

El desarrollo de un país no puede ser sólo económico, también debe ser cultural

Jonathan Marín Posada

Estudiante de Economía de la Universidad EAN

Investigador del semillero Domu\$,

Resumen

Los países latinoamericanos han tenido un desarrollo similar, tal vez por la forma impuesta de vivir, que las naciones europeas dejaron marcada en la historia, o tal vez por la similitud en las ventajas comparativas que existen en dichos países. De cualquier forma, la influencia española imprimió en el contexto colombiano la idea que la riqueza proviene de las tierras, y que al tener unas condiciones ambientales propicias, los colombianos están destinados a producir los frutos que la tierra provee, tal vez lo hicieron inconscientemente cuando trataron de utilizar el país como un proveedor de alimentos para el suyo. Estudios de varios economistas han comprobado que en la actualidad el tipo de productos que traen beneficios sostenibles y efectivos son los que tienen valor agregado. A pesar de lo anterior, se ha demostrado que el problema principal de una economía como la colombiana, no es solamente estructural, sino en gran medida cultural.

Palabras clave. Valor agregado, economía colombiana, recursos, bienes primarios.

Introducción

Colombia es un país de grandes recursos naturales, una posición geográfica que genera un ambiente propicio para que se cultiven diversos tipos de productos agrícolas, y es el único en América Latina que tiene acceso a los dos océanos. Si la estructura de un país desarrollado y competitivo económicamente se basara en las ventajas que este tiene comparativamente, tal vez el destino y la clave del éxito del país estarían enfocadas en la agricultura y la producción de todo tipo de bienes primarios.

Sin embargo, en la actualidad el mundo se mueve más rápido, y los países están actuando según sus ventajas competitivas (haciendo productos con valor agregado), ya que por medio de algunos argumentos, que se explicarán más adelante, es la forma más

eficaz de generar valor para una nación. Pero esto no es un secreto para el Gobierno colombiano, ni para los economistas que están a su disposición, y muy a pesar de esto la situación no ha cambiado radicalmente.

El objetivo de este artículo, es demostrar que la principal razón reposa en que las creencias heredadas respecto a la generación de riqueza han tenido una influencia tan fuerte que no le han permitido a la nación enfrentar el hecho que la creación de valor no se puede dejar en manos de los productos primarios.

Una posibilidad desaprovechada

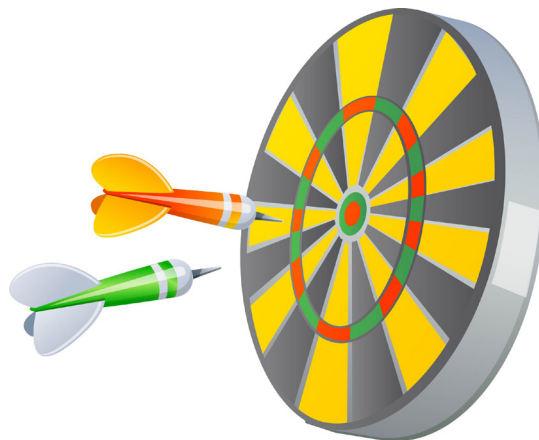
Muchas personas fueron testigos del auge que tuvo Colombia con la industria de las flores, incluso muchas personas en el país aún creen que la respuesta al problema económico es este producto. Pero cuando se revisan los hechos se descubre que a pesar de haber creado una industria con valor, este no fue sostenible en el tiempo. La pregunta que puede surgir es el por qué de este hecho, cuando la respuesta está entre líneas.

Cuando se descubrió que Estados Unidos se encontraba en desventaja en la producción de flores frescas y de calidad por la estacionalidad de su clima y los altos costos de producción, el señor Edgar Wells vio una magnífica oportunidad de negocio. Realmente, si se buscan las condiciones propicias para generar flores de alta calidad, es decir, bajos costos de mano de obra y en general, de producción, condiciones climáticas favorables y extensiones de tierra suficientes para cubrir una creciente demanda, sería difícil pensar en un lugar más propicio que Colombia.

Hasta ese punto no hubo ningún problema, efectivamente el señor Wells y algunos visionarios norteamericanos empezaron su labor en Colombia, donde encontraron las condiciones adecuadas que les daban importantes ventajas comparativas para participar del mercado que en ese entonces era considerado de productos de lujo en Estados Unidos. Sin embargo, con el tiempo se dieron cuenta, existían algunos cuellos de botella como la deficiencia en infraestructura de vías y en general del transporte favorables para entregar un buen producto. A pesar de ello, los nuevos floricultores encontraron la manera de trabajar, con algunos camioneros dispuestos a viajar con las condiciones

de refrigeración indicadas para mantener los productos frescos y obtuvieron una negociación con Avianca para transportar las flores en la parte de carga de sus aviones para pasajeros, y posteriormente en aviones de carga.

Una persona actuando según su sentido común, diría que bajo esas condiciones Colombia se convertiría en el líder del mercado, y que las flores serían el producto que impulsaría al país a ser una potencia y una nación económicamente desarrollada. Este argumento no es descabellado en un principio dado que las ventajas comparativas dan un margen de rentabilidad importante al corto plazo. Sin embargo, no da una seguridad a largo plazo de sostenibilidad, dado que la atención no se centra en el producto como tal sino en los factores necesarios para realizarlo; es como si un cuenta chistes se concentrara más en la corbata que debe usar para el show que en hacer reír al público. No es que tener una ventaja comparativa sea malo, de hecho es un buen comienzo; el problema de la ventaja comparativa es que no promueve cambios en el producto que harán de este algo único y por lo tanto convertirán a una empresa o un gremio en



productores irremplazables.

Volviendo al caso de las flores, por el hecho de ser bienes primarios pasó lo que generalmente sucede cuando un negocio se vuelve atractivo; muchos otros productores quisieron entrar al mercado; y como este no tenía una inversión significativa en investigación no existían barreras a la entrada, por lo que cualquier persona que se interesó en entrar al negocio lo logró sin mayor dificultad. El problema no se reduce a la fuerte competencia en el mercado con otros productores de bienes de similar calidad y variedad (otro campo en el que no se trabajó), el problema, es que la estrategia no cambió con las condiciones del mercado y sin darse cuenta las empresas de mayor tradición prácticamente terminaron trabajando solo para sobrevivir.

El punto que se quiere tocar, es que la mentalidad de los empresarios en el país no cambia al ritmo del mercado, y no hay que ser un genio para adivinar que quien no va al ritmo del mercado simplemente se queda atrás. Existieron diversos factores que dieron fin al auge de los floricultores en Colombia, pero el que más los dejó atrás fue el hecho de ofrecer a las familias norteamericanas exactamente el mismo producto después de 20

años de consumismo masivo, confiando solamente en una ventaja de factores naturales y mano de obra barata.

Por supuesto existieron otras dificultades fundamentales que afectaron la industria de las flores en Colombia, por ejemplo, a pesar de haber creado un gremio significativo entre los floricultores, en el momento que se necesitó no existieron acuerdos cooperativos entre las grandes empresas ni para transporte y mucho menos para crear infraestructura adecuada para la exportación de sus productos. Cuando no existe suficiente cooperación entre las empresas de un gremio los países en vía de desarrollo tienen una desventaja frente a los países desarrollados, ya que en los últimos la cooperación es total en cuanto a infraestructura y vías se refiere.

Adicionalmente, en ese momento los empresarios tuvieron un problema fuerte en materia de información con sus clientes. Dadas las dificultades de viajar frecuentemente los floricultores optaron por tener distribuidores que manejaran el producto desde que llegaba a Estados Unidos; el problema de tener a alguien más trabajando con los clientes de la empresa es que todo el conocimiento de dichos clientes fue absorbido por los distribuidores y los



floricultores en general no sabían las necesidades y preferencias que estos tenían; cayeron en el error de pensar que si extendían su mercado venderían más y bajo esa premisa extendieron su mercado hasta Ecuador; al no tener conocimiento de los clientes no se dieron cuenta que el mercado ya estaba inundado de producto y la nueva producción no tenía una demanda existente, por lo que se produjeron pérdidas significativas para la mayoría de productores colombianos.

Por otro lado, el Gobierno de esa época no tenía estrategias que impulsaran el desarrollo de las exportaciones. Por un lado no hubo mejoras en la infraestructura de las vías, por lo que la operación de los floricultores se vio retrasada; de la misma manera las telecomunicaciones y la infraestructura de los aeropuertos no era la más adecuada, por lo que los costos de transporte, producción y los tiempos de entrega se veían afectados; finalmente la inflación estaba alrededor del 25%, por lo que los productores en general no tenían apoyo gubernamental. Aquí surgió una problemática en consecuencia de las anteriores mencionadas y fue, que tanto el Gobierno como las empresas se enfocaron en buscar el culpable de la pérdida de mercado en vez de centrarse en una solución, por lo cual no se encuentran salidas al problema.

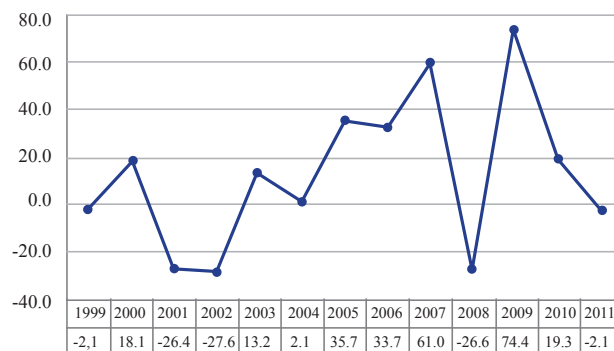
Sí, es verdad que los floricultores hicieron movimientos en algunos aspectos relevantes como las infraestructuras corporativas, pero el mercado les enseñó a los empresarios que moverse no es lo mismo que progresar y que no es lo mismo una buena estrategia que eficiencia operacional.

