

La revaluación del peso colombiano

Estrategia para enfrentarla



La revaluación es un fenómeno macroeconómico que depende de múltiples variables y que actualmente también se presenta en la realidad de la economía colombiana. Entre sus causas se puede mencionar el aumento de las exportaciones, principalmente de petróleo, el incremento de las remesas, privatización de entidades estatales, aumento de la inversión extranjera por el mejoramiento de la económica y la seguridad interna, el déficit fiscal y el lavado de activos entre otras. Si bien es cierto que la revaluación está afectando los negocios de exportaciones, ya que el exportador recibe menos pesos por dólar exportado, este año llega a cerca del 12% y en los dos últimos años al 30%. El reto es sostener, crecer y desarrollar los mercados internacionales en las condiciones actuales. “El elogio de la dificultad”.

La revaluación representa un exceso de oferta de dólares en el mercado, los cuales se requiere dirigir hacia actividades productivas y creativas que nos permitan en el mediano y largo plazo ser competitivos a nivel mundial y alcanzar la posición que queremos para la producción nacional en los mercados internacionales. Es el momento para invertir en la reconversión industrial, maquinaria y equipos, compensar la revaluación con deuda en dólares, volver cada día más competitiva la industria nacional, darle valor agregado a los productos con mejores portafolios, complementar la oferta con producto importado, aseguramiento de las entregas, información adecuada y oportuna para los clientes, capacitación del personal propio y la fuerza de ventas del cliente, conocimiento de la competencia, etc. La gran mayoría de las variables que están generando la revaluación son ajenas al productor, las anteriormente mencionadas son el día a día de su trabajo y son gestionables por la dirección empresarial.

Los productores nacionales han estado protegidos por la barrera natural de la falta de una adecuada infraestructura vial. El costo del flete interno es superior al flete marítimo que se paga por las importaciones. Esto hace que competir en los mercados locales a nivel nacional, sea muy difícil para el producto importado. Sin embargo, en la medida que se están consolidando las grandes cadenas con alta capacidad y economías de escala en la compra, se elimina la dificultad logística y la presencia de bienes importados es más representativa y el nivel de competencia mucho más alto para el productor nacional, quien ha sido el proveedor natural del mercado. Lo anterior cobra mayor vigencia si tenemos en cuenta que con la revaluación se están favoreciendo las importaciones.

Considerando los meses de enero y febrero de 2008, las importaciones totales en Colombia se incrementaron con respecto al mismo período de 2007 en el 30%, donde los bienes de capital representaron el 39% del total importado. En el caso de las exportaciones, estas crecieron en este mismo periodo el 52%, donde las exportaciones tradicionales crecieron el 75% y las no tradicionales el 33%. Sin embargo lo anterior, se presentó un déficit en la balanza comercial del 6%, donde

el total importado fue US\$ 6,016.1 millones y lo exportado US\$ 5,667.6 millones. (Banco de la República)

Tenemos entonces que para el fabricante nacional que no tiene un componente alto de producto importado en su producción, es un momento determinante para afrontar la realidad del negocio y los efectos de una economía globalizada.

Para competir local e internacionalmente se requiere de una estrategia que le permita mejorar las condiciones de trabajo, aprovechar las condiciones favorables de la revaluación para ponerse al día en la reconversión tecnológica de la empresa, diseñar un plan de negocios internacionales coherente y consecuente con la realidad de los mercados y la oferta mundial.

Hay que ser proactivo en vez de reactivo, pensar en el mediano y largo plazo. Si bien es cierto que la revaluación es un fenómeno que está afectando a la gran mayoría de las economías mundiales (UE, China, Brasil, México, Perú, entre otros) y que los precios internacionales están subiendo, el pánico es desastroso en la relación comercial con los clientes, las listas de precios deben tener una vigencia mínima de 6 meses y no se pueden manejar al vaivén de la tasa de cambio. Los menores ingresos hay que considerarlos como una inversión para penetrar y sostener los mercados. El nivel de competencia debe ser independiente de los efectos de la revaluación/devaluación. Esto lo vamos a lograr con la actualización tecnológica, dándole valor agregado a la oferta, mejorando la calidad de los productos, diversificando el portafolio, asegurando el nivel de servicio, administrando las categorías de producto y conociendo a profundidad la competencia. Producto y precio tiene cualquier proveedor internacional y siempre hay quien tenga un precio más económico!

Fuente: David Calle, Asesor Internacional Camacol

