

“Al Valle le veo grandes potencialidades”

Sergio Díaz-Granados, ministro de Comercio Exterior, dice que empresarios vallecaucanos han entendido que hay oportunidades más allá de los negocios tradicionales.

POR MARGARITA VIDAL GARCÉS



AL BANQUILLO CON MARGARITA

Tuvo un padre médico y político - senador, gobernador, ministro de Salud de Misael Pastrana- que dejó profunda huella en sus ocho hijos. Huérfano a los 12 años, José Ignacio Díaz-Granados se hizo responsable de sus nueve hermanos, lo que le significó trabajar desde muy joven, después de una adolescencia bastante dura que le dio seriedad y un ceño adusto, pero no le restó capacidad de dar cariño. A Sergio, su hijo menor, le llevaba 40 años, de modo que la relación fue cercana y al mismo tiempo normativa, de consejo, orientación y mucha disciplina. Alternó su profesión con labores de agricultura, en negocios heredados de su abuelo y de su padre. Eduardo Santos lo nombró Embajador en Argentina y dirigió el Liberalismo en el Magdalena, de la mano de Pedro Castro, a quien le heredó la curul en el Congreso. Su esposa, Gloria Guida es samaritana, de origen italiano en San Lucido, un pueblo encantador de la Calabria. En las reuniones familiares ella cocina con maestría para sus 8 hijos, nueros, 23 nietos y un sinnúmero de hermanos y parientes, de las edades más diversas. Toca muy bien el piano, el acordeón y la armónica y se da mañas no sólo para ser el alma en las fiestas navideñas, sino para saber, cada semana, dónde está y qué pasa con cada uno de sus hijos.

Sergio Díaz-Granados, el menor, hoy ministro de Comercio Exterior, es un hombre cálido, de fácil expresión (de hecho, habla a cien revoluciones por minuto), y le gusta expresar con claridad sus opiniones. Cuenta que estudió Derecho en el Externado con especialización en Gobierno y Finanzas, Gerencia Pública en la Universidad de Alcalá, y Derecho Constitucional en la de Salamanca. La política lo picó y llegó a ser concejal de Santa Marta. Pero su padre murió y él decidió irse a estudiar posgrados en España, donde, en medio de una gran precariedad, aprendió a cocinar, a lavar ropa, a planchar y a planificar su vida. Volvió a Colombia, a hacer política y ha sido representante a la Cámara, viceministro de Desarrollo Empresarial, presidente de Anato, secretario general del Partido de la U, trabajó en la Fundación Buen Gobierno de Juan Manuel Santos y fue pieza fundamental en el éxito de la campaña santista en la costa Caribeña.

Le gustan la música clásica y la del Caribe, bailar, hacer ejercicio, leer, y cocinar -siempre que puede- los domingos, para su esposa y sus tres hijos, que fungen de pinches de cocina. Sobre esta costumbre dice: “Es muy de la Costa Caribe crecer viendo a las abuelas, las tías y las madres preparando deliciosas recetas tradicionales. En mi casa aprendimos dos cocinas: la de sal y la de dulce”.

Bueno, pasemos a lo de sal. ¿Qué le gusta del servicio público y la política? Siempre me ha parecido una expresión fenomenal del desarrollo humano, es una de las actividades donde uno puede ver cristalizadas sus ideas y proyectos. Dos de los consejos más poderosos que mi padre me repetía, inclusive hasta cuatro días antes de morir, eran: “nunca improvises” y “en política, el peor con-

sejero es el miedo. Hay que esforzarse por hacer una buena campaña electoral -exitosa o no- pero nunca dejar que el miedo sea consejero”.

Sergio Análides hay gran número de empresas experimentadas en el mercado interno, que aún no exportan. ¿Qué lo impide?

Muchas empresas se acostumbraron a tener una posición cómoda dentro del mercado, pero eso no es suficiente. Vamos a enfrentar más competencia en los próximos 20 años y esas empresas tienen que transformarse a tiempo con el mercado nacional. Para generar una capacidad exportadora es necesario hacer acuerdos comerciales, estructurar reglas de juego estables para que los empresarios puedan hacer proyectos a mediano y largo plazo. Tenemos un gran potencial en México, Brasil, EE.UU., Chile, Canadá y, a futuro, Japón, Corea y China, mercados que hemos ido abriendo para facilitarles el camino.

¿Es un trabajo conjunto empresarios-gobierno?

Sí, necesariamente hay que trabajar con las empresas agrupadas en sectores de bienes de Agroindustria y de Servicios. La semana pasada me reuní en Medellín con más de mil empresas de 16 sectores de la economía, para analizar la estrategia que permitirá aumentar las exportaciones entre el próximo año y el 2021 y triplicarlas. Tenemos que identificar dónde están los cuellos de botella entre la puerta de las fábricas y las empresas y el exterior, que les impiden crecer.

¿Le cabe cuota de responsabilidad al gobierno nacional?

Puede haberla, o de los gobiernos locales. Pero muchas veces los problemas se presentan de la puerta de la empresa hacia adentro. La pregunta es: ¿por qué hay empresas que van bien y hay otras que van muy mal? Con estas últimas en particular estamos trabajando para ayudarlas en su transformación.

¿En qué rubros de exportación tenemos posibilidades?

