

La pandemia revive el debate exportador

En Colombia siempre ha habido debate sobre el modelo exportador por las poco sobresalientes cifras y un indicador duro: la relación entre exportaciones y población es muy baja con 620 dólares anuales por cada colombiano, contra 1.250 de Perú y Ecuador, 3.500 de México y Chile y 10.000 de Corea. En Estados Unidos es casi 5.000 dólares per cápita.

Y en su equivalente al producto interno bruto (PIB) es también baja la proporción: 16 por ciento, contra 24 por ciento de Perú; Chile, 28 por ciento; Costa Rica, 34 por ciento; México, 39 por ciento; Portugal, 43 por ciento, y Alemania 47 por ciento.

El debate se calienta. Hace unas semanas, el ex ministro de Hacienda 1990-94, del gobierno de César Gaviria, Rudolf Hommes, se encargó de volverle a dar actualidad al tema, con la dosis de sarcasmo que siempre lo ha caracterizado.

Dijo: “Sin exportaciones ni pío. Si queremos que en 2021 crezca vigorosamente la economía, el gobierno y el sector privado tendrán que hacer un gran esfuerzo de generación de exportaciones. Vamos muy mal...”. Al finalizar 2020, las ventas al exterior cayeron 21 por ciento.

Otro exministro de Hacienda y exjefe de Planeación, José Antonio Ocampo, ha advertido sobre el proceso de desindustrialización, para lo cual sugiera una política de diversificación de exportaciones. Ha señalado que no se dio el desarrollo exportador que se esperaba de la apertura económica.

¿Tiene razón Hommes? ¿la tiene Ocampo? ¿Juntos o ninguno y más bien exageran la nota?

Las cifras están ahí

En el año 2010, las exportaciones de bienes ascendieron a 39.800 millones de dólares, de los que 14.350 millones (36 por ciento) fueron distintas a combustibles; en 2014 pasaron a 54.800 millones, con 18.300 millones (33 por ciento) no mineras.

Luego, en 2018 se llegó a 41.900 millones, con 16.200 millones (45 por ciento) en no mineras. El año 2019 cayeron a 39.500 millones y las no mineras fueron 17.400 (44 por ciento). En 2020, en plena pandemia, siguieron bajando hasta 31.050 millones con 17.600 millones en las no tradicionales que reportaron un aumento de solo 1 por ciento.

Sin embargo, si se excluye oro y piedras preciosas, el descenso es de 6 por ciento. La caída es general y la relación entre tradicionales y nuevas se mantiene 56 a 44 por ciento, respectivamente.

Si bien las cifras totales concuerdan con lo dicho por Hommes, hay que tener en cuenta que la dramática caída de los precios del petróleo y del carbón y los menores volúmenes exportados del 2020, explican la mayor parte.

Ocampo advierte que las divisas de la bonanza petrolera 2010-2014 no se sembraron para crear una base productiva. **Pero, ¿la culpa es de los recursos naturales?**

Gracias a que en el año 2012 ingresaron al país 42.000 millones de dólares por exportaciones de petróleo, níquel y carbón, las importaciones de la industria ascendieron a 40.000 millones de dólares, pero no propiamente en tecnología y bienes de capital, sino la mayor parte en equipos de operación y bienes de consumo durable, favorecidas por una revaluación del peso en ese quinquenio.

Muchos industriales dejaron su trabajo productivo para volverse importadores.

“Un país exporta lo que tiene y es competitivo. Desafortunadamente, la revaluación del peso golpeó muy duro la capacidad de exportar manufacturas y lo que quedó es muy poco. Y muchas empresas decidieron maquilar afuera y vender en el mercado local. Sin inversión es imposible recuperar esa capacidad en la industria y esto es un proceso cuyos resultados no se dan de la noche a la mañana”, dice Javier Díaz, presidente de Analdex, gremio base de los exportadores, que acaba de cumplir 50 años.

“Aquí necesitamos una cultura exportadora”, es la frase del ministro de Comercio e Industria, José Manuel Restrepo, **haciendo referencia a que los empresarios dicen que el mercado interno era su objetivo y exportar era**

una de sus últimas prioridades.

