

*No puede haber
democracia sin economía de
mercado, ni economía de
mercado sin democracia; sin
ellas, a su vez, el progreso es
imposible.*

*Esta es, tal vez, la más
importante conclusión de las
experiencias de gobierno
vividas por el hombre en el
Siglo xx.*

APERTURA INTERNACIONAL*

(Encuesta a ejecutivos y empresarios
en la ciudad de Cali)

DIEGO VASCO SOLARTE

Director del Departamento de Investigación de Mercados
del ICESI. Administrador de Empresas del ICESI. Profesor de
Mercadeo en el ICESI.

INTRODUCCION

La siguiente investigación tiene sus orígenes en el foro titulado Reestructuración Industrial y Apertura hacia los Mercados Internacionales, realizado por INCOLDA en conmemoración de sus treinta años de fundación, en el cual fueron expuestas las experiencias de países como México y Chile al llevar a cabo una Apertura Internacional, quedando así latente la inquietud sobre lo que pensaban los industriales caleños acerca de este tema, debido a que el gobierno colombiano estudiaba la posibilidad de tomar medidas similares.

METODOLOGIA

Se efectuaron cuarenta entrevistas en profundidad a directivos de grandes y medianas empresas ubicadas en Cali, Palmira y Yumbo. Las entrevistas se

realizaron siguiendo un formato de preguntas con base en unos objetivos reestablecidos.

MANEJO DE BASES

1. Respuesta directa a las preguntas.

Se manejan tres bases a saber:

- Preguntas a nivel general **BASE 40**
 - Preguntas específicas a exportadores **BASE 25**
 - Preguntas específicas a importadores **BASE 30**
2. Razones por las cuales se dieron las respuestas directas: Esta base se mueve dependiendo del número de razones expuestas por cada pregunta directa, por lo tanto el porcentaje refleja el orden en que han coincidido las razones expuestas por parte de los empresarios.

* Encuesta realizada en 1985-1990.



RESULTADOS DE LA INVESTIGACION SOBRE APERTURA INTERNACIONAL

EXPERIENCIA EN EXPORTACIONES

1. Empresas que en la actualidad exportan 62.50%
BASE 40

1.1. Experiencia de los exportadores a nivel nacional:

1.1.1. No se han presentado inconvenientes a nivel nacional para exportar 44.00%
BASE 25

1.1.2. Se han presentado inconvenientes a nivel nacional para exportar 56.00%
BASE 25

Inconvenientes presentados:

- Costos en fletes demasiado altos 27.03%

- Poca frecuencia de transporte 24.33%

- Mal servicio en puertos 10.81%

- Altos costos de materia prima 10.81%

- No existe una política de fomento a largo plazo 10.81%

- Escasez de materia prima 10.81%

- Altos costos de servicios públicos 2.70%

- Leyes laborales rígidas 2.70%
BASE 37

1.2. Experiencia de los exportadores a nivel internacional:

1.2.1. No se han presentado inconvenientes a nivel internacional para exportar 68.00%
BASE 25

1.2.2. Se han presentado inconvenientes a nivel internacional para exportar 32.00%
BASE 35

Inconvenientes presentados:

- Fuerte competencia 22.19%

- Crisis económica en

Centro América 16.67%

- Decretos gubernamentales que demoran los pagos 11.11%

- Problemas cambiarios 11.11%

- Altos costos financieros 5.56%

- Existe dumping 5.56%

- Existen barreras anti-dumping que dificultan la competencia 5.56%

- Controles antidrogas, que deterioran el producto 5.56%

- Exigencias de alta calidad 5.56%

- Falta de credibilidad en el empresario colombiano 5.56%

- Financiación para los clientes de altos volúmenes 5.56%
BASE 18

1.3. Cómo califican la experiencia como exportador:

- La experiencia ha sido buena 80.00%

- La experiencia ha sido regular 20.00%
BASE 25

2. Empresas que en la actualidad no exportan 37.50%
BASE 40

Motivos por los cuales no exportan:

- Creadas con infraestructura para demanda nacional 41.17%

- Comercializan productos importados 29.41%

- Tienen proyectos para exportar 17.64%

- Servicio no exportable 5.88%

- No ha existido una política de exportación en la empresa 5.88%
BASE 17

EXPERIENCIA EN IMPORTACIONES

1. Empresas que en la actualidad importan 75.00%
BASE 40

1.1. Experiencia de los importadores a nivel nacional:

1.1.1. No se han presentado inconvenientes a nivel nacional para importar 56.67%
BASE 30

1.1.2. Se han presentado inconvenientes a nivel nacional para importar. 43.33%
BASE 30

Inconvenientes presentados:

