fernández, 2006). Méndez (2004) hace un recorrido por las Escuelas del Pensamiento económico; luego Mankiw (2007), en su quinto principio dice que “el comercio

* Economista, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo de la Unad, Especialista en Ciencias Sociales e Innovación Tecnológica, Universidad de Oviedo. España. Docente investigador del grupo Gnosis de la Universidad Libre de Cartagena.

** Estudiante del programa de Mercadeo y miembro del Semillero de Investigación. Silogi.

*** Estudiante del programa de Mercadeo y miembro del Semillero de Investigación. Silogi.

puede mejorar el bienestar de todo el mundo”.

Mientras Europa iba en dirección a la integración, Latinoamérica se consolidaba con la Comunidad Andina, la que Simón Bolívar soñó. En el siglo XX las naciones ven que no pueden abastecerse y ofrecer la cantidad de recursos que les pedían otras naciones o los bloques comerciales, y comienzan a consolidarse los Bloques Económicos. China, con su gran líder Deng Xiao Ping, se da cuenta que los países del sudeste asiático se enriquecen y crecen en más de un dígito al año y los visita. Esta iniciativa de China es referida en el discurso del ex presidente de Costa Rica Oscar Arnulfo Arias¹ a sus homólogos latinoamericano, en el cual menciona de paso la famosa frase según la cual “enriquecerse es glorioso”.

China comienza un nuevo orden mundial, su economía sigue estando centralizada bajo el gobierno del Partido Comunista, pero con vocación al comercio mundial. Su industria se ha potencializado, debido a que más de lo que se produce o el aporte que hace al Producto Interno Bruto se duplica a reinvertir en ese sector, contradiciendo el viejo modelo o esquema de desarrollo relacionado por los economistas, para quienes el desarrollo económico se da con el crecimiento armónico de los sectores económicos (agricultura, industria y servicios). Las relaciones comerciales

y de competitividad dejan de circunscribirse a dominar a los demás países políticamente, para afianzar los mercados. China se convirtió así en uno de los países industrializados, el cual presiona el comercio mundial dándose el lujo de determinar a qué país le comprará.

Colombia, por su parte, hace más de 20 años tenía un mercado de 60 millones de consumidores en el mundo; hoy, como resultado de los acuerdos comerciales, el número de consumidores de nuestros bienes y servicios sigue creciendo por millones en todo el planeta. El tránsito aduanero, ocasionado por las exportaciones e importaciones a través del comercio exterior, las intermediaciones, la logística portuaria y todo lo que incluye la administración de los procesos del movimiento de carga, constituyen factores relevantes para que la Nación adquiera el dinamismo necesario para hacer su aporte al panorama internacional desde la globalización y la integración de nuevos mercados.

El nuevo orden en gestión internacional de Colombia

Aunque ha existido recesión mundial, las ventas a partir de las exportaciones crecieron en 20 billones de dólares. El valor de las ventas que más aumentó fue el de las mercancías, con un 20%; los servicios se incrementaron en un 11% a nivel mundial.

¹ “Algo hicimos mal”. Discurso histórico, realizado por el presidente Oscar Arnulfo Arias, premio Nobel de la Paz, en Trinidad y Tobago durante la Cumbre de las Américas, el 18 de abril de 2009.

Listado de productos que más se comercializaron por año, según la OMC. Año 2011.

Producto	Valor en dólares
Combustibles y minería	4.0 billones
Químicos y derivados	1.9 billones
Equipos de oficina y telecomunicaciones	1.8 billones
Productos agrícolas	1.6 billones
Automóviles y autopartes	1.2 billones

Fuente: Dian, citado por *Revista Semana*.

Los países que más exportan, según la OMC, son China (con 10 billones de dólares), Estados Unidos (con 8.3 billones de dólares), Alemania y Japón (con 4.6 billones de dólares cada uno) y Francia (con 3.3 billones de dólares).

