

ESTADOS DE LOS PROCESOS de Exportación de Las Mipymes en Nariño

Fecha de recepción: 27 de mayo de 2009

Fecha de aprobación: junio 26 de 2009

Por: Pablo César Rojas Caicedo

Profesional en comercio internacional y mercadeo

Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales

pablocero@hotmail.com

RESUMEN

En este documento se analiza y discute lo que se considera son los aspectos principales referentes a los procesos de internacionalización y la política pública e institucional desarrollada por nuestro país y sus regiones, especialmente el departamento de Nariño y su incursión en el mercado internacional. En la primera parte mostramos como Colombia ha incursionado en los mercados internacionales, como una necesidad para lograr un crecimiento económico acorde con las tendencias mundiales; posteriormente se analiza como Nariño se inserta en esta política pública, y su grado de incursión en el mercado internacional. Finalmente realizamos un análisis de cómo nuestra región podría participar de forma eficiente en el crecimiento económico.

PALABRAS CLAVE

Internacionalización de La Economía en el Departamento de Nariño, Comercio Internacional, Competitividad Empresarial.

ABSTRACT

This paper analyzes and discusses aspects relating to the internationalization processes and the public and institutional politics developed by our country and its regions, especially Nariño's department and its incursion on the international market and public

politics, as a need to achieve an economic growth according to the world trends. Equally, it is carried out an analysis of how our region might take part of efficient form in the economic growth.

KEY WORDS

Nariño's Department Internationalization Economy, International Trade, Managerial Competitiveness.

En Colombia, como en el mundo, es notable el crecimiento de los flujos de comercio de mercancías y de servicios durante los últimos años, debido a los procesos de internacionalización y de globalización llevados a cabo por las diferentes economías. Las políticas económicas implementadas, como la reducción gradual de los obstáculos que las limitan, han contribuido con una integración económica más dinámica. Sin embargo las razones por las cuales los distintos países y gobiernos han tomado esta decisión de integrarse a la economía mundial se basa en sus políticas públicas, comerciales y sociales, a través de imposiciones o de cálculos económicos coste-beneficio, analizando sus potencialidades que motivan la política comercial en los países en desarrollo y en vías de desarrollo.

Estos procesos han tenido diferentes direccionamientos para su desarrollo: las decisiones unilaterales, las que se dan en el marco de la Organización Mundial del Comercio, y las que resultan de las negociaciones entre grupos de países a través de los tratados de integración económica. Adicionalmente hay que preguntarse: ¿qué razones existen para que Colombia y, especialmente nuestra región, no intervengan en el comercio? Es decir, ¿cuáles son los argumentos a favor o en contra del libre comercio y de la intervención de las empresas de la región en procesos de internacionalización de los mercados? Con la solución a esta pregunta, los argumentos para la intervención en Colombia y en la región pueden ser analizados como una respuesta a las razones que favorecen o restringen el libre comercio y la competitividad de las regiones, especialmente la nuestra, compleja y llena de condicionantes y supuestos que impiden y, en ocasiones, contribuyen con el desarrollo empresarial y comercial del departamento.

Colombia y sus regiones han sido un agente activo en este proceso; han desarrollado estrategias que buscan iniciar y consolidar acciones dirigidas a lograr un mayor posicionamiento de sus sectores empresariales en los mercados, tanto nacionales como internacionales. Esto significa que desde hace varios años el país viene comprometido con una mayor inserción internacional abogando por un comercio más libre, y cuenta con una agenda amplia de negociaciones con otros países. En este sentido nuestro departamento, conformado por todos los agentes vivos del desarrollo económico, ¿qué están haciendo?

Desde finales de la década de los ochenta, y comienzos de los noventa, el país adoptó una apertura unilateral y una serie de reformas estructurales para reducir los costos de las transacciones de comercio exterior, y modernizar el aparato productivo.