- Trámites muy lentos para la aprobación 26.31%

- Demoras en el transporte 15.79%

- Mal servicio en puertos 13.16%

- Alto costo en fletes 13.16%

- Políticas inestables 5.26%

- Contrabando 5.26%

- Inmoralidad en aduanas 5.26%

- Altos aranceles 5.26%

- Los listados de Incomex incluyen productos de baja calidad y/o no alcanzan a cubrir la demanda nacional 5.26%

- La prórroga para importaciones se da a partir de la fecha de vencimiento de la licencia y no de la fecha en la cual se expide 2.63%

- Problemas de convenio con otros países 2.63%
BASE 38

1.2. Experiencia de los importadores a nivel internacional:

1.2.1. No se han presentado inconvenientes a nivel internacional para las importaciones 73.33%
BASE 30

1.2.2. Se han presentado inconvenientes a nivel internacional para las importaciones 16.66%
BASE 30

Inconvenientes presentados:

- Escasez de materia prima 80.00%

- Problemas cambiarios 20.00%
BASE 5

1.1.1. No se han presentado inconvenientes a nivel nacional para importar 56.67%
BASE 30

1.1.2. Se han presentado inconvenientes a nivel nacional para importar. 43.33%
BASE 30

Inconvenientes presentados:

- Trámites muy lentos para la aprobación 26.31%

- Demoras en el transporte 15.79%

- Mal servicio en puertos 13.16%

- Alto costo en fletes 13.16%

- Políticas inestables 5.26%

- Contrabando 5.26%

- Inmoralidad en aduanas 5.26%

- Altos aranceles 5.26%

- Los listados de Incomex incluyen productos de baja calidad y/o no alcanzan a cubrir la demanda nacional 5.26%

- La prórroga para importaciones se da a partir de la fecha de vencimiento de la licencia y no de la fecha en la cual se expide 2.63%

- Problemas de convenio con otros países 2.63%
BASE 38

1.2. Experiencia de los importadores a nivel internacional:

1.2.1. No se han presentado inconvenientes a nivel internacional para las importaciones 73.33%
BASE 30

1.2.2. Se han presentado inconvenientes a nivel internacional para las importaciones 16.66%
BASE 30

Inconvenientes presentados:

- Escasez de materia prima 80.00%

- Problemas cambiarios 20.00%
BASE 5

1.2.3. NS/NC 10.00%
BASE 30

1.3. Cómo califican la experiencia como importador:

- La experiencia ha sido buena 70.00%

- La experiencia ha sido regular 13.33%

- La experiencia ha sido mala 13.33%

- No contestó 3.33%
BASE 30

2. Empresas que en la actualidad no importan 25.00%
BASE 40

Motivos por los cuales no importan:

- Productos y materias primas de consecución nacional 100.00%
BASE 10

OPINION ACERCA DE LA TRAMITOMANIA PARA LA IMPORTACION DE BIENES DE CAPITAL Y CONSUMO

1. Demasiado larga 83.33%

2. Ha mejorado 10.00%

3. NS/NC 6.67%
BASE 30

OPINION ACERCA DE LA EFICIENCIA DEL SECTOR PUBLICO, PUERTOS Y ADUANAS

- No son eficientes en la actualidad y traerían problemas al realizar la apertura ya que habrá un mayor movimiento de importaciones y exportaciones 100.00%
BASE 40

GRADO DE COMPETITIVIDAD EN CALIDAD Y PRECIO A NIVEL INTERNACIONAL

1. COMPETITIVOS EN:

Precio 65.00%

Calidad 85.00%

2. NO COMPETITIVOS EN:

Precio 23.50%

Calidad	2.50%	- El consumidor tenderá a comprar lo importado	12.5 %
	BASE 40		BASE 8
<i>Motivos por los cuales no son competitivos en calidad y precio:</i>			25.00%
- Fletes muy altos		3. INDIFERENTE	
- La competencia internacional tiene mayores incentivos		<i>Razones por las cuales es indiferente:</i>	
- Competencia de producción en serie		- Se es competitivo a nivel internacional y se tiene un mercado constituido	100.00%
- Altos costos de materia prima nacional e importada			BASE 10