El esquema de fomentar 'Fábricas de internacionalización' creado por el gobierno Duque es una acción en ese sentido, pero sus resultados no se darán en el corto plazo pues implica un cambio de cultura en favor de producir para exportar, al igual que el programa de transformación productiva que adelanta el Ministerio, que es una etapa más avanzada de los "sectores de clase mundial" de finales de la primera década del siglo.

También encaja la reforma del Plan Vallejo creado en 1959, a través del cual las empresas agregan valor a los insumos importados que se re despachan al exterior. Y que acaba de ser relanzado y agilizado como 'Plan Vallejo Express', con la filosofía de importar-exportar: si se importan materias primas, el compromiso de exportación es de 60 por ciento de los bienes producidos mientras que el restante 40 por ciento se podrá comercializar en el mercado nacional.

En ese momento, el empresario deberá pagar los tributos aduaneros correspondientes, y Procolombia se encarga de promover el programa.

El problema del comercio no es solo de Colombia y más evidente en este momento de pandemia. El Fondo Monetario Internacional (FMI) proyectó para el año pasado una caída del comercio mundial del 12 por ciento en volumen, pero la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha pronosticado un descenso del 13 por ciento en el escenario base y 32 por ciento en el más pesimista.

La Cepal, de la ONU, previó iniciada la pandemia una reducción drástica de las exportaciones latinoamericanas. Exportar o morir

Además de petróleo y minerales, Colombia registra una concentración grande en sus exportaciones en un puñado de productos: café, banano, aceite de palma y flores, que a través de los años se han ido consolidando en el mercado externo, todos ellos procedentes del sector agropecuario.

Y la realidad es que desde hace ya varios lustros, no han aparecido nuevos renglones que se destaquen en las exportaciones.

Por ejemplo, las exportaciones de ropa y confecciones que un día prometieron mucho han entrado de capa caída porque se ha dado un cambio estructural en esa industria.

Del modelo de maquila que lideró China hace unas décadas, se ha pasado a una transformación tecnológica. ¿Qué papel ha jugado Colombia en ella?.

"Colombia se ha quedado en la industria de la moda. Además de ser limitada la innovación en tecnología y en técnicas de mercado, el diseño no se ha integrado efectivamente con la cadena productiva. No podemos competir si importamos hasta las cremalleras y otros insumos básicos del sector", es la apreciación del empresario Mario Hernández, quien lleva 40 años en la industria.

Las exportaciones del llamado sistema moda que incluye prendas, vestidos y confecciones y marroquinería calzado, entre otros, escasamente llegó a 700 millones de dólares en 2020, con una caída de casi 25 por ciento.

Hace cuatro años se pasaba de los 1.000 millones por año. Calzado cayó 30 por ciento en el último año.

“En nuestro país hay algunas empresas nuevas que exportan, más no sectores distintos a los tradicionales, lo cual deja mucho que desear como una visión de mediano y largo plazo. Un gobierno como el actual hace un gran esfuerzo, pero la realidad es que en el sector privado no se notan el esfuerzo colectivo. Solo en café, flores y banano y en menor proporción azúcar y aceite de palma se da ese esfuerzo empresarial conjunto y los resultados son evidentes”, es la conclusión de un estudio académico del modelo, todavía no oficial.

El Gobierno, a través del Ministerio de Comercio y Procolombia, basan su estrategia en la respuesta a la pregunta ¿cómo se pueden impulsar nuevos sectores a corto plazo, sentando las bases para un crecimiento de las exportaciones de largo plazo?

Creciendo y consolidando los sectores ya fuertes según mercados y de otro lado diversificando y promoviendo sectores con potencial, pero hay conciencia de que el asunto implica una visión más allá de la coyuntura.

Y el presidente de Analdex complementa: “Necesitamos una política productiva de largo plazo, que le dé reglas de juego claras a diferentes sectores, que aporte competitividad”.

Y llegó la pandemia

¿Qué renglones exportadores han respondido mejor en la pandemia? Le preguntaron hace unas semanas a Díaz Molina y respondió: “A pesar de la crisis, es evidente que el mundo sigue demandando alimentos y Colombia ha sabido aprovechar su ventaja competitiva en este rubro. Productos como el café, el aguacate las flores, la carne y preparados de carne, el aceite de palma, el azúcar, las mascarillas de protección, han presentado crecimientos en las ventas al exterior durante el año”.