En materia de integración, Colombia ha adelantado negociaciones desde la década de los sesenta, primero en el marco de la ALADI y, luego, con la constitución del Pacto Andino (acuerdo de Cartagena), en la actualidad Comunidad Andina de Naciones. En las décadas siguientes se firmaron numerosos acuerdos de alcance parcial, y en tiempos más recientes se han buscado acuerdos más profundos; es el caso del relanzamiento de la Comunidad Andina de Naciones –CAN– con el propósito de alcanzar una Unión

Aduanera, la firma del tratado de libre comercio con México y Venezuela (G3) en 1994, y la decisión de asumir los compromisos para hacer realidad la integración hemisférica –ALCA– que fue lanzada en la Cumbre de las Américas de 1994; posteriormente se iniciaron las negociaciones del Tratado de Libre Comercio, negociación adelantada entre Estados Unidos, Ecuador, Perú y Colombia. El de nuestro país aún no ha sido firmado por los Estados Unidos; sin embargo, en Colombia el Congreso aprobó el texto del acuerdo, mientras que en el Congreso de Estados Unidos aún no ha sido aprobado.

Aunque los procesos de integración, apertura económica y liberalización del comercio son temas de la agenda del país desde hace varios años, el presente año reviste particular importancia porque el país espera ratificar con los Estados Unidos un tratado de libre comercio, y está a la expectativa sobre cómo la crisis económica mundial tocará la economía Colombiana. Los tratados de libre comercio son, sin lugar a dudas, las negociaciones más importantes para el país, y tendrá profundas repercusiones en los años venideros.

Para que los sectores productivos de la región, específicamente las pequeñas y medianas empresas de Nariño, puedan responder a las exigencias del mercado y a los consecuentes condicionamientos, es necesario desarrollar acciones que permitan a las organizaciones públicas, privadas y académicas contribuir con el desarrollo y consolidación nacional e internacional.

La Investigación realizada por el grupo CONTAR, de la Facultad de Formación Avanzada, sobre el **Estado de los procesos de exportación de las mipymes en Nariño**, permitirá hacer una caracterización de la estructura productiva del departamento, analizando un amplio componente de indicadores que permita destacar los aspectos más importantes del comercio internacional de Nariño, especialmente de su sector exportador, y cómo éste ha incursionado en los mercados internacionales respondiendo a las políticas comerciales desarrolladas por el Estado. Además, permitirá realizar una reseña de los instrumentos de la política de desarrollo empresarial que se vienen implementando, bien sea a nivel local o a nivel regional, con el propósito de mejorar la productividad y competitividad del aparato productivo, así como

también para detectar fortalezas y debilidades y establecer parámetros que permitan incrementar de manera sostenible y competitiva la presencia de los productos de la región en los mercados internacionales. Solo así, con la identificación de estos factores y los compromisos integrales e interdisciplinarios, se puede pretender, en el mediano plazo, consolidar un desarrollo endógeno sostenible en la región.

José María Gómez Gras, en su libro *Estrategias para la competitividad de las pymes*, afirma que “la opinión pública cada vez valora más el papel desarrollado por las empresas en el intento de superar los periodos de crisis económica por la que vienen pasando la mayoría de los países”¹. Si nuestros dirigentes desarrollaran una política local con proyección nacional e internacional para estimular la eficiencia del sector empresarial, con planteamientos innovadores que encaren positivamente el desarrollo económico y social de los sectores productivos con potencial de competitividad en el mercado internacional, o que respondiera a los requerimientos de los empresarios de la región con sistemas productivos sustentables y sostenibles, la región tendría una visión empresarial de mejor proyección, con productos y servicios con visión internacional actuando localmente.

Dentro del análisis estratégico realizado por nuestra investigación, haremos una reflexión crítica teniendo en cuenta los indicadores de competitividad identificados a nivel internacional, tales como la fortaleza económica, la internacionalización, la infraestructura, el gobierno e instituciones, la gerencia y la administración, la ciencia y la tecnología, el capital humano, las finanzas y el crédito, y el medio ambiente. Se trata, pues, de indagar sobre las condiciones en las que se pueden encontrar las empresas, dependiendo de sus posibilidades de partida y también de las actuaciones directivas consecuente con los deseos de realización empresarial. Las preguntas que consideramos como fundamentales para el desarrollo de la investigación, y que buscamos contestar de manera razonada, son: ¿Qué quiere ser la empresa?, ¿Qué es la empresa?, ¿Qué puede ser la empresa?, y ¿Qué debe ser la empresa?, precisando de manera clara el desarrollo económico de nuestra región.

En un acercamiento a los resultados de la investigación, podemos mostrar que el comercio exterior y los procesos de exportación de la economía nacional cada vez se hacen más fuertes, y se convierte la internacionalización y las exportaciones en el motor dinamizador de la economía. Y para lograrlo, el país realiza diferentes estrategias que conduzcan a un crecimiento de su economía y de sus regiones.