3. NS/NC 12.50%
BASE 40

EFFECTO POSITIVO O NEGATIVO QUE TRAERIA UNA APERTURA INTERNACIONAL DE COLOMBIA A SU EMPRESA

1. EFECTO POSITIVO: 57.50%
BASE 40

Razones por las cuales sería positivo:

- Se facilitarían los trámites para importaciones de materia prima y maquinaria	36.17%
- Mejoraría la eficiencia en el sector productivo	21.28%
- Reducción de precios de materia prima	14.89%
- Se elimina el contrabando	10.64%
- Se fomenta la exportación	8.51%
- Aumentaría la producción	6.38%
- Se especializarían las empresas	2.13%
	BASE 47

2. EFECTO NEGATIVO: 17.5%
BASE 40

Razones por las cuales sería negativo:

- No se es competitivo en costos	50.00%
- La base de su negocio son productos importados	12.50%
- La empresa se encuentra protegida	12.5 %
- Se ampliará la competencia	12.5 %

¿SE GENERARA MAS EMPLEO CON UNA APERTURA INTERNACIONAL?

Sí se generará más empleo 62.50%

Motivos:

Las empresas trabajarían con su capacidad total y se crearían a su vez más empresas.

No se generará más empleo 27.50%

Motivos:

Se quedaría con mucha industria nacional. Se requiere de producciones a escala y esto no genera empleo.

No sabe 10.00%

Motivos:

Se debe concientizar al empresario a exportar para aumentar su producción. Depende del crecimiento del sector empresarial. Deben crearse fomentos para la inversión extranjera y capitales fugados.

¿SE CREARAN NUEVAS EMPRESAS CON UNA APERTURA INTERNACIONAL?

1. Sí se crearán nuevas empresas 52.5 %

Razones por las cuales se crearán nuevas empresas:

- Se debe incentivar al empresario a hacer inversiones a largo plazo	34.21%
--	--------

- Facilitará la salida del empresario colombiano a mercados internacionales	15.79%
- Será necesario tener una mayor producción	13.16%
- Se crearán empresas como complemento de las que exportan	13.16%
- Se crearán nuevas empresas para sustituir las antiguas	10.53%
	BASE 38

2. No se crearán nuevas empresas 32.5 %
BASE 40

Razones por las cuales no se crearán nuevas empresas:

- Se acabará con mucha industria nacional	57.14%
- Mejorarán las actuales	28.58%
- La situación de inseguridad desestimula la inversión extranjera	14.28%
	BASE 14

¿MEJORARA LA CALIDAD DEL PRODUCTO COLOMBIANO?

1. Sí mejora su calidad 90.00%
BASE 40

Razones por las cuales mejorará su calidad:

- Para competir hay que mejorar la calidad del producto	51.85%
- Mayor tecnología	25.92%
- Se utilizará materia prima de mejor calidad	22.22%
	BASE 54

2. No mejorará su calidad 2.50%
BASE 40

Motivo:
No depende de la apertura sino de la política de la empresa.

3. NS/NC 7.50%
BASE 40

¿DEBE EL ESTADO VENDER LAS EMPRESAS QUE TIENE EN EL MOMENTO?

1. Sí debe venderlas 90.00%
BASE 40

Razones por las cuales debe venderlas:

- Durante años el Estado ha demostrado ser un mal administrador	76.60%
- Debe fomentar pequeñas empresas	12.76%
- Debe crear empresas y luego venderlas	8.51%
- Sólo debe conservar las de gran envergadura	2.13%
	BASE 47

2. No debe venderlas 10.00%
BASE 40

Razones por las cuales no debe venderlas:

- Ha tenido algunas dificultades pero no por esto debe venderlas	50.00%
- Debe tener menor participación para que no afecte la toma de decisiones	50.00%
	BASE 4

¿SE DEBE CONTINUAR CON EL PROTECCIONISMO A LA INDUSTRIA?

