

ÉNFASIS



**BOGOTÁ**  
**Mipymes no usan la tecnología**

Solo 7 % de las micro empresas en todo el país cuenta con conexión a Internet y apenas 17 % tiene un computador. De ese total, 60,6 % no considera necesarias estas herramientas.

Así lo indica un informe del Ministro de las Tecnologías de la Información. Sin embargo, destacó el informe que los casos de éxito de pequeñas empresas que multiplicaron sus utilidades con herramientas digitales, aumentaron.



**BOGOTÁ**  
**Avianca cambia de imagen**

Tras ocho años de identificarse con un condor tricolor, Avianca cambia de imagen. La idea surge por la necesidad de unificar las marcas Taca, Aerogal y Taca Regional que hacen parte de la Holding y que ahora se fusionaron bajo el mismo nombre. A partir del próximo 28 de mayo empezarán a cambiar la imagen que adopta el color rojo. Asimismo, se iniciará esta semana la socialización del concepto.



**BOGOTÁ**  
**Investigan tendencias en consumo**

Según un estudio de la unidad de tecnología y servicios de Carvajal hay 5 tendencias que indican los canales de mayores ventas de productos de consumo masivo. La primera son las tiendas que toman cada vez más importancia en los negocios. Le siguen los canales virtuales, internet y ahora se suman las redes sociales y la quinta tendencia es el apoyo del comercio con nuevos servicios financieros como las tarjetas propias.

# “775 nuevas empresas ya están exportando a los Estados Unidos”

**María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport, dice que con el TLC Colombia ha conquistado con sus productos a 23 estados de ese país.**



POR ALFREDO GARCÍA SIERRA



Entrevista

6 La Alianza del Pacífico (Colombia, Perú, Chile y México), nos permitirá abrir nuevos caminos para los productos de exportación de Colombia en muchos países del mundo”.

6 187 nuevos productos están llegando al mercado de EE.UU. lo que demuestra el gran interés de los empresarios por ese mercado”.

MARÍA CLAUDIA LACOUTURE, presidenta de Proexport Colombia

**María Claudia Lacouture**  
Nacida en: Santa Marta. Casada y tiene dos hijos.  
Profesión: Es profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales de la Universidad Externado de Colombia. Tiene una maestría en Economía y Marketing de Cornell University.  
 Trayectoria: Su carrera profesional ha estado vinculada a Proexport, a donde ingresó en 1996. Fue directora de Turismo de la Oficina Comercial en EE.UU. y gerente del Programa Colombia es Pasión.

A pesar de que en el primer año el Tratado de Libre Comercio, TLC, con los Estados Unidos los resultados aún no son extraordinarios, lo real es que nuevas empresas colombianas han comenzado a apostarle a ese mercado de 300 millones de consumidores.

Según María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport, 775 compañías grandes, medianas y pequeñas —que nunca habían exportado nada a ese país— decidieron por fin dar el salto, al punto de que sus productos ya están en las vitrinas de los almacenes de 23 de los 51 estados de la Unión Americana.

La idea es que no solo el número de compañías vendedoras aumente, sino que la cantidad de productos de exportación se duplique a partir del segundo año de vigencia de ese acuerdo comercial.

**¿Qué tanto ha mejorado la cultura exportadora de los empresarios colombianos con el 'boom' de los TLC?**

Estamos muy satisfechos con los resultados arrojados por los Tratados de Libre Comercio, TLC, que tiene vigentes Colombia, y los beneficios que han logrado los empresarios. Lo más importante es la diversificación exportadora, el número de nuevos productos y la forma como están llegando a más regiones y ciudades en Estados Unidos. Y sobre todo que hay más empresas aprovechando las ventajas de este y otros tratados.

**¿Cuál es el número de nuevas empresas que han incursionado en Estados Unidos y otros mercados al amparo de estos acuerdos?**

Específicamente en el caso del TLC con Estados Unidos ya son 775 nuevas empresas las que han incursionado por primera vez en ese mercado. Además, 187 nuevos productos están llegando al mercado estadounidense para conquistar a los consumidores, lo cual demuestra que hay un interés y una respuesta positiva de los empresarios para seguir aprovechando ese potencial bajo los acuerdos de libre comercio.

**¿Eso significa que las compañías locales, en especial la más pequeñas, le perdieron el miedo a exportar al exigente mercado estadounidense?**

Existe todavía, no diría miedo, sino ciertas reservas para adelantar paso a paso ese proceso de conocer bien esos mercados. Pero sí hemos avanzado bastante en lograr un cambio en la mentalidad empresarial de cara a los TLC, y sobre todo mostrar aquellos productos con los cuales podrían ser más competitivos en sus negocios.

**¿Cuáles son hoy esas apuestas novedosas en materia de productos exportados?**

Hay de todo, es decir, no existe un producto único o bandera que estén exportando los empresarios a los Estados Unidos. Entre esas novedades figuran las ventas de trucha arco iris, jabones medicados, yines levanta cola, sombreros y ropa de bautizo para bebé. Sin embargo, todo depende del lugar donde se están haciendo esas ventas. Por ejemplo, a California se están exportando calcetines, ropa de control y cosméticos, mientras en Kentucky, que es un Estado nuevo para nosotros, estamos vendiendo flores frescas y en Missouri aparatos eléctricos.

**¿Pero cómo conquistar el oeste americano y sobre todo a California para no seguir dependiendo de las ventas en ciudades como Miami y Nueva York?**

Estamos llevando a nuestros empresarios a sitios adonde antes no íbamos y gracias al TLC hemos logrado penetrar en 23 estados de la Unión Americana, lo cual es casi la mitad del territorio de ese país. Todavía queda un largo camino por recorrer, rompiendo ante todo ese mito de que no se pueden vender

productos colombianos en el oeste de Estados Unidos. Lo importante aquí es cumplir con las normas sanitarias y no sanitarias, los requerimientos y las certificaciones para cada producto, precios y con los tiempos de distribución y tiempos de entrega a los consumidores.

**¿Qué tanto ha sido el grado de preparación empresarial para enfrentar esta nueva competencia?**

Cada vez existe un interés de las empresas de capacitarse y obtener asesoría exportadora. Por ello, Proexport está adelantando un esfuerzo muy grande en los 32 departamentos del país para orientar a los futuros exportadores. Hemos realizado seminarios de capacitación en cada región, por países, sectores y por productos, y estamos contactando a especialistas de diferentes partes del mundo para que puedan mirar los productos colombianos. Todo ello para que nuestros empresarios puedan llegar eficientemente a los mercados internacionales. Con la Unión Europea ya comenzamos, y de hecho ya elaboramos cartillas para ofrecer la información que necesita el empresario para incursionar en esos países.

**A propósito de la conquista del Pacífico, ¿cómo lograr que los empresarios nacio-**

**“Los empresarios deben aprovechar más el modelo de las macrorruedas para ofrecer sus productos y servicios exportables”.**

MARÍA CLAUDIA LACOUTURE, presidenta de Proexport Colombia

## Santos entregará balance del primer año del TLC

Mañana martes el presidente Juan Manuel Santos presentará el balance oficial de los resultados del TLC con Estados Unidos en el marco de un foro en Bogotá.

El jefe del Estado dará el reporte junto al ministro de Comercio, Sergio Díaz-Granados, Hernando José Gómez, director de la Oficina Aprovechamiento TLC, y María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport.

El gobierno ha dicho en cabeza del ministro Díaz-Granados que el crecimiento exportador hacia Estados Unidos fue del 6,6 % en los primeros doce meses de vigencia del acuerdo, pero en valor las cifras aún no convencer. Y esas serán precisamente las que entregará el presidente Santos.

Según el titular de esa cartera la caída en los precios del petróleo y el carbón, influyó en los resultados del balance exportador.

En el marco del foro, serán varios los interrogantes que buscarán ser respondidos ante los empresarios colombianos.

Entre ellos, figuran, por ejemplo: ¿Son los tratados un elemento de estabilidad en el ámbito comercial? ¿Cuál ha sido el resultado del tratado en su primer año de implementación? ¿Tenemos sectores ganadores? ¿Cuáles son los retos para este segundo año? ¿Qué se necesita para aprovechar un tratado de libre comercio? ¿Cuáles son las principales ventajas que brinda el acuerdo con Estados Unidos?

**¿Qué nuevas macrorruedas de negocios se han previsto precisamente para dar a conocer más la producción colombiana a escala internacional?**

Hay dos estrategias que se han trazado. Una de ellas, es precisamente la Alianza del Pacífico donde estamos trabajando muy de la mano de las agencias de promoción, y parte de los resultados alcanzados es que hemos podido participar en ferias comerciales conjuntas. Por ejemplo, con Chile estamos trabajando para vender conjuntamente en Corea del Sur y otros países del Asia donde ellos ya cuentan con los canales de distribución, lo que nos ha permitido ampliar la oferta y el interés por nuestros productos. Esos resultados son cada vez más palpables en las macrorruedas de negocios donde participan compradores de estos países.

**¿Qué nuevas macrorruedas de negocios se han previsto precisamente para dar a conocer más la producción colombiana a escala internacional?**

Las macrorruedas de negocios son una herramienta muy importante que los empresarios colombianos deberían aprovechar más. Es en un solo sitio donde en día y medio pueden tener más de 15 citas de negocios en vez de salir en una misión para vender productos en el exterior. Aquí eso es posible de manera eficiente y a un costo muy bajo. Este modelo les permite cerrar un monto importante de negocios. Recientemente en la macrorrueda de la CAN logramos cerrar negocios por US\$90 millones entre los cuatro países.

En los Estados Unidos tenemos lista la macrorrueda para los días 14 y 15 de mayo, que es la oportunidad de celebrar el primer año del TLC con ese país.

Lo nuevo es que estamos incursionando en el ramo de las ventas públicas para que las empresas nacionales —sobre todo las más pequeñas— puedan vender sus productos a entidades estatales, algo que nunca habían hecho.

**¿Cómo se está manejando el tema de las visas, ya que aunque existe hoy una mayor flexibilidad, todavía son un obstáculo para muchos empresarios?**

La recomendación que le hacemos siempre a los empresarios es hacer las cosas con anticipación para tramitar sus visas y poder asistir a las macrorruedas sin problemas, ya que existe un cronograma establecido cada año desde enero. Lo importante aquí es poder trabajar con ellos conjuntamente y mirar en qué les podemos ayudar.

**¿Cuál cree que es el mayor desafío a enfrentar en esa búsqueda de mercados y clientes para los productos colombianos?**

Parte del gran reto que tenemos, y ha sido una directriz del Ministerio de Comercio, es el de diversificar más la oferta exportadora. Lo que buscamos es que cada vez más tengamos un número de empresas exportando productos de calidad y con nuevos valores agregados. Y ante todo, buscar nichos de negocios que les representen oportunidades positivas a las empresas.

**¿Ha sido difícil conquistar a los estadounidenses?**

Nos gustaría tener más empresas exportando allá, ¿cuántas, no sé?, me gustaría tener la bolita de cristal, pero eso es imposible de calcular. Lo cierto es que hoy existe un interés enorme del empresario por llegar con sus productos y servicios, no solo a Estados Unidos, sino a otros mercados. Por eso estamos poniendo al servicio de las empresas todas las herramientas de Proexport para que puedan aprovechar las ventajas y oportunidades que se ofrecen.