Colombia durante muchos años ha intentado consolidar los lazos comerciales con el resto del mundo. A continuación se presentan algunos logros y fracasos en materia de gestión internacional. Puede resaltarse como un gran logro en la actualidad, la ronda de negocios y las macroruedas de negocios; la gran habilidad de empresarios y funcionarios públicos haciendo una meritoria gestión en materia de acuerdos. Las macroruedas de negocios son un buen mecanismo para incentivar el intercambio comercial y los acuerdos bilaterales de los países; en ellas los clientes y proveedores de varios países ofrecen sus bienes y servicios, especialmente los más competitivos. Existen macroruedas de negocios sectoriales y multisectoriales.

Estos escenarios propician las siguientes ventajas: exhibición de productos a mercados internacionales, fortalecimiento del mercado nacional, entrada de divisas, posibles nuevos empleos y oportunidades para cualificar la mano de obra. En ellas pueden participar: cooperativas, empresas, Mipymes y grandes empresas. En el año 2002² se hicieron varias macroruedas de negocios con México y Mesoamérica, Perú, Canadá y Estados Unidos. En el año 2004 se duplicaron las macroruedas de negocios. Se realizaron en Pereira, Cartagena, Venezuela y Brasil. ACOPI ha gestionado en octubre del presente año una macrorueda en Pereira. Se están haciendo macroruedas para el fomento de la construcción, específicamente de los materiales. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en conjunto con el Dane, las exportaciones colombianas de materiales de construcción en 2011 estuvieron en el orden de los US\$ 342,5 millones, representando un crecimiento del 10,2 por ciento con respecto a 2010. Los destinos principales para estas exportaciones fueron Venezuela (US\$67,7 millones), Ecuador (US\$53,8 millones), Estados Unidos (US\$53 millones), Panamá (US\$43,3 millones) y Perú (US\$17,2 millones).

Se resalta que hay un cambio de países de destino, como es el caso de Uruguay (237%), Brasil (219,2%), Canadá (79%), Argentina (55,4%) y Haití (53%). Entre los productos más exportados están la cerámica, arcilla

² Colombiatrade.com. Empresarios de Colombia y países de Centroamérica se dieron cita en rueda de negocios de materiales de construcción, en abril de 2012.

y piedra (US\$169,2 millones); plástico y caucho (US\$57,3 millones), y cemento (US\$27,9 millones). Todas estas cifras son el resultado de la buena gestión internacional, que propició la consolidación de tratados de libre comercio de Colombia con el resto del mundo.

Las oportunidades de negocios de Colombia con Estados Unidos, se basan principalmente en productos gourmet, productos orgánicos, confitería y galletería, textiles y confecciones, manufacturas (ente las cuales se destacan las autopartes y los aparatos eléctricos), materiales de construcción, muebles y cosméticos.

En cuanto a los principales retos, según Juan Carlos Garavito Escobar³, Colombia le está apostando al crecimiento de 16 sectores estratégicos de la economía. Entre estos, el sector agroindustrial de la palma de aceite, grasas vegetales y biocombustibles, ha crecido con más de 50.000 empleos y su producción aumentó en un 25% en el año de 2011, siendo una buena oportunidad para hacer negocios con México y Estados Unidos. La confitería, chocolatería y materias primas, es un sector tradicional de exportación; con más de medio siglo de experiencia y cien rutas de salida, se puede tener la oportunidad de negociar con Japón, Panamá y Costa Rica. Con la carne bovina se producen 24.8 millones de cabezas y posibilidades de crecimiento: entre los países a los cuales podría explotarse están

Rusia y el Medio Oriente (ya hubo un buen intento con El Líbano). En lácteos hay más de 2.600 millones de litros para el procesamiento de nuevas empresas industriales; se espera penetrara a los mercados de Mesoamérica, México, Venezuela y Perú.