1. No se debe seguir con el proteccionismo 92.50%
BASE 40

Razones por las cuales no se debe seguir con el proteccionismo:

- No estimula a la empresa a volverse competitiva	38.09%
- Sólo debe seguir para aquellos que la necesiten pero por un tiempo determinado	28.57%
- Crea monopolio e ineficiencia	23.80%
- Incentiva el contrabando	4.76%
- Se generan más empresas	4.76%
	BASE 42

2. Si debe continuar el proteccionismo 7.50%
BASE 40

Razones por las cuales debe seguir el proteccionismo:

- Hay empresas que generan empleo y beneficio a la comunidad que nunca podrán ser competitivas a nivel internacional. 100.00%
BASE 3

RECOMENDACIONES SOBRE APERTURA INTERNACIONAL

- Debe arrancar desde ya en forma racional, medida, controlada y gradual 24.34%
- Debe haber una reestructuración interna en puertos, aduanas y vías de comunicación 14.47%
- Se debe empezar por los sectores que estén preparados 11.18%
- Hacer competitivas a nivel internacional las tarifas portuarias 7.89%

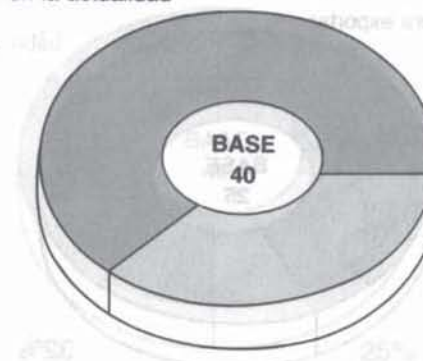
- Escuchar al empresario y sus necesidades 6.58%
- Deben darse estímulos para la compra de tecnología 3.95%
- Deben existir políticas antidumping 3.29%
- Políticas claras y constantes que permitan tomar decisiones a largo plazo 3.29%
- En la actualidad el Plan Vallejo es buena herramienta para las exportaciones y más sano que una apertura 3.29%
- Abolir la corrupción en aduanas 2.63%
- Hacer campañas de imagen del país a través de las Embajadas y Proexpo 2.63%
- Mantener informado al empresario sobre nuevas políticas 2.63%
- Incentivar la creación de empresas para exportar 1.97%
- Flexibilidad en la contratación laboral 1.97%
- Mejorar la frecuencia en buques 1.32%

GRAFICO 1

EXPERIENCIAS EN EXPORTACION

Marzo de 1990

62.5% Exportan en la actualidad



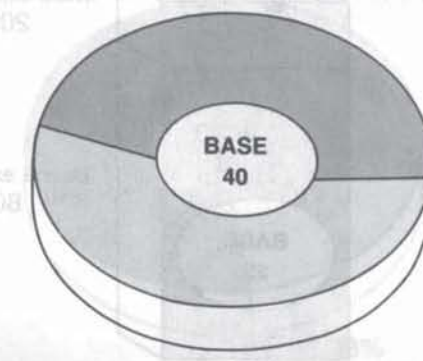
37.5% No exportan en la actualidad

GRAFICO 2

EXPERIENCIA DE LOS EXPORTADORES A NIVEL NACIONAL

Marzo de 1990

44% Sin inconvenientes para exportar



56% Se han presentado inconvenientes

GRAFICO 3
**EXPERIENCIA DE LOS EXPORTADORES
 A NIVEL INTERNACIONAL**

Marzo de 1990

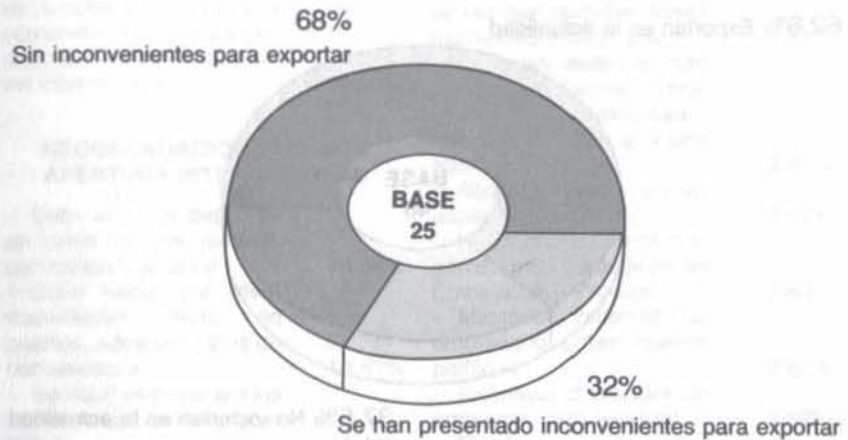


GRAFICO 4
**EXPERIENCIA COMO EXPORTADORES
 A NIVEL GENERAL**

Marzo 1990

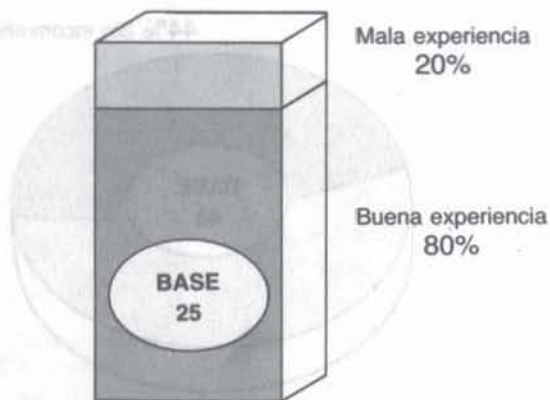


GRAFICO 5
EXPERIENCIA EN IMPORTACIONES

Marzo de 1990

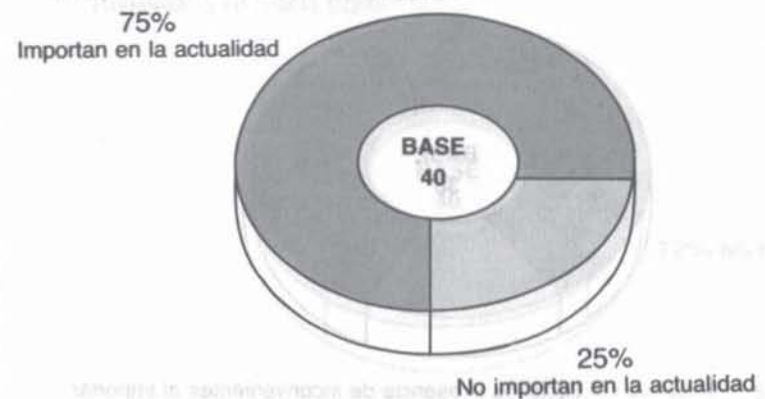


GRAFICO 6
**EXPERIENCIA DE LOS IMPORTADORES
 A NIVEL NACIONAL**

Marzo de 1990

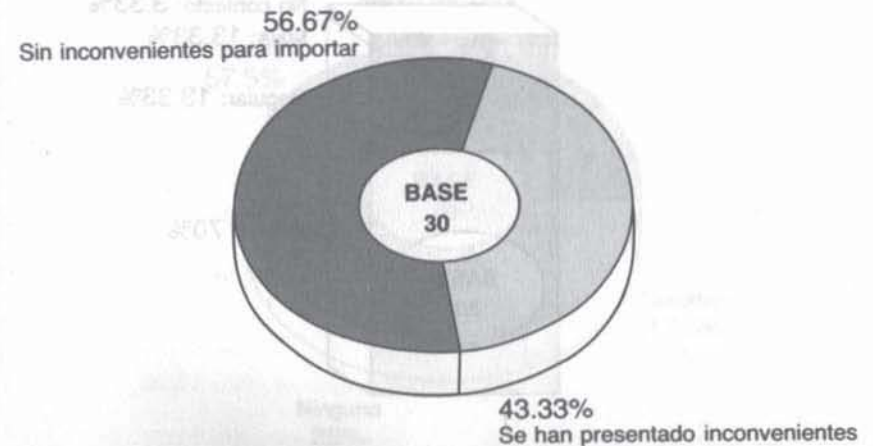


GRAFICO 7
**EXPERIENCIA DE LOS IMPORTADORES
 A NIVEL INTERNACIONAL**

Marzo de 1990



GRAFICO 9
**GRADO DE COMPETITIVIDAD EN PRECIO
 A NIVEL INTERNACIONAL**

Marzo de 1990

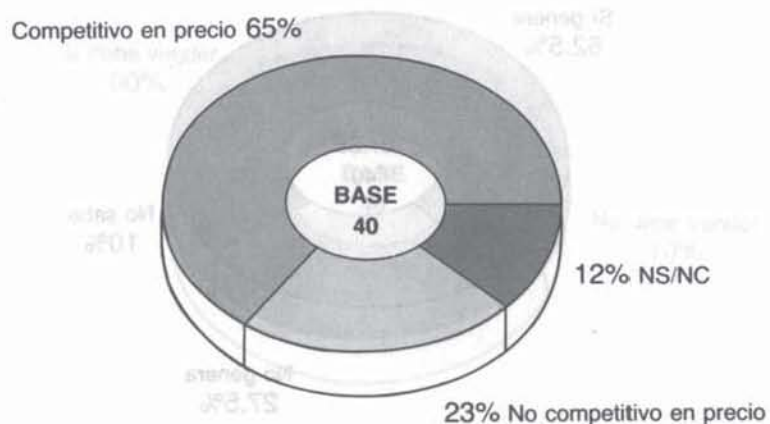


GRAFICO 8
EXPERIENCIA COMO IMPORTADORES

Marzo de 1990

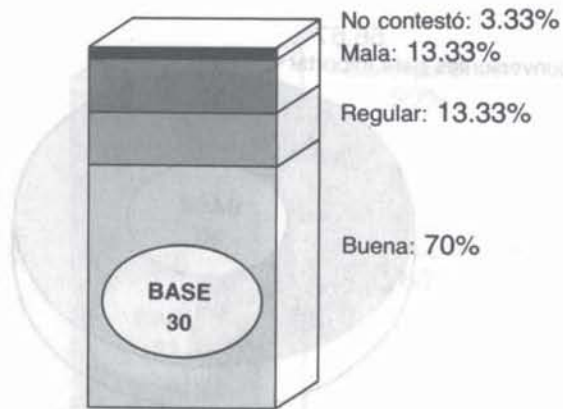


GRAFICO 10
**EFFECTO QUE CAUSARIA UNA APERTURA
 INTERNACIONAL A SU EMPRESA**

Marzo de 1990

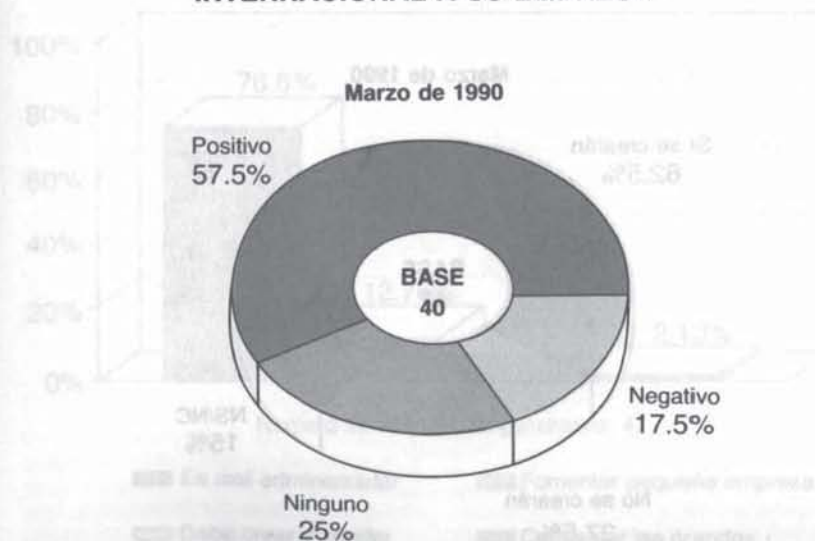


GRAFICO 11