Todos los acontecimientos anteriormente mencio-

nados parecen parte de un proceso normal que llevaría a una economía hacia el cambio para volverse competitiva, sin embargo, al revisar en la actualidad algunos de los puntos más cruciales que impidieron posicionar a Colombia como un competidor fuerte en el mercado de las flores se puede observar que la respuesta tanto del Gobierno como de las empresas de la industria han sido prácticamente nulas.

Por ejemplo, como se puede observar en la figura 1, las inversiones en infraestructura han sido prácticamente nulas en el sentido que hay periodos donde incluso la variación es negativa, esto quiere decir que a pesar de encontrar hace mas de 20 años (1990 cuando los floricultores colombianos perdieron su auge) un problema que no sólo afecta la actividad de los floricultores sino en general las actividades económicas, no se han tomado cartas en el asunto.

Figura 1. Variación porcentual de la inversión en infraestructura vial de los últimos 12 años en Colombia.



Fuente. DANE (2011). Variación porcentual

Adicionalmente, los floricultores no han contribuido

a que existan cambios importantes en el producto, ya que no existen innovaciones en ninguna de las flores de Colombia, ni existen nuevas variedades, por lo que pasó de tener el 89% del mercado estadounidense en 1979, al 64,3% en el año 2010 (*Trade Map* 2010), y la tendencia se encuentra a la baja dado que la inversión en Colombia en investigación y tecnología es prácticamente nula.

La cuestión más relevante en este caso, es el por qué no se ha trabajado sobre los errores cometidos en el pasado; porque los conocimientos acerca de las ventajas competitivas y comparativas están a disposición en todo el mundo, y en Colombia existen profesionales que conocen las técnicas más efectivas para tener empresas a la vanguardia e incluso tienen conocimiento de las tecnologías de la información. La cuestión en el país, como en las demás naciones latinoamericanas, está fundamentada en la fuerte influencia del costumbrismo que tienen los habitantes de dicha zona.

Colombia en este momento es un productor de bienes primarios, de la misma manera el sector en que el país es competitivo, es primario, donde los productos se caracterizan por no tener valor agregado y así mismo producen baja rentabilidad, la inversión en tecnología e investigación para la producción de productos con valor agregado es nula; pero la razón para tener ese tipo de producción va mas allá del simple hecho de ignorar las ventajas de generar valor agregado.

La razón principal tiene que ver con una fe fundamentada en los antepasados que enseñaban que la riqueza se encontraba en la tierra, estos enseñaban a sus hijos (los actuales empresarios) bajo la premisa de vender bueno, bonito y barato.

Aún no se ha podido erradicar el costumbrismo de las personas y no han podido convencerlas de que la riqueza y la estabilidad de un país se dan a través de las ventajas competitivas, ya que estas dan sostenibilidad económica a los países en el largo plazo, mejoran la calidad de vida de las personas y el nivel de conocimiento de la sociedad en general. Michael Porter describe, en el libro *Arando en el Mar* que la herencia institucional limita el pensamiento de largo plazo, y justifica el esfuerzo fallido de sus compañeros Michael Fairbanks y Stace Lindsay al tratar de desarraigar la cultura errónea que se basa en un tipo de estrategia obsoleta, porque pelear contra las creencias de un colombiano es como querer definir qué fue primero, si el huevo o la gallina.



En conclusión, Colombia es un país con una diversidad natural impresionante, y según algunos investigadores, los colombianos están sentados sobre una mina de oro llorando. Adicionalmente en la nación existe un acceso a la información pertinente para volver al país competitivo a nivel local y mundial, tiene una excelente ubicación en medio del continente americano. Sin embargo es uno de los países donde existe la calidad de vida más baja, los niveles de alfabetización y educación están entre los más bajos del mundo, donde la balanza comercial aun es negativa y los índices de pobreza alcanzan el 40% (DANE, 2010).

La pieza faltante del rompecabezas no es encontrar el negocio o el tratado que mejore la economía del país, la pieza faltante es la acción que pueda acabar con el costumbrismo sin fundamento y abra la mente de los dirigentes del país a nuevos tipos de competitividad mundial.

Referencias bibliográficas

Fairbanks, M., Lindsay S. y Porter, M. (1999). *Arando en el mar: fuentes ocultas de la creación de riqueza en los países en desarrollo*. México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores.

DANE. (2011). *Indicador de inversión en obras civiles, por tipo de construcción*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co>.

_____. *Producto interno bruto trimestral a precios corrientes, grandes ramas de actividad económica*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co>.

_____. *Indicador de calidad de vida*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co>.