Es clara la apreciación de Díaz Molina, pero los mercados se portan distinto: una cosa es Estados Unidos, otra Latinoamérica y otra Europa y China.

A Estados Unidos, el total llegó a 8.900 millones de dólares, de los que el 53 por ciento fue combustibles y piedras preciosas y el 24 por ciento, café y flores, panorama que no cambia en el último quinquenio. Es muy dicente que solo cuatro renglones representen el 77 por ciento de lo que se vende a ese país y el resto del universo arancelario solo un 23 por ciento.

Hoy se exporta lo mismo en frutas que hace cuatro años, menos manufacturas de plástico y menos máquinas y calderas y otros, como confecciones y prendas, vienen en picada.

A China, se vendieron 2.750 millones de dólares en 2020 frente a 4.560 millones en 2019. El 94 por ciento son combustibles, chatarra y acero. Y la caída de los precios afectó a todo.

Y hay situaciones engañosas. Por ejemplo, las exportaciones a Italia crecieron el año pasado 24 por ciento, debido a una disparada (48 por ciento) de los metales preciosos (oro) que representan el 70 por ciento del total vendido, en tanto que hay caída de las ventas de café, banano, flores y todo el sistema moda, lo cual no es para alegrarse.

A las exportaciones colombianas a los países latinoamericanos no les está yendo bien, aún excluyendo

combustibles y minerales. A Brasil, por ejemplo, el mercado más grande, se da una caída en las manufacturas de plástico, químicos orgánicos, caucho y sus manufacturas y un aumento grande en grasas y aceites vegetales; con México ocurre algo similar pues no solo caen los combustibles, sino las manufacturas de plástico, aceites y perfumes y vehículos. El total pasó de 1.400 millones a 1.150 millones de dólares de un año y otro.

Con los vecinos andinos, tampoco resultó bien. Con Chile, las exportaciones caen de 967 millones a 775 millones, con caídas no solo en combustibles, sino en vehículos y autopartes, grasas de aceites vegetales y suben azúcares y confitería e industrias 4.0.

A Perú y Ecuador, mercados muy importantes para las manufacturas nuestras, el total exportado en 2020 es 30 por ciento menos respecto a 2019 en el primero y 20 por ciento, por debajo en el segundo caso. Son grandes las caídas en manufacturas de plástico, perfumería y cosméticos, eléctricos y azúcar y confitería. Hay aumento en productos farmacéuticos y otros no relevantes. En alimentos y productos agrícolas, la estructura productiva compite con la colombiana. La Unión Europea promete

Uno de los puntos a destacar en las exportaciones colombianas en 2020 está en algunos países europeos, en los que el país ha logrado penetrar en forma importante en productos agrícolas y alimentos procesados. **Las cifras totales superan a las de los países andinos y el año anterior ascendieron a cerca de 2.500 millones de dólares sin minerales y oro.**

España, seguido por Reino Unido (ahora fuera de la UE) y Alemania son los mercados con más posibilidades. En la 'madre patria', las ventas distintas a petróleo, minerales y chatarra crecieron 45 por ciento en el último quinquenio y cada día ganan más espacio productos como aguacate, panela, flores artificiales, ropa de trabajo, aparatos eléctricos cosméticos y fajas.

Otros como arándanos y frutas exóticas apenas incursionan y se evidencia una tendencia a consumo no exclusivo del mercado étnico.

Alemania concentra su demanda en banano, café, flores y aceite, al igual que Reino Unido, pese a que el año pasado se registró un fuerte descenso atribuido a la pandemia. Los datos de Francia todavía son bajos pues escasamente llegan al 5 por ciento del total que va a Europa.

El plan de acción del gobierno Duque, diseñado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y que Procolombia ejecuta, apoyó a exportadores y búsqueda de nuevos mercados, incluye consolidar renglones y sectores tradicionales, encontrar nuevos nichos y promover técnicas como el comercio electrónico y una mayor conciencia de los aspectos sanitarios, cada vez más exigentes en mercados como el europeo, pero los resultados no se darán en el corto plazo.