Nuestra decisión es diversificar exportaciones al máximo para minimizar la dependencia. Colombia exporta hoy 70% de carbón y petróleo y es evidente que si los precios caen, el riesgo de que nos afecte es muy alto. Otro reto es diversificar al máximo las empresas exportadoras para que si mañana alguna quiebra, no se afecte el resto de la economía. Lo tercero es diversificar el número de países a los que exportamos, porque si se concentran en uno solo y sobrevienen problemas de tipo político, económico o ambiental -como pasó con Venezuela- se ocasionan pérdidas de gran impacto como las ocurridas en Risaralda, Valle del Cauca o Antioquia, que exportaban principalmente a ese país. En el macro-sector de Bienes, tenemos cinco rubros con compromisos de exportación: cosméticos y aseo personal, que viene creciendo y este año exportará mil millones de dólares, cuando no llegábamos a los 50 millones hace 10 años. Las perspectivas son enormes puesto que en el mundo se transan más de US\$150.000 millones en el comercio mundial. Otro sector que se va a transformar mucho es el de automóviles y autopartes. Allí queremos enfrentar los retos de una mayor competencia mundial en el mercado colombiano y volcarnos hacia

un modelo exportador.

Muchos alertan sobre peligros para la industria de automóviles y de autopartes, en el TLC que se adelanta con Corea.

Sí, pero las ensambladoras -básicamente cuatro grandes empresas- son conscientes de esa negociación y saben que establecimos los mayores tiempos de desgravación que Colombia ha tenido. Concertamos diez años. Hemos dispuesto una serie de decisiones internas para fomentar la inversión en estos próximos años. Nadie que cree tener que cerrar en 10 años, invierte US\$ 250.000.000 como es el caso de General Motors en Bogotá, o US\$ 50.000.000 como Renault, en Envigado, para producir un modelo de exportación a México. Hoy Colombia le está fabricando vehículos a México por primera vez.

México es una potencia automotriz.

¿Qué cambió la ecuación?

Que hubo más inversión y más competencia, mejoramiento en el mercado interno, menos pobreza en Colombia y el vehículo dejó de ser un artículo de lujo. Eso es parte de los procesos de expansión del comercio exterior y del comercio interno. Para seguir con el tema anterior, otro sector importante es el de chocolatería y galletería. El año pasado le vendimos a África US\$380 millones, de los cuales casi la mitad son chocolates y galletas, que están yendo a otros 70 países. Estamos comenzando a ver el despunte de esa industria volcada hacia fuera, muchas de ellas del Valle.

Un estudio demostró, de acuerdo con el ministro Sergio Díaz-Granados, que no hay demasiadas Zonas Francas en Colombia.

¿Cómo ve el tema del aceite de palma, impulsado masivamente?

Este año produciremos el primer millón de toneladas de aceite de palma. Un récord. Mundialmente somos el quinto país exportador, cuando hace 40 años Colombia ni figuraba en las estadísticas como productor, y en América Latina somos los primeros. EE.UU. compra 2.000.000 de toneladas anuales, Europa 5.800.000, China 6.800.000. En lo agro-industrial hay todavía mucho espacio para crecer. Otro sector que se transforma y que puede ser de una gran rentabilidad, es la industria gráfica.

¿Cómo va el tema Asia Pacífico y qué planes hay para el Valle del Cauca?

El Valle es la punta de lanza en el Pacífico. Si logramos que acelere su desarrollo, la región tendrá un efecto de bienestar sobre Cauca, Nariño, Chocó y Risaralda, su área natural de influencia. En la Región Pacífica se están viendo transformaciones interesantes. En Buenaventura con la ampliación de los puertos por parte de la inversión privada que complementa la tradicional Sociedad Portuaria, la Terminal de Contenedores que ha permitido aumentar la conectividad marítima de Colombia. Hay que destacar, por primera vez, la ruta directa Barcelona- Buenaventura sin puerto intermedio. Eso abarata la carga desde Colombia hacia Europa,

particularmente desde el Pacífico. Pronto entrará en funcionamiento Aguadulce, con una inversión de US\$300.000.000 de expansión portuaria en Buenaventura. Un gran reto es el Canal de Acceso, una obra que está dentro del cronograma. Recientemente inauguramos la Zona Franca de Celpa, complejo industrial y logístico en las afueras del Puerto, con la figura de Zona Franca. La idea es buscar industrialización para que Buenaventura no sea solamente una ciudad con muelle, sino una ciudad portuaria completamente transformada. Para resumirle, al Valle del Cauca en general le veo grandes potencialidades.

¿Concretamente, cuáles?

Aparte de la industria de confitería y de biocombustibles, está también la de hortalizas y frutas, que tienen inmensa demanda mundial. Solo Corea, donde Colombia no vende nada todavía, importa al año US\$ 2.100.000.000 en esos productos. Algunos empresarios han comenzado a colocar allá café y flores con muy buen resultado. Pienso que los TLC deberían volcar al Valle del Cauca y a todo el Pacífico, en un plan claro de presencia en el mercado asiático, particularmente en Corea, Japón y China, que van a seguir creciendo. Podemos convertirnos en un gran proveedor de alimentos procesados, de agro-industria, y comenzar a participar en cadenas de valor agregado con estos tres países. También hay inversiones como la realizada en la Zona Franca de Palmira, entre el Valle y Chile, respaldada por el gobierno y enfocada precisamente al procesamiento de frutas congeladas para exportación. Queremos que el tren vuelva a operar regularmente, que vaya de Yumbo hasta Buenaventura, y que el día de mañana llegue hasta Risaralda y todo el Eje Cafetero. Para ello hay que avanzar en dos temas vitales: infraestructura y conectividad.

El Valle está en gran parte sembrado de caña de azúcar que surte los grandes ingenios, ¿los empresarios del Valle están dispuestos a diversificar?

Yo veo una clara vocación de las empresas vallecaucanas de apostar a los mercados externos, porque han entendido que hay oportunidades más allá de los negocios tradicionales. Durante la Asamblea Nacional de Zonas Francas se presentó el proyecto ZonaAmérica, que será una de las más importantes de América Latina y del mundo, y que se quiere hacer en Cali.

El sistema de Zonas Francas tiene críticos. Se dice que han proliferado mucho y que las exenