



CEIPA

Powered by **Arizona State University**

AGOSTO DE 2023.

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.

PRESENTADO POR:
Observatorio de Internacionalización
Empresarial y Regional.
Correo: oier@ceipa.edu.co.

Contenido

Presentación	pág. 2
Análisis de comercio internacional	pág. 3
Internacionalización empresarial	pág. 9
Internacionalización regional	pág. 11
Entorno financiero internacional	pág. 12
Perspectivas globales	pág. 13

Presentación

El observatorio de Internacionalización empresarial y regional (OIER) se presenta como una alternativa innovadora para fortalecer los vínculos de la universidad, el Estado, la empresa; además, de convertirse en un espacio de información, formación, intercambio y colaboración sobre negocios internacionales en Antioquia y el mundo. Aportando a la consolidación del ecosistema y a la estrategia de internacionalización de la región.

Asimismo, sirve como guía para la presentación de datos, contactos, casos y herramientas que resultan útiles para el tejido empresarial y el fortalecimiento de sus capacidades empresariales.

Este boletín se encuentra dividido en cinco secciones, todas en clave del análisis de la internacionalización. La primera parte está dedicada al análisis del comercio internacional de Colombia con el mundo, durante el primer trimestre del año 2023, para determinar el impacto de este en la apertura del país. Se complementa este análisis con la revisión de concentración en productos y destinos, para revisar el comportamiento del comercio internacional en este periodo.

La segunda y tercera parte abordan análisis de casos de internacionalización, uno empresarial y uno territorial. En estos análisis se estudia no solo el caso en sí mismo, sino que se profundiza, además en la estrategia de internacionalización y en el modo de entrada seleccionados por la empresa tras su análisis de mercados internacionales. Del mismo modo, para el caso territorial, se analiza si el caso corresponde a una estrategia de relacionamiento o un instrumento de posicionamiento, o a ambos.

En la cuarta parte se aborda un análisis del entorno financiero internacional. En esta ocasión se revisó el comportamiento del precio de la gasolina en Colombia. Por último, la quinta parte contiene el análisis de perspectivas globales, en la que se aborda la influencia de la geopolítica mundial en los negocios.

Análisis de comercio internacional

Existe una gran cantidad de indicadores que permiten analizar el comportamiento del comercio internacional de los países, ya sea para medir la posición comercial de un país, las ventajas comparativas, e incluso para analizar la diversificación o concentración en productos y destinos. Todas estas herramientas están pensadas para tener un mejor entendimiento de los flujos comerciales entre los países y para facilitar la toma de decisiones empresariales.

Los indicadores que se desarrollan en esta sección son de fácil interpretación y de practicidad metodológica, con la finalidad de suministrar una herramienta de fácil acceso a los estudiantes, a los profesores y a los empresarios.

3

Indicadores de posicionamiento comercial

Dentro del conjunto de indicadores ampliamente utilizados para evaluar el posicionamiento comercial, se destacan las variables de exportaciones e importaciones de un país específico. Estas cifras representan de manera nominal la magnitud de las transacciones comerciales totales de dicho país en relación con las distintas naciones de destino y origen de los bienes intercambiados en el mercado global. Con base en el análisis de estas dos variables fundamentales, se pueden derivar una serie de indicadores que permiten discernir y determinar la dinámica y la posición del comercio en términos generales.

Índices de apertura comercial

El índice de apertura comercial de Durán y Álvarez (2011), representa una estimación rigurosa del grado de implicación del comercio internacional en el contexto de una nación específica. Este indicador se deriva mediante el cálculo del promedio ponderado de las diferencias entre las exportaciones e importaciones totales, en relación con el Producto Interno Bruto (PIB) de dicho país. Su función principal es proporcionar una medida precisa de la apertura económica, basada en la influencia que ejerce el sector comercial externo sobre la actividad económica interna.

Asimismo, el índice de apertura comercial constituye una herramienta relevante para evaluar el impacto de las políticas comerciales adoptadas, ya sean de apertura o de proteccionismo. Su capacidad para discernir el efecto de estas políticas lo convierte en un recurso esencial para analizar y comprender los cambios en el comercio exterior y su repercusión en la economía nacional, facilitando la toma de decisiones informadas en el ámbito comercial y político.

Del análisis de este índice se desprenden otros dos: el índice de apertura medida por importaciones y el índice de apertura medida por exportaciones.

A continuación, las fórmulas de cálculo:

Figura 1.*Ecuaciones de cálculo para los índices de apertura comercial*

$$|IA_p| = \left| \frac{(X_t - M_t)/2}{PIB_t} \right|$$

Índice de apertura comercial

$$IM_t = \frac{M_t}{PIB_t}$$

Índice de apertura medida por importaciones

$$IX_t = \frac{X_t}{PIB_t}$$

Índice de apertura medida por exportaciones.

Nota: Elaboración propia

Índices de concentración

Junto con lo anterior, se deben tener en cuenta otros índices igualmente relevantes, como el índice de concentración en productos, tanto en el contexto de exportaciones como de importaciones. Este indicador proporciona una perspectiva clara sobre la distribución y prevalencia de ciertos productos en el comercio internacional, permitiendo comprender mejor la especialización económica del país y su competitividad en diferentes mercados.

Otro índice de suma importancia es el índice de concentración por destinos, aplicable tanto para exportaciones como importaciones. Esta métrica ayuda a identificar los principales socios comerciales del país y a evaluar la diversificación o dependencia de los mercados exteriores, aspectos cruciales para el análisis de riesgos y oportunidades en el ámbito del comercio internacional.

A continuación, las fórmulas de cálculo:

Figura 2.*Ecuaciones de cálculo para los índices de concentración*

$$ICM_i = \sum_{t=1}^n \left(\frac{M_i}{M_T} \right)$$

Índice de concentración de las importaciones

$$ICX_i = \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{X_T} \right)$$

Índice de concentración de las exportaciones

$$ICD_m = \sum_{t=1}^n \left(\frac{M_i}{M_T} \right)$$

Índice de concentración de destino de las importaciones

$$ICD_x = \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{X_T} \right)$$

Índice de concentración de destino de las exportaciones

Nota: Elaboración propia

Análisis de los indicadores

Para el primer trimestre del año 2023, el comportamiento del comercio internacional colombiano se desarrolló de la siguiente manera:

Tabla 1.*Cifras de comercio internacional de Colombia para el primer trimestre de 2023*

Variable	Trimestre 1
Exportaciones totales (FOB)	\$ 54.002
Importaciones totales (FOB)	\$ 73.755
Balanza comercial	-\$ 19.753

Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex. Cifras en miles de millones de pesos colombianos

El PIB para el primer trimestre del año fue el siguiente:

Tabla 2.
PIB de Colombia para el primer trimestre de 2023

Variable	Trimestre 1
PIB (Constantes 2015)	\$ 237.272

Nota: Elaboración propia con datos de DANE. Cifras en miles de millones de pesos colombianos

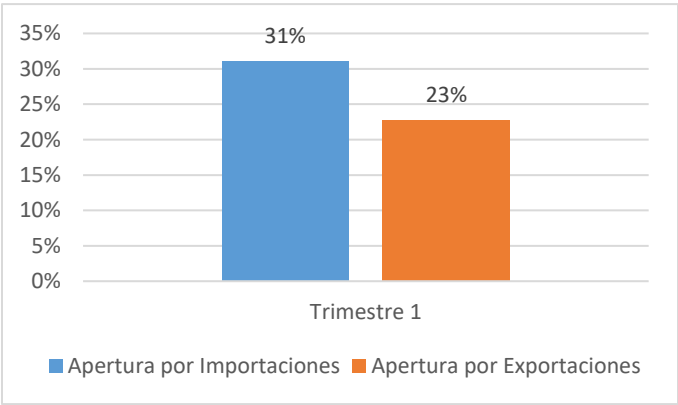
Tomando en cuenta estos datos, los indicadores de apertura se comercial tuvieron el siguiente comportamiento:

El índice de apertura comercial fue de 4,16%, lo que sugiere que el país tiene una proporción relativamente baja de su PIB vinculada al comercio internacional. Esto indica que la economía se encuentra en una etapa en la que su dependencia del comercio internacional es moderada. Por otro lado, el valor del indicador que el comercio exterior representa una parte significativa pero no dominante del PIB del país.

No obstante, este indicador puede ser interpretado como un indicio del potencial de crecimiento del país en el ámbito del comercio internacional. Por lo tanto, si el país busca expandir su economía mediante el comercio, podría considerar estrategias para aumentar su participación en el mercado global.

En cuanto a los índices de apertura medida por importaciones y exportaciones, se presentan los siguientes valores:

Figura 3.
Índice de apertura por importaciones y por exportaciones para Colombia en el primer trimestre de 2023



Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex y DANE

El índice de apertura por importaciones del 31% señala que el país es altamente dependiente de bienes y servicios extranjeros para satisfacer sus necesidades internas y fomentar su producción y desarrollo. Esto implica una necesidad de acceso a recursos y productos que no se producen localmente o de mejor calidad y a precios competitivos.

Por otro lado, el índice de apertura por exportaciones del 23% indica que una parte significativa del Producto Interno Bruto (PIB) del país proviene de las ventas de bienes y servicios en el mercado internacional. Esto sugiere que la economía está enfocada en una estrategia de exportación, buscando aprovechar las ventajas comparativas y la competitividad en los mercados extranjeros.

La diferencia en ambos índices, siendo mayor el de importaciones que el de exportaciones, también es una muestra del estado de la balanza comercial del país, que para este primer trimestre fue deficitaria.

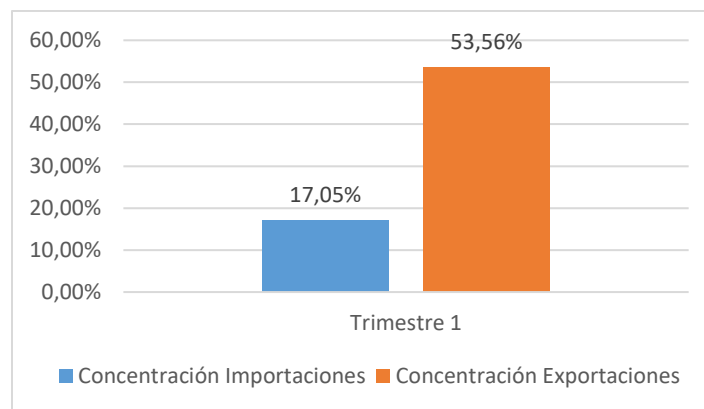
En cuanto a los índices de concentración en productos, tanto por importaciones como por exportaciones se obtuvieron los siguientes resultados:

En relación con el índice de concentración por productos en importaciones obtuvo un resultado de 17,05%. Esto indica que el país se encuentra menos concentrado en un conjunto limitado de productos para satisfacer sus necesidades internas, por lo cual existe una mayor diversificación de las importaciones. Esto es beneficioso para la economía colombiana en términos de reducción del riesgo asociado con la dependencia de un solo proveedor o grupo de proveedores para determinados productos.

6

Figura 4.

Índice de concentración por productos por importaciones y por exportaciones para Colombia en el primer trimestre de 2023



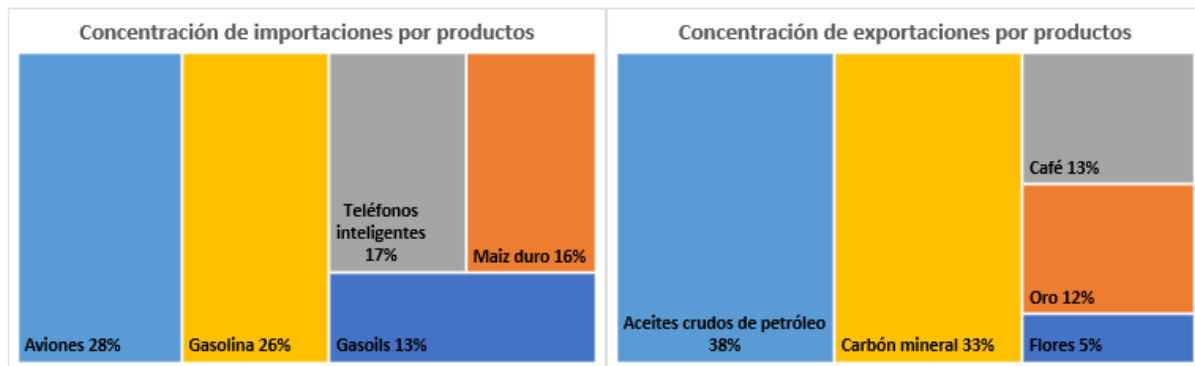
Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex y DANE

Por otro lado, en cuanto al índice de concentración por productos en exportaciones se obtuvo un resultado de 53,56%, esto indica el país está altamente concentrado en un conjunto relativamente reducido de productos para sus ventas al mercado internacional. La economía colombiana presenta una especialización productiva significativa y depende en gran medida de la demanda de esos productos específicos en el extranjero. Si estos productos enfrentan desafíos en los mercados internacionales, ya sea por la situación de la guerra en Ucrania, por problemas en la cadena de abastecimiento o dificultades de producción como las que se pueden derivar del fenómeno del niño, podrían tener un impacto significativo en las exportaciones y en la economía en general.

Los cinco productos de concentración de importaciones y exportaciones son los siguientes:

Figura 5.

Productos concentración por importaciones y por exportaciones para Colombia en el primer trimestre de 2023

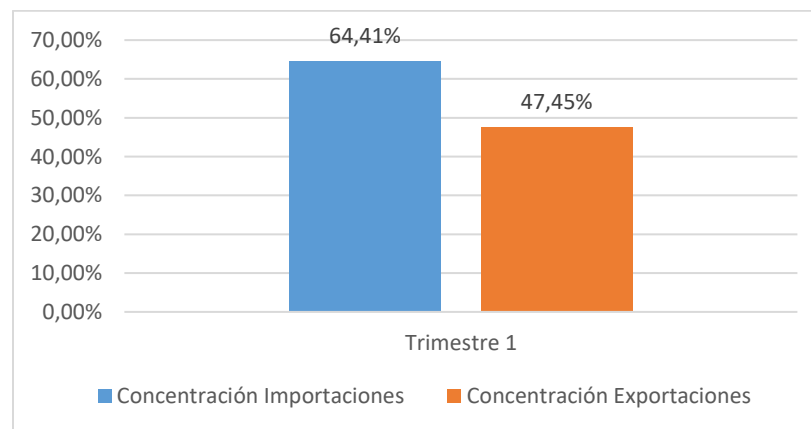


Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex y DANE

En cuanto al índice de concentración por destino, tanto en importaciones como en exportaciones, estos fueron los resultados:

Figura 6.

Índice de concentración por origen y destino para las importaciones y exportaciones colombianas en el primer trimestre de 2023



Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex y DANE

El índice de concentración por origen en importaciones tuvo como resultado 64,41% en este primer trimestre. Esto indica que el país está altamente concentrado en un conjunto reducido de países o regiones como fuentes de sus importaciones lo cual implica una alta dependencia de ciertos proveedores para satisfacer las necesidades internas. Esta alta concentración puede aumentar el riesgo en caso de problemas de suministro o cambios en las condiciones comerciales de esos países o regiones. Como se puede observar en el mapa de la figura 7, Estados Unidos y la República Popular China son los principales orígenes de las importaciones colombianas, ambos representan aproximadamente el 48% de las importaciones totales del país en el primer trimestre del año. Posteriormente se encuentran Brasil, México y Alemania.

En cuanto al índice de concentración por destino en exportaciones, el resultado para el primer trimestre es de 47,45%, lo que indica que el país está relativamente concentrado en un número reducido de destinos para sus ventas al extranjero. La economía colombiana es dependiente de un grupo selecto de mercados para colocar sus productos, lo que puede generar vulnerabilidad a cambios en la demanda o condiciones económicas de esos destinos específicos. Una buena forma de reducir el riesgo asociado con esta concentración es diversificar los mercados de exportación. Estados Unidos se continúa consolidando como el principal socio comercial de Colombia. Las exportaciones hacia este destino representaron el 27% del total del trimestre. El total de lo exportado a Panamá, Países Bajos, México y Ecuador representó el 21% de las exportaciones totales en el primer trimestre del año

8

Figura 7.

Mapa de concentración por origen de las importaciones de Colombia en el primer trimestre de 2023



Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex y DANE

Figura 8.

Mapa de concentración por destino de las exportaciones de Colombia en el primer trimestre de 2023



Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex y DANE

A manera de conclusión, es importante considerar la diversificación de las exportaciones y la especialización de las importaciones para fortalecer la posición de Colombia en el comercio internacional y mejorar su competitividad.

Diversificar la oferta exportable puede ayudar a mitigar los riesgos derivados de la alta concentración en un conjunto reducido de productos en las exportaciones y a mejorar la resiliencia económica. Además, la diversificación de las importaciones es un aspecto positivo, ya que reduce la dependencia de un solo origen para ciertos productos y servicios.

Una buena clave para esto es identificar productos con alta demanda internacional lo cual puede impulsar el desarrollo de estrategias comerciales para mejorar la posición competitiva en esos mercados.

Identificar y diversificar nuevos destinos para las exportaciones puede abrir oportunidades para expandir la presencia colombiana en diferentes mercados y aumentar los ingresos comerciales. Asimismo, buscar nuevas fuentes de importación puede facilitar el acceso a productos más competitivos y de mejor calidad.

Internacionalización empresarial

La franquicia como estrategia de internacionalización empresarial: El caso de Ikea en Colombia

Por: Juan Camilo Mesa Bedoya – PhD

Desde el año 2021 se anunció la llegada de Ikea a Colombia; sin embargo, apenas este año se conocieron detalles de la estrategia de internacionalización de la marca de muebles y decoración de origen sueco, cuya primera tienda en Colombia abrirá en el segundo semestre de este año.

El caso de internacionalización de Ikea ha sido reseñado en múltiples ocasiones, desde la apertura de su primera tienda en Noruega, en 1963. Su estrategia de internacionalización es global. Mediante esta estrategia han logrado tener presencia en 62 países a nivel mundial, con 462 puntos de contacto y la contratación de aproximadamente 231.000 colaboradores.

Una estrategia de internacionalización global es un enfoque empresarial que busca expandir las operaciones de una empresa más allá de las fronteras de su país de origen para alcanzar una presencia significativa en múltiples mercados internacionales, tal como ha venido desarrollando Ikea en los últimos 60 años. Esta estrategia implica una visión integrada y coherente, donde la empresa busca aprovechar oportunidades globales mientras se adapta a las particularidades locales de cada mercado.

La internacionalización global implica una combinación de estandarización y adaptación. Por un lado, la empresa busca mantener una oferta estandarizada en términos de productos, servicios y concepto de negocio para aprovechar economías de escala, reducir costos y crear una experiencia consistente para los clientes en todo el mundo. Por otro lado,

se ajusta a las necesidades y preferencias locales, realizando investigaciones y adaptando su oferta para satisfacer las demandas específicas de cada mercado.

En cuanto al modo de entrada a los países, Ikea ha implementado principalmente dos enfoques:

- El Establecimiento de tiendas propias: En muchos países, Ikea ha optado por establecer tiendas de propiedad directa. Estas tiendas son operadas por la empresa y siguen el formato de tienda al por menor que es característico de la empresa en todo el mundo.
- Franquicias: En algunos países, especialmente en aquellos donde las regulaciones comerciales pueden ser más complejas o para aprovechar el conocimiento local de un socio, Ikea ha optado por el modelo de franquicias. A través de esta modalidad, la empresa otorga licencias a inversores locales para operar tiendas bajo la marca, siguiendo sus estándares, mientras la casa matriz mantiene un control sobre el diseño de los productos y el concepto de negocio.

10

Para poder ser exitosos en su proceso de internacionalización, Ikea ha acompañado su estrategia de mercadeo internacional basada en tres pilares fundamentales:

- La estandarización de productos: Manteniendo una línea de productos estándar en todo el mundo, lo que le permite beneficiarse de economías de escala y reducir costos de producción.
- Adaptación al mercado local: A pesar de la estandarización de productos, la empresa reconoce la importancia de adaptar su oferta a las preferencias y necesidades de los consumidores locales. La empresa realiza una serie análisis de entornos para comprender la cultura, gustos y estilos de vida de cada país y, ajusta su oferta para satisfacer esas demandas específicas.
- Estrategia de precio asequible: La empresa se destaca por ofrecer productos de buena calidad a precios asequibles. Esta estrategia atrae a una amplia base de clientes y ha sido clave para su expansión internacional.

Ahora bien, analizando el proceso de expansión de Ikea al mercado colombiano, es importante mencionar que esta es una de las etapas de la estrategia de internacionalización global de la empresa. Tras haber incursionado exitosamente en el mercado europeo, norteamericano, asiático y africano (específicamente en Marruecos y Egipto), la empresa sueca decidió incursionar en el mercado latinoamericano. Su expansión global la llevó a la apertura de dos tiendas en Chile (en agosto de 2022) y al interés de penetrar el mercado brasileiro, peruano y colombiano.

En el caso colombiano, el modo de entrada definido por la Ikea es bajo el modelo de franquicias. Al igual que lo desarrolló en Chile, la empresa sueca llega al mercado colombiano por operación de la firma Falabella, con una inversión que rondó los 600 millones de dólares y la creación de aproximadamente 1.300 puestos de trabajo.

La estrategia incluye la apertura de tres puntos de venta en Colombia, en su plan de mercadeo internacional, en Bogotá, Cali y Medellín. Su estrategia para el mercado colombiano no solamente concibe los espacios tradicionales para la venta de sus muebles, sino que también se desarrollarán espacios gastronómicos en el interior de la tienda que

incluye restaurante, bistró y un mercado sueco tradicional, en los que se ofrecerán productos típicos de la gastronomía escandinava.

Se espera que la primera tienda, la de Bogotá, abra sus puertas en el segundo semestre de 2023, y las de Cali y Medellín en 2024.

Internacionalización regional

11

Estrategias de relacionamiento internacional de los territorios: El intercambio de buenas prácticas entre Medellín y Río de Janeiro

Por: Juan Camilo Mesa Bedoya – PhD

Durante el mes de junio del presente año, una delegación de la Prefectura de Río de Janeiro estuvo de visita en Medellín, para conocer de primera mano, proyectos y experiencias que se desarrollan en el territorio en materia de seguridad pública, gobernabilidad y prevención de riesgos.

Esto es claramente, la materialización de la puesta en marcha de estrategias de relacionamiento internacional desarrolladas por la Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana (ACI). Estas estrategias involucran la realización de acciones de gestión internacional de los territorios para relacionarse con otros actores en ámbitos bilaterales y multilaterales. Son comunes dentro de estas estrategias la firma de acuerdos de hermanamientos de ciudades, la participación en redes, la captación y oferta de cooperación internacional descentralizada y la atracción de inversión extranjera.

En este caso en particular, se trata de una estrategia de relacionamiento por la vía de oferta de cooperación internacional descentralizada. El intercambio de buenas prácticas es, quizás, una de las formas más comunes en las que los territorios ofrecen cooperación dado que no compromete grandes partidas presupuestales ni recursos financieros directos. Partiendo de la idea de que los territorios tienen problemas comunes a su nivel administrativo, el intercambio de buenas prácticas se ha convertido en una importante acción para ayudar a sus pares en la solución de dichos problemas comunes.

Esta estrategia de relacionamiento internacional ha traído en los últimos años grandes beneficios para Medellín. Producto de este tipo de intercambios se han fortalecido las relaciones bilaterales entre ambos territorios. Medellín se ha convertido en receptor de inversión extranjera proveniente de Brasil. Desde el año 2008, se ha recibido en la ciudad un monto de inversión aproximada de 87,6 millones de dólares, según reportes de la ACI. Este monto de inversión se distribuyó en nueve proyectos, siendo los sectores de infraestructura y logística los principales receptores de las inversiones brasileñas en Medellín.

Siendo conscientes de las buenas relaciones entre ambos territorios, y que este relacionamiento internacional se encuentra prácticamente institucionalizado, como se puede observar en los procesos de cooperación e inversión que datan desde el año 2008,

llama mucho la atención que estas dos ciudades no hayan firmado aún un acuerdo de hermanamiento, que podría llevar su vínculo a uno más profundo, en el que se institucionalizasen aún más las dinámicas de cooperación e inversión, y en el que se puedan aprovechar aún más las oportunidades para el desarrollo de relaciones económicas y comerciales entre los actores, generando oportunidades de crecimiento y desarrollo para la ciudad de Medellín y para Río de Janeiro.

Entorno financiero internacional

12

Análisis del comportamiento del precio de la gasolina en Colombia

Por: Juan Sebastián Rodríguez Jiménez - Mgtr

El incremento gradual del precio de la gasolina es sin duda un tema del cual se viene conversando cada vez más en las diferentes reuniones y redes sociales, un aumento que si bien se ha realizado de manera controlada y paulatina, está causando un impacto en las finanzas de los colombianos, los cuales hemos experimentado un cambio de más del 70% en su precio; partiendo desde los \$7.000 en enero del año pasado hasta aproximadamente \$12.300 en la actualidad (dependiendo la ciudad del país) y con proyecciones a cierre del año en un rango entre los \$14.000 a \$16.000, es decir, entre un 100% o más de incremento de acuerdo con el precio que se toma como referencia.

Pero antes de continuar hablando del precio de la gasolina y su proyección para final del año; y la tarea obligada que se nos viene a los colombianos, debemos hacer referencia al Fondo de Estabilización de Precios del Combustible – FEPC-. Este creado a finales del siglo pasado (1998) con el objetivo de amortiguar el impacto de los incrementos, en ocasiones abruptos y pronunciados, del precio del barril Brent (referencia para Colombia) y evitar exponer a los colombianos a una transmisión sustancial en el precio de la gasolina, con los efectos negativos en el consumo y capacidad adquisitiva de los hogares.

La idea no era para nada mala (menos aún en el contexto económico en el cual se encontraba el país al momento de su creación) incluso en otros países del mundo como México, Japón y Francia se han tomado medidas similares. Sin embargo, el aumento del precio del petróleo, la volatilidad de la tasa de cambio COP/USD y diversas coyunturas nacionales, han impuesto una carga muy pesada al FEPC evitando la estabilidad y balance de su saldo. Se esperaba que en el mediano plazo los recursos inyectados al fondo fueran compensados con los egresos, no obstante, los escenarios de subida del precio del barril han sido mayores y continuados en el tiempo en relación con las caídas, lo cual ha hecho insostenible para el Gobierno Nacional continuar aprovisionando el fondo, con un déficit que en la actualidad es aproximadamente de 32 billones de pesos (Portafolio, 2023) De allí la decisión del gobierno actual de anclar los precios internos de la gasolina con el precio internacional del Brent y no continuar “subsidiando” la diferencia con recursos del estado.

Lo explicado anteriormente sirve como enlace para advertir la nueva tarea que se está configurando para los colombianos; la cual es prestar una mayor atención a los cambios en el precio del petróleo. Hasta el momento, este dato que se reporta en los diferentes medios informativos se toma por la gran mayoría como un tema anecdótico, con la percepción equivocada de escasa o ninguna relevancia e impacto en nuestra vida y finanzas corrientes,

pero esta actitud ya debe cambiar, pues una vez se “ancla totalmente” el precio de la gasolina con el del petróleo, comenzaremos a experimentar de manera rápida y directa cómo las variaciones en el valor internacional del crudo nos impactan, viéndonos impulsados a investigar, educarnos y comprender las causas detrás de esas variaciones y la relación de estas, por ejemplo, con las proyecciones y expectativas de crecimiento de la economía mundial y en particular de los países con mayor participación en esta, con el recorte o impulso de la producción de petróleo, con el avance en el desarrollo e implementación masiva de combustibles alternativos o nuevas fuentes de energía, solo por mencionar algunas.

Para terminar y dejar material de estudio para nuestra nueva tarea de analizar y prospectar el precio de la gasolina, es la proyección que realiza la US Energy Information Administration -EIA- del precio del Brent para el último trimestre de este año, que según este organismo cerrará alrededor de los 80 dólares (Reuters, 2023) Tenemos pues nuevos deberes, adicional a nuestra ya acostumbrada labor de atención al muy volátil precio del dólar.

Perspectivas globales

La influencia de la geopolítica mundial en los negocios

Por: Daniel Bonilla-Calle - PhD

Entra la segunda mitad del año 2023 y los grandes asuntos geopolíticos con los que empezaba el año parecen no haber cambiado mucho, especialmente, la guerra en Ucrania y la guerra comercial entre Estados Unidos y China. Pero, surge un nuevo escenario en el fortalecimiento de los BRICS y el acercamiento de la Unión Europea quiere con América Latina. En general, es un buen momento para la expansión de los negocios, si la cautela y el manejo escenarios se hace de manera estratégica.

Si bien los mercados energéticos y de alimentos ya han asimilado los impactos negativos de la guerra de Rusia contra Ucrania, esta confrontación seguirá siendo uno de los dos focos de inestabilidad e incertidumbre más visible para los negocios. Seguirá amenazando la inflación en múltiples países y los estados seguirán buscando proveedores de energía alternativos a manera que se acerque el invierno. Debido a ellos, desde Colombia las importaciones de suministros o producto terminado se podrán ver encarecidos, mientras que las oportunidades de exportación se seguirán expandiendo.

Por su parte, la confrontación sinoestadounidense seguirá trayendo una alta incertidumbre sobre múltiples cadenas de valor. Aunque no será tan fácil, como algunos políticos lo plantearon, la estrategia norteamericana de independizar su economía de la china (el gran desacoplamiento), se ha puesto en marcha; impactando de manera especial el sector tecnológico y todo lo que de él se deriva. Por ello, podremos ver aumento de precios y/o desabastecimiento en productos. Lo bueno, es que es un sector que se adapta rápida y fácilmente; las oportunidades, serán para las empresas que tengan capacidades y puedan acelerar el desarrollo de productos alternativos que puedan remplazar los antiguos

proveedores. Será evidente la unión empresa-Estado para el fortalecimiento de I+D, que sin él ninguno podrá salir a flote en la era de la 4ta revolución industrial.

Ahora bien, el fortalecimiento de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sur África) con la inclusión de nuevos países, se observa como una gran apuesta geopolítica liderada por China. Debe mirarse como una inmensa oportunidad para fortalecer el comercio con el llamado sur global y, en el cual, por las características políticas actuales de Colombia, podría insertarse fácilmente. Por lo general, son mercados dinámicos y en los cuales los empresarios colombianos, por su experiencia en su propia tierra, podrían asimilar más fácilmente que los europeos o norteamericanos. Lo negativo, es que su riesgo político puede ser mediano-alto y requiere de bastante investigación previa para comprenderlos mejor. Pero hay que comenzar ya a revisar oportunidades y no quedarse viendo como los demás las aprovechan.

14

El último mencionado, el acercamiento de la U.E a América Latina, lo analizaremos en un próximo número que podamos dilucidar si se trata de una oportunidad real o es sólo una apuesta política más de Europa para contrarrestar la creciente influencia de China en la región. ¿Pero, desde su empresa ya ha explorado estos mercados y revisado las oportunidades que le puede traer una facilitación del comercio?

Para tener en el radar:

- La influencia de la inestabilidad de algunos países del África y sus impactos en la política europea, entre otros por los aumentos en los flujos migratorios.
- La campaña presidencial en Estados Unidos, donde los nacionalismos están de protagonistas. Su fortalecimiento, tiene fuertes implicaciones en el comercio internacional.
- El fortalecimiento de la imagen rusa en países del sur y la intensificación del comercio entre las partes. Lo que puede exacerbar los ánimos de Estados Unidos y Europa y esparcir sanciones económicas por múltiples países.

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.

Daniel Bonilla Calle,
Director OIER
daniel.bonilla@ceipa.edu.co



CEIPA

Powered by **Arizona State University**