La investigación adelantada por el grupo CONTAR sobre el tema mencionado, no puede estar de espaldas a este proceso, aún más cuando se posee una frontera con el Ecuador, y el acceso al mar a través del Puerto de Tumaco, entre otras ventajas comparativas que posee nuestra región, identificadas y difundidas ampliamente en muchos documentos.

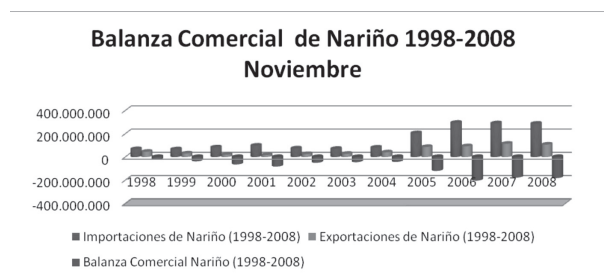
Entre los años 2000 y 2008 el Departamento de Nariño presenta una de las menores participaciones en las exportaciones de la nación, incluyendo bienes tradicionales como café. La principal causa del descenso de las exportaciones se debió a los problemas fitosanitarios y a las restricciones no arancelarias presentadas en el sector pesca, como también a los problemas presentados en el sector palmicultor, principal aportante a las exportaciones regionales.

Sin embargo, entre 2000 y 2008 las exportaciones del Departamento de Nariño presentaron un ascenso significativo, pasando de 20.5 millones de dólares a 107,4 millones de dólares. Las importaciones del Departamento no se han comportado de la misma manera entre 2000 y 2008, pues pasaron de 67,8 millones de dólares a 287,3 millones de dólares, lo cual podemos ver en la balanza comercial del departamento de Nariño, donde el déficit comercial ha pasado de 22 a 179,9 millones de dólares.

¹ José María Gómez Gras, *estrategia para la competitividad de las pymes*, serie McGAW-HILL DE MANAGEMENT, Pagina 7.

Balanza Comercial de Nariño (2000-2008 Nov)									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Importaciones de Nariño (2000-2008)	83.167.205	98.177.975	74.158.625	70.992.469	81.402.804	205.418.974	295.020.433	290.514.346	287.354.582
Exportaciones de Nariño (2000-2008)	20.526.518	17.374.922	25.888.835	27.997.182	40.800.519	87.108.713	93.123.628	114.555.647	107.453.801
Balanza Comercial Nariño (2000-2008)	-62.640.687	-80.803.053	-48.269.790	-42.995.287	-40.602.285	-118.310.261	-201.896.805	-175.958.699	-179.900.782

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, procesados esta investigación.



Los destinos más importantes de los productos nariñenses, durante el periodo 2000 – 2008, fueron: Estados Unidos, con 34%, destacándose productos como el café tostado y el camarón de cultivo; Reino Unido, con el 15%, representado en Aceite de Palma; España, con el 15%, teniendo como principal producto el aceite de palma; Ecuador, con un 9%, con productos de mar, y Perú, con un 4%, siendo el principal producto el aceite de palma, y un portafolio de productos más amplio como el camarón de cultivo, el cuero, la madera y sus manufacturas.

Participación promedio de las exportaciones de Nariño en el periodo 2000-2008 Principales países de destino

ESTADOS UNIDOS	34%
REINO UNIDO	15%
ESPAÑA	15%
ECUADOR	9%
PERU	6%
ALEMANIA	5%
JAPON	4%

Comportamiento de las Exportaciones de la Región por Principales Mercados de Destino.

Europa: los países que conforman la Unión Europea son el principal mercado para la producción nariñense, especialmente Inglaterra que importa gran parte de la producción de aceite de palma del Departamento, a pesar de la importancia en el periodo (2000 – 2008).

C.A.N: los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (Ecuador, Venezuela, Perú, Bolivia y Colombia) son, en su conjunto, el tercer socio comercial de Nariño, siendo la región que, en el periodo en mención, presentó el mayor crecimiento de las exportaciones especialmente en productos como los del sector pesca, frutas frescas, aceite de palma, maquinaria y aparatos eléctricos, productos minerales y químicos.

