

## **FACILITACIÓN DEL COMERCIO: CÓMO VAMOS**

**Bogotá D.C. 28 de julio de 2020.** El 2020 será recordado como el inicio de una de las etapas más retadoras para la economía global y la sociedad en su conjunto. La historia reciente no tenía registro de un fenómeno de estas magnitudes que nos ha obligado a replantear nuestras metas y objetivos en el ámbito individual, familiar y colectivo.

Según estimaciones del Banco Mundial, el COVID-19 sumirá a 71 millones de personas en la pobreza extrema, y esto ha conllevado a que las economías, desarrolladas y en desarrollo, reformulen sus estrategias para hacer frente a los retos económicos y sociales. Sin lugar a dudas, no es menor el reto de fortalecer la cadena logística de comercio exterior en el contexto global. Diversificar no solamente el portafolio de clientes sino de proveedores se convierte en un asunto fundamental para garantizar la continuidad de los negocios; incorporar la bioseguridad en los mapas de riesgo de las organizaciones se volvió un ítem clave en la estrategia organizacional. Mitos como el de la obligatoriedad de la presencia física para la gestión de negocios se han caído de su propio peso.

En fin, podríamos seguir enunciando innumerables aprendizajes (y retos) en el ámbito empresarial, pero sin lugar a dudas una de las más claras lecciones de la pandemia es el beneficio que conlleva la articulación público – privada, particularmente en materia de facilitación del comercio exterior. El impacto del COVID-19 hubiese sido aún peor si el país no hubiese conformado y puesto en marcha el Comité Nacional de Facilitación de Comercio en Agosto de 2018, espacio en donde gremios e instituciones, bajo el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, identifican diferentes cuellos de botella en importaciones como en exportaciones y hacen seguimiento a los compromisos y tareas de ambas partes.

Como nunca, los empresarios y el gobierno han sumado esfuerzos para hacer frente a la coyuntura. Las propuestas e iniciativas del sector privado tienen cada vez mayor eco en las instituciones; sin embargo, algunas ideas tienen su génesis en intereses políticos y electorales que poco aportan al desarrollo del país. La loable iniciativa “*Colombiano Compra Colombiano*”, no puede desconocer el principio fundamental de la globalización; y es que las cadenas de producción están interconectadas a nivel mundial, y por ello los países deben enfocarse en la producción de aquellos bienes y servicios en los que realmente sea competitivo, en los que realmente se pueda generar un valor agregado. Pretender que todos los insumos y materias primas de los productos fabricados en Colombia sean originarios de nuestro país, obedece a una lógica comercial de dos siglos atrás. Aquí es donde recobran aún mayor vigencia las tareas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la búsqueda de mercados internacionales para los productos

colombianos (manufacturados en parte con materias primas e insumos de origen foráneo, gracias al aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos por el país) y por otra parte, en la atracción de inversión extranjera, con el fin de generar fuentes de empleo y desarrollo al país. El sólo hecho de pensar que los empresarios del país pueden proveerse únicamente con insumos de origen local sin importar su costo, atenta contra la libertad del consumidor y la empresa para escoger los productos que más satisfagan sus necesidades. Para citar sólo un ejemplo, el incremento indiscriminado de aranceles para productos de confección y calzado que proponen algunos gremios de dicho sector, es un claro ejemplo de lo que precisamente no debe considerar el gobierno.

Es precisamente allí, que la facilitación del comercio cumple su objetivo: abaratar costos y disminuir tiempos para la importación y la exportación; si los productos colombianos llegan en menores tiempos y con menores costos a mercados internacionales, y a su vez, los insumos, materias primas y productos terminados llegan a nuestro país para ampliar la oferta al consumidor local, habremos equilibrado la ecuación, sin generar perjuicio alguno a nuestra economía.

Más información:

Juan Camilo Rojas Romero.  
Director de Comunicaciones y Prensa.  
Móvil: 310 – 5539796  
[comunicaciones@fitac.net](mailto:comunicaciones@fitac.net)