Tomado de: [El Tiempo](#)

Artículo Anterior/Posterior

← [Colombia ha ganado terreno en las plataformas extranjeras de comercio electrónico](#)

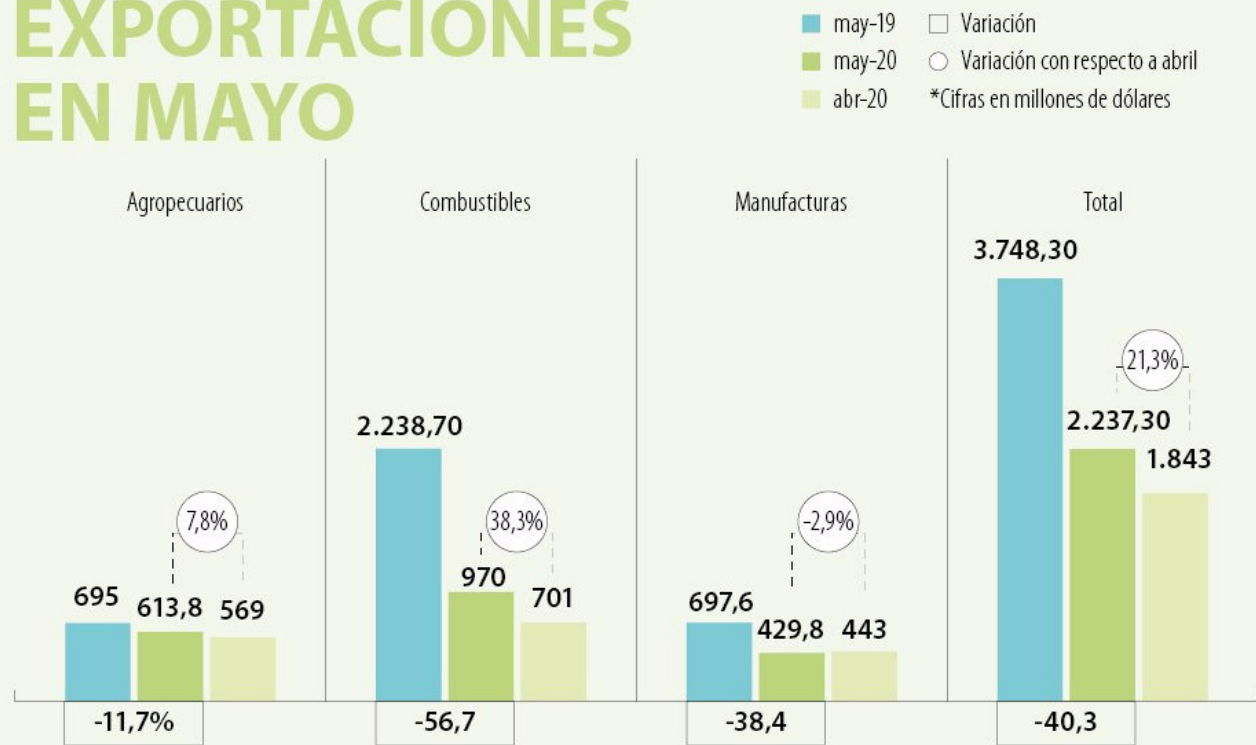
[Memorias del ComexTalks: una mirada global a la situación del transporte marítimo.](#) →

Artículos Relacionados



La prueba oculta de la Dian: violación a derechos fundamentales de los empresarios

BALANCE DE LAS EXPORTACIONES EN MAYO



Fuente: Dane / Gráfico: LR-ER

Las exportaciones de mayo mejoraron frente a las de abril por los combustibles

Próximos Eventos

▶

▶



18 y 19
MARZO

RÉGIMEN SANCIONATORIO:

Conozca las competencias de las autoridades del sector transporte y las últimas investigaciones iniciadas contra los generadores de carga



24
MARZO

COMEX TALKS Diálogo con expertos

Oportunidades y realidades de reactivación de Colombia mediante la exportación de agroalimentos

Twitter

👉 ¿Cómo participar en los procesos de construcción normativa del sector transporte? Aprenda cómo en el #CursoEspecializado Régimen Sancionatorio el 18 y 19 de marzo.

✉ Contactenos

🐦 Twitter

📘 Facebook

🌐 LinkedIn

Recaudos Online

Pague aquí



Analdex - Asociación Nacional de Comercio Exterior
Calle 40 No. 13-09 piso 10 Edificio UGI Bogotá
Teléfono: (57-1) 794 2122
Email: analdex@analdex.org

Todos los derechos reservados

Analdex @ 2018