Centroamérica y el Caribe: este es uno de los mercados emergentes que más potencial tiene para la región, ya que muchos de los productos con potencial de ser exportados pueden encontrar segmentos de mercado acordes a las capacidades de producción a la región.

Grupo de los Tres: acuerdo comercial en decadencia, pero que refleja el esfuerzo de nuestro país por integrar nuestra economía a los mercados internacionales; este acuerdo comercial está compuesto por México, Venezuela y Colombia y, entre los años 2000 – 2008, representó el 5% de las exportaciones totales del Departamento; en 1998 no existían exportaciones a este mercado, pero a partir de 1999 comienza un proceso exportador que a 2008 muestra exportaciones por 2,2 millones de dólares, desatancándose productos como aceite de palma, con el 74%, hortalizas y tubérculos, leche y queso, madera y sus manufacturas, y productos cerámicos.

“El nuevo modelo de desarrollo consisten en enfocar al país a un mercado internacional y concretamente hacia la exportación; se trata de detectar qué cosas puede ofrecer el país con una calidad y eficiencia de categoría mundial, y aplicar ahí el esfuerzo máximo, dejando que los demás países produzcan aquellos bienes para los que están mejor dotados”ⁱⁱ

En este orden de ideas, en nuestra región es importante, tanto para el sector privado como para el sector público, entender que la base de la competitividad se encuentra en las empresas, y que la política pública local debería conocer las necesidades del sector empresarial y responder con acciones estratégicas que conduzcan a su éxito; los grupos empresariales y gremios de la región deben desarrollar centros de innovación y desarrollo tecnológico para lograr un rápido aprendizaje de nuevos procesos productivos y comerciales, a través de becas, pasantías empresariales, franquicias y estudios de mercado. La educación y la capacitación en estrategias comerciales es una disciplina indispensable, puesto que invertir en formación es tan importante como ampliar la planta de producción; además, un talento humano especializado es importante puesto que los términos de competencia global están siendo determinados cada vez más por el conocimiento y la destreza de la población.

Los negocios están enfrentando una paradoja, pues hoy tienen oportunidades nunca vistas para aprovechar los nuevos mercados, pero estos cambian de manera sustancial, reduciéndose o haciéndose altamente competitivos. La apertura de los mercados mundiales ha obligado a una reestructuración o reconversión en cada sector de los negocios, orien-

tado a garantizar estrategias como justo a tiempo, bajo margen de ganancia por unidad, calidad en los productos y servicios, diversificación de productos, descuentos, comodidad e innovación.

Departamentos como Nariño no han enfrentado con criterio y equilibrio estas exigencias del mundo globalizado, y de una Colombia que está en este proceso, y ha trazado políticas y estrategias para que sus sectores productivos y sus organizaciones empresariales adelanten acciones que les garantice una participación más competitiva en el campo de los negocios y, específicamente, en las exportaciones, sin olvidarnos que la responsabilidad del Estado es fundamental para el logro de cualquier estrategia.

Los empresarios de Nariño, inmersos en la necesidad de potenciar productos, bienes y servicios en los mercados internacionales, han continuado con sistemas tradicionales de producción, transformación y negociación, lo que ha ocasionado que durante tres décadas su baja participación porcentual en operaciones comerciales, como las exportaciones, no sobrepasen del 0.2% del total nacional.

Nariño no puede ser ajeno a las exigencias de los mercados y de los consumidores, a las políticas y estrategias que, para la competitividad de la producción y de las negociaciones, ha venido protocolizando, identificando y diseñando el gobierno Nacional, desde la promulgación del Decreto Ley 444 de 1967, de la ley 590 de 2000, 905 de 2004 o ley mipyme, de la ley 1014 de 2006 o ley de emprendimiento, y hasta de la ley 7ª de 1991. No podemos olvidar tampoco el Proyecto Monitor de Competitividad Colombiana, programas como ExpoMipymes, Plan Estratégico Exportador 1999 – 2009 (Cultura Exportadora), y Jóvenes Emprendedores Exportadores, entre otros, y por supuesto la concreción de tratados y convenios con países y bloques de Integración.

ⁱⁱ (José Carlos Jaramillo J. M., 1999)

BIBLIOGRAFÍA

- GÓMEZ GRAS, José María. Estrategia para la competitividad de las pymes. SERIE MC-GRAW – HILL DE MANGMENT. (José Carlos Jaramillo J. M., 1999)
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colombia compite. 2003.