

5. Conclusiones

Los acuerdos regionales conllevan numerosas consecuencias de índole política y económica. Algunos los ven como las oportunidades de internacionalizar la producción y hábitos de consumo, otros consideran que traen consigo el avasallamiento de las grandes empresas sobre las pequeñas en los países más débiles. En este sentido, los acuerdos regionales como marco económico y legal que amplía el tamaño del mercado de un país a un mercado regional que está compuesto por varios países trae consigo una ampliación del número de empresas oferentes, y favorece la competitividad porque se condiciona el éxito de las empresas a factores subyacentes al mercado, como el conocimiento de este y una eficiente capacidad productiva y comercial. Por tanto, se consideran los acuerdos regionales como una oportunidad para mejorar el nivel de desempeño de las empresas y el escenario para prepararse a conquistar mercados más amplios a nivel mundial.

La anterior apreciación no es compartida plenamente, porque se cree que los acuerdos regionales son inevitables para los países y la posibilidad de elegir no existe, trayendo consecuencias regresivas en las economías que no se encuentran preparadas. De todas maneras, es indudable que los acuerdos regionales modifican las condiciones internas de la región, empujándola hacia la reconversión industrial. Un ejemplo de esto se presenta en el Meta, porque a falta de grandes industrias, los actores del departamento se han unido en agremiaciones agrícolas como AGAMETA, comerciales como la Cámara de Comercio de Villavicencio, e industriales como la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), para buscar estrategias que los conduzcan a beneficiarse de la internacionalización con economías de aglomeración, las cuales permiten externalidades y economías de escala.

Lo provechoso de los acuerdos regionales depende en buena medida de la preparación de cada país para afrontar la competencia internacional. Colombia se está beneficiando poco de los acuerdos regionales y se encuentra en déficit comercial en su mayoría; afortunadamente, la participación en la Comunidad Andina es la más fructífera para el país, y las bondades de la integración para Colombia se observan en la evolución del comercio andino. Este acuerdo regional es un ejemplo de integración exitosa; la fuerte institucionalidad y la

normatividad han apoyado el incremento de las exportaciones entre los países miembros. El resultado es claro en cifras: durante el periodo de la integración andina se aceleró el crecimiento de las exportaciones entre los socios andinos y a partir de la mitad de la década de los ochenta, las exportaciones intracomunitarias triplicaron a las extracomunitarias. Los beneficios de la Comunidad Andina van más allá del comercio, dado que problemas de tipo fronterizo y político son limados en escenarios de conciliación del bloque andino. En buena parte, Colombia es artífice del acelerado crecimiento del comercio andino, de hecho participa con el 50 % de las exportaciones totales andinas. Además, el país ha cumplido eficazmente los acuerdos y restricciones arancelarias.

Sin embargo, mientras la actividad comercial de Colombia en la CAN es notoriamente positiva, no se puede afirmar lo mismo para el departamento del Meta, ya que sus exportaciones solo representan el 0,017 % de las ventas totales del país al mercado andino. El departamento intercambia bienes con Ecuador, pero presenta una balanza deficitaria, situación que se originó en 2005 a raíz de las importaciones de arroz autorizadas por el Gobierno nacional, a pesar de que el departamento es exportador de arroz. Con los demás países andinos, el comercio del departamento presenta cifras insignificantes.

El departamento usufructúa poco las ventajas que ofrece la CAN. En parte se puede explicar esta situación con la descripción de Silva (2005), cuando señala que el departamento del Meta es un territorio no dinámico y con alto PIB per cápita, “potencialmente perdedor” y rezagado en su industria. Es de notar que en el país se presentan distritos industriales en las ciudades más importantes, y allí se concentra el 80 % de las exportaciones a los países andinos, que se componen en su mayoría de bienes manufacturados. Villavicencio no cuenta con distrito industrial y su ausencia caracteriza al departamento como comercializador de productos sin mayor valor agregado. En el ámbito nacional se limita a exportar productos básicos, como el caucho a Bogotá y Medellín, ciudades donde se transforma el caucho en productos intermedios y finales.

Con base en la necesidad de establecer acciones para mejorar la oportunidad del Meta en la CAN, se propone el Método de escenarios. Este procedimiento describe una manera para cambiar una situación en donde el comercio exportador del Meta a la CAN es casi

inexistente, por una próspera participación de sus bienes y servicios exportables en el mercado andino. En dicho método, se interrogan a actores líderes de la región para conocer sus intereses, las variables que consideran más importantes, las posibles alianzas que se puedan adelantar y el escenario más probable y positivo para el logro de la inserción de la producción local en el mercado andino.