La camaronicultura (con comercio durante todo el año, debido a los dos mares que se tienen) da una oportunidad de mercadeo con Chile, Japón y Rusia. En el sector de la hortofruticultura se ha generado una gran demanda mundial por productos como las frutas y vegetales frescos; los países potenciales serían los que componen la CEE y Nafta. Para el sector industrial hay grandes potencialidades, principalmente con la industria de autopartes y vehículos: dadas las condiciones arancelarias y el IVA, los países con los que se tendría la oportunidad de negociar son Brasil, México y Chile. La industria de la comunicación gráfica y la editorial se destina para Ecuador, Venezuela, Estados Unidos y Mesoamérica. La moda, con grandes ferias que atraen importantes inversiones, tiene oportunidades de negocio con Alemania, España, México, Perú y Estados Unidos. El sector metalmecánico, astillero y siderúrgico ve oportunidades con Estados Unidos y la CAN.

En cuanto a cosméticos y aseo, Colombia ha crecido en exportaciones y las nuevas oportunidades serían con Chile, México y

³ Gerente del Programa de Transformación Productiva (FTP), ente colombiano que vela por hacer crecer la economía nacional.



Estados Unidos. En el sector servicios, aunque la competencia es muy difícil, se le apuesta, con el Ecoturismo, a Canadá y México, y con energía a la CAN, el Caribe y Chile. En el sector de software y tecnologías de la información, se ofrece el turismo en salud como una gran potencialidad, debido a que en Colombia son más baratas las cirugías estéticas e incluso los servicios odontológicos.

Los socios comerciales de Colombia en la actualidad son⁴:

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS	
PAÍS	CIFRA EN MILLONES DE DÓLARES
Estados Unidos	21.705
Ecuador	1.909
Venezuela	1.750
Perú	1.397
México	705
Bélgica	621
Japón	528
Alemania	419
ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES A COLOMBIA	
PAÍS	CIFRA EN MILLONES DE DÓLARES
Estados Unidos	13.593
China	8.176
México	6.059
Brasil	2.740
Alemania	2.215
Argentina	1.871
Francia	1.777
Japón	1.437

Los principales productos exportados a Estados Unidos son los combustibles (con 15.961 millones de dólares) y metales (con 2.019 millones de dólares). De China provienen aparatos de grabación e imagen (por un monto de 1.744 millones de dólares) y reactores nucleares, calderas y maquinarias; se debe anotar que de Estados Unidos se importan los mismos materiales por un valor de 2.274 millones de dólares.

El mayor crecimiento porcentual de las exportaciones se ha dado, en el caso de Colombia, de la siguiente manera:

TRATADO	INCREMENTO PORCENTUAL
Comunidad del Caribe (Caricom)	554%
Panamá	1.457%
CAN - Mercosur	134%
Chile	278%
Triángulo del Norte	130%
México	640%
Asociación Europea de Libre Comercio	-16%
Canadá	-26%
Estados Unidos	10.4%
Venezuela	(No destinado)

En el caso de Venezuela, es muy nuevo el acuerdo (octubre de 2012), y en cuanto a Canadá y la Comunidad Europea se aduce el comportamiento a la recesión económica. En el año 2011 Colombia exportó más de 160 millones de dólares en artesanía hacia Alemania, Francia, Polonia y Estados Unidos.

⁴ Según El Dane, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, citado por Semana. En Principales socios comerciales de Colombia. Año 2011

En este sector, los productos más vendidos fueron:

ARTESANÍA	ORIGEN	INSUMOS
Sombrero vueltiao	Sabana de Córdoba	Caña flecha
Máscaras	Alto Putumayo	Madera tallada
Bisutería y joyería	Noroccidente colombiano	Oro, plata, piedras preciosas, plásticos y aceros.
Sombrero aguadeño	Aguadas. Caldas	Palma de Iraca
Werregues	Costa Pacífica	Palma de werregue
Cerámicas de la chamba	La Chamba. Tolima	Arcilla
Balay	Costa Pacífica	Palma de chocolillo
Mochila Wayúu	Desierto de la Guajira	Hilo de algodón
Mochila arahuaca	Sierra Nevada de Santa Marta	Lana de chivo
Cestería de guacamayas	Guacamayas. Boyacá	Mata de fique
Chivas y yipaos	Pitalito Huila	Arcilla

La gestión de las principales empresas en Colombia con relación a las exportaciones fue la siguiente:

EMPRESA	MONTO
Ecopetrol	16.302 millones de dólares
Sipetrol	2.248 millones de dólares
Hocol	2.090 millones de dólares
Drummond	2.089 millones de dólares
Refinería de Cartagena	2.067 millones de dólares

Los departamentos de Colombia que más exportan son los siguientes:

DEPARTAMENTO	MONTO
Antioquia	5.974 millones de dólares
Cesar	3.956 millones de dólares
Cundinamarca (Bogotá)	3.740 millones de dólares
Bolívar	3.703 millones de dólares
La Guajira	3.623 millones de dólares

La gestión de las principales empresas en Colombia, con relación a las importaciones, fueron las siguientes:

EMPRESA	MONTO
Ecopetrol	2.935 millones de dólares
Avianca	1.552 millones de dólares
Generals Motors Colmotores	1.276 millones de dólares
Aíres	762 millones de dólares
Carbones del Cerrejón	753 millones de dólares



CONCLUSIONES

El Tratado de Libre Comercio de Colombia y Estados Unidos ha entrado en vigencia y, aunque no será la solución al desempleo, al menos 162 nuevas empresas lo están aprovechando. Se necesitará todo un andamiaje logístico para que las mercancías sean puestas a tiempo y en el lugar de destino y lleguen en buen estado.

Hay una gran desigualdad en la competencia en el sector de los servicios, debido a la alta tecnología de que dispone el país del norte, con más de 200 años de revolución industrial respecto a Colombia. En la actualidad, China es el país más exportador del mundo, con un monto que supera los 10 billones de dólares, por encima de los Estados Unidos, que está en 8.7 billones de dólares. No obstante, los Estados Unidos sigue siendo el principal socio comercial de Colombia.

Se resalta el gran incremento de las exportaciones de Colombia hacia Panamá, con más de 1.457%. Se estima un nuevo mercado de más de 900 millones de consumidores, con la gestión internacional que se está dando por parte de Colombia y los nuevos mercados que espera alcanzar. Las barreras más tenaces son la inestabilidad del dólar, el proteccionismo del sector agrícola y la pésima infraestructura. Los hidrocarburos y el carbón siguen siendo los principales productos de exportación de Colombia. En la actualidad, el departamento de Bolívar tiene como destino de sus exportaciones

a los países de Brasil, Estados Unidos y la Comunidad Caribe (Caricom).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BEGG, David; FISCHER, Stanley; DORNBUSCH, Rudiger, & FERNÁNDEZ DÍAZ, Andrés. (2006). *Economía*. Octava edición. España: Mc Graw-Hill. España.
2. HEREDIA, Raimundo. (1987). "América Latina: una mirada al proceso de integración de la región". Documento de Trabajo No. 64, Instituto de Ciencia Política, Universidad de Chile.
3. MANKIW, N. Gregory. (2007). *Principios de Economía*. España: Thompson.
4. MÉNDEZ MORALES, José Silvestre. (2004). *Fundamentos de Economía*. México: McGraw Hill.
5. ROMERO, Alberto. (2002). *Globalización y pobreza*. Consultado en: <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/AR-glob-libro.pdf>
6. SAMUELSON, Paul A. & NORDHAUS, William D. (2002). *Economía*. Decimoséptima edición. Madrid: McGraw-Hill.
7. SALOMÓN, Mónica. (1999) "La PESC y las teorías de la integración Europea" en *Revista Cidob D'afers Internacionals*, Número de abril. España.
8. SMITH, Adam. (1982). *Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. Tercera reimpresión de la primera edición en español. México: Fondo de Cultura Económica.

Cibergrafía

1. <http://www.portafolio.co/opinion/blogs/juridica/colombia-y-los-tlc-vigentes>
2. <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/TLC%20EEUU.PDF>
3. <http://www.colombiatrade.com.co/noticias/empresarios-de-colombia-y-pa%C3%ADses-de-centroam%C3%A9rica-se-dar%C3%A1n-cita-en-rueda-de-negocios-de-materiales-d>