**GENERACION DE MAS EMPLEO
CON APERTURA INTERNACIONAL**

Marzo de 1990

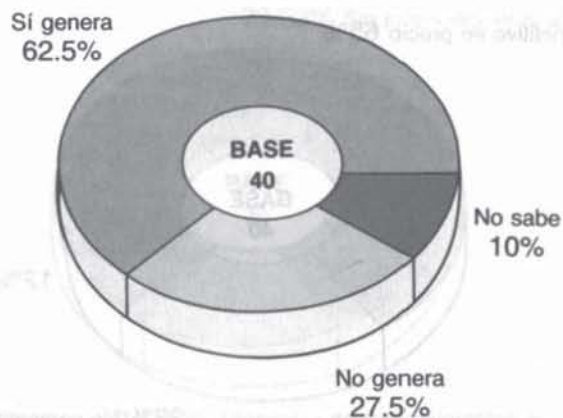


GRAFICO 12

**SE CREARAN NUEVAS EMPRESAS
CON APERTURA INTERNACIONAL**

Marzo de 1990

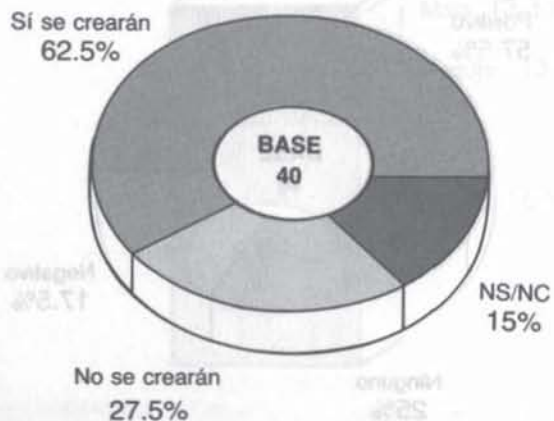


GRAFICO 13

**¿DEBERA EL ESTADO VENDER
LAS EMPRESAS QUE TIENE EN EL MOMENTO?**

Marzo de 1990

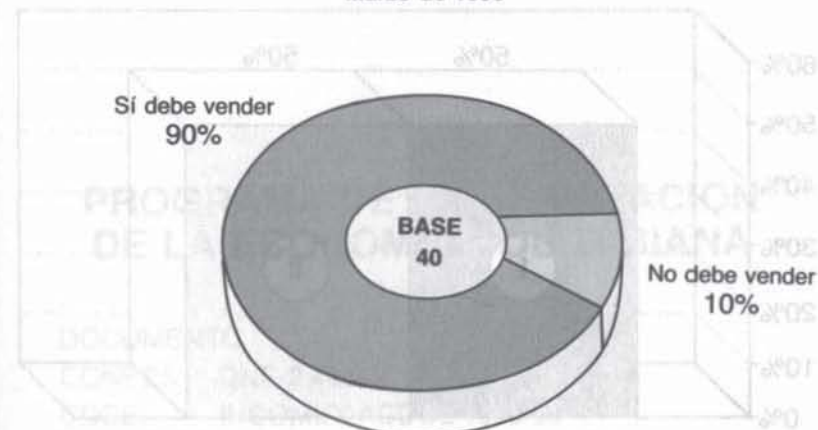
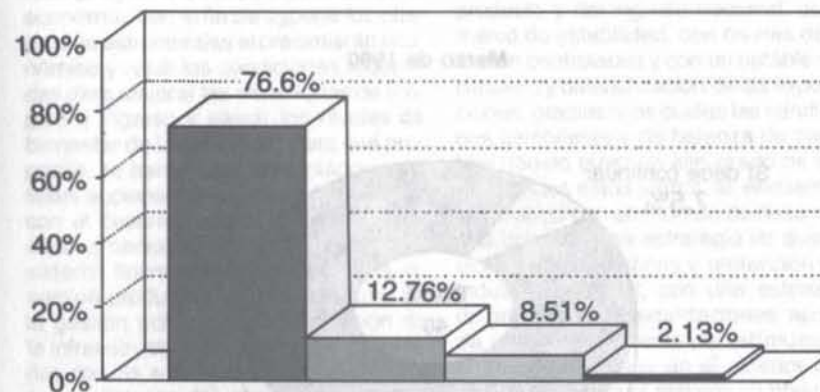


GRAFICO 13A

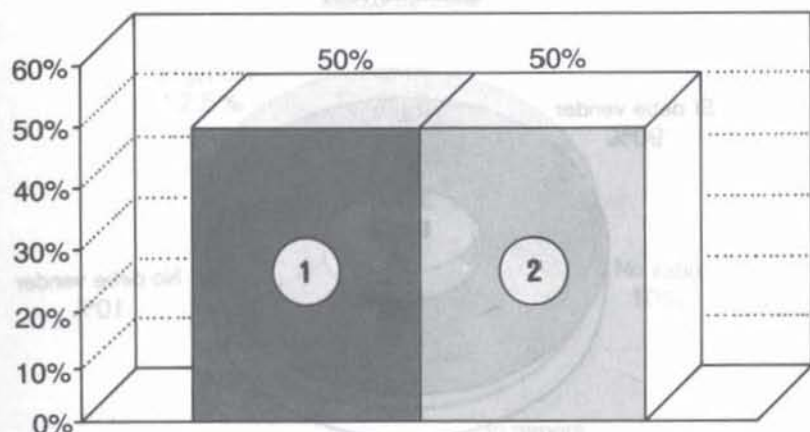
**RAZONES POR LAS CUALES EL ESTADO
DEBE VENDER LAS EMPRESAS**



- Es mal administrador
- Fomentar pequeña empresa
- Debe crear y vender
- Conservar las grandes

GRAFICO 13B

RAZONES POR LAS CUALES EL ESTADO NO DEBE VENDER LAS EMPRESAS

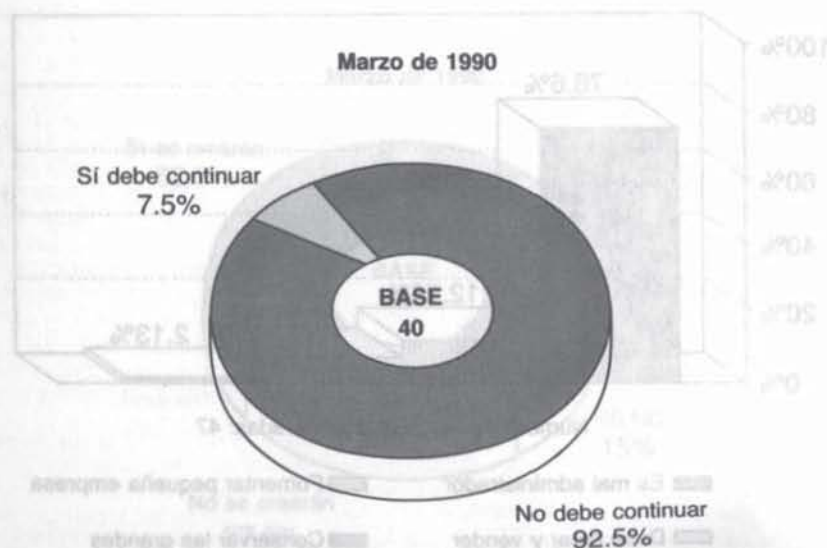


Número de respuestas generadas: 4

1. Ha tenido algunas dificultades pero no por esto debe venderlas.
2. Debe tener menor participación para no afectar la toma de decisiones.

GRAFICO 14

¿SE DEBE CONTINUAR CON EL PROTECCIONISMO A LA INDUSTRIA?



PROGRAMA DE MODERNIZACION DE LA ECONOMIA COLOMBIANA

DOCUMENTO

CONPES: DNP-2.465-J

CDCE: INCOMEX/ACDCE 1003/90

PRESENTACION

Desde comienzos de la presente administración, el Gobierno Nacional planteó en el Plan de Economía Social un vigoroso programa de modernización de la economía, con el fin de superar los obstáculos estructurales al crecimiento económico y crear las condiciones requeridas para mejorar las situaciones de empleo e ingreso y elevar los niveles de bienestar de la población. Para ese propósito, se han venido adelantando múltiples acciones de política relacionadas con el desarrollo de la capacidad productiva nacional, el fortalecimiento del sistema financiero, el estímulo a la inversión productiva, el mejoramiento de la gestión pública, la readecuación de la infraestructura de servicios relacionadas con las actividades productivas y la racionalización del comercio exterior.

Los resultados hasta ahora obtenidos establecen las condiciones necesarias para consolidar los logros y continuar profundizando el proceso de modernización de la economía colombiana.

I.

ANTECEDENTES

Durante las últimas décadas, la economía colombiana ha logrado importantes avances en términos de crecimiento del producto y del ingreso nacional, en un marco de estabilidad, con niveles de inflación controlados y con un notable crecimiento y diversificación de las exportaciones, gracias a las cuales las condiciones cambiarias y de balanza de pagos han podido tener un alto grado de solidez. Todos estos logros se encuentran vinculados con un modelo de desarrollo que combina una estrategia de sustitución de importaciones y protección a la industria nacional, con una estrategia de promoción de exportaciones, apoyada en el otorgamiento de estímulos directos a las ventas en el exterior y en menor grado en el manejo cambiario.

A pesar de sus éxitos, las limitaciones de ese modelo de crecimiento han empezado a ser evidentes desde hace ya varios años. En particular, la permanencia de mecanismos de protección a ul-