Después de elaborar el diagnóstico social y económico del departamento, se definen las variables más importantes. A juicio de los involucrados, la gestión exportadora, o sea, el compromiso de las autoridades de los sectores público y privado en promover actividades focalizadas a la transformación productiva, al igual que la estrategia en exportaciones, gestiones bancaria y aduanera, y transporte, son las tareas pendientes más importantes para penetrar en el mercado de los países vecinos. Otras variables importantes son el nivel de inversión pública en la región, es decir, la inversión acorde con los recursos generados por la explotación del petróleo, la ganadería y agricultura. Esta posición refleja el pensamiento de la población, porque se tiene la creencia que toda posible acción en el ámbito departamental o macroproyecto debe ser ejecutada por el sector público.

En el análisis, el Departamento Nacional de Planeación fue uno de los actores más importantes en el Meta, ya que se ubica como el que comparte más intereses con los demás actores, dado que los entes estatales tienen capacidad de convocatoria y son más creíbles que otras instituciones. Se le facilita a esta institución asumir una posición importante frente a los demás actores del departamento porque desde la planeación se asumen funciones de liderazgo institucional, la integración y la coordinación con los distintos niveles de gobierno, para buscar la capacidad de gestión del departamento.

Seguidamente, se identificó el futuro escenario. Este se encuentra asociado con variables infraestructurales, económico-sociales, político-administrativas, científico-tecnológicas y de integración. El desarrollo de la zona franca del río Meta se considera clave para el transporte y la distribución de los productos metenses. En la población se tiene la percepción sobre el mal uso y desgreño en el manejo y aprovechamiento de este recurso como vía de transporte. En tal sentido, las decisiones de política pública son consideradas esenciales al emprender procesos medioambientales que habilite al departamento en la conquista de mercados externos. Entre estas se encuentran las políticas de

conservación genética de la biodiversidad, el uso adecuado del agua y una agricultura acorde con las tendencias mundiales conservacionistas.

La inversión pública y el fortalecimiento institucional se posicionan como las variables económicas y políticas más importantes. La variable de integración más importante tiene que ver con los incentivos gubernamentales al exportador. Las políticas más acogidas de la población son: apoyo a la iniciativa privada, la gestión de los distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior, y estímulo para la participación del proceso de integración andino que amplíe y facilite las transacciones externas del departamento. Así, la idea de un Estado que apoya toda iniciativa privada continua fuertemente arraigada en la cultura de los líderes regionales.

Después de seleccionar el mejor escenario, es claro para los encuestados que los recursos naturales de la región y su situación geográfica, combinados con inversión en infraestructura e investigación, incentivos gubernamentales a la exportación y fortalecimiento institucional, forman el conjunto de circunstancias que permiten desarrollar la capacidad de internacionalizar la economía del departamento del Meta. Esta percepción está relacionada con el aprovechamiento de las ventajas comparativas. La posición geográfica del Meta lo favorece para liderar el desarrollo en la región de la Orinoquia, ya que está localizado cerca al centro del país y la ciudad de Bogotá, y es la puerta de entrada al Llano, una vasta extensión de tierra con pastos aptos para la cría de ganado y grandes potencialidades en la producción agrícola. Además, la economía metense tiene una fortaleza en las regalías petroleras, que han permitido ejecutar políticas de desarrollo de la población.

Pese a lo anterior, factores necesarios para alcanzar la competitividad, como internacionalización, gestión empresarial y manejo del medio ambiente, son de escaso desarrollo en el departamento. Conscientes de esto, las autoridades nacionales y departamentales han convocado a la comunidad departamental a participar en la elaboración de estrategias para alcanzar la competitividad, entendida esta como el conjunto de factores requeridos para insertarse en el mundo. Por tanto, la participación del Meta en cualquier mercado internacional, y en el caso de la Comunidad Andina, se debe pensar como un acuerdo de voluntades entre los actores del departamento.

Es necesario realizar campañas y actividades dirigidas a concienciar a la población sobre la necesidad de apoyar acciones orientadas

a crear el escenario adecuado para la internacionalización de la economía metense. Después de consultar a los actores más representativos de la región, surge como resultado que las acciones preferidas son: promover servicios turísticos en los vecinos andinos e incrementar la productividad de las apuestas productivas para hacerlas más competitivos en los mercados andinos.

Finalmente, para hacer realidad la propuesta, es menester sensibilizar y movilizar a la población alrededor de la necesidad de adhesión al programa de internacionalización, a través de campañas de divulgación que promuevan el mejoramiento de la productividad y agilización de trámites para penetrar con éxito en el mercado andino. Teniendo en cuenta este hecho, el compromiso cívico y una sociedad fuerte y próspera son garantías para la conformación de un tejido empresarial fácilmente adaptable a las condiciones del mercado mundial. Se agrega una intervención decidida del Estado como requisito para la puesta en marcha y sostenimiento de un marco comercial, legal y administrativo que apoye la gestión del comercio internacional. Una institucionalidad fuerte acompañada de políticas públicas claras, garantiza coherencia, consistencia y credibilidad en los procesos de desarrollo competitivo del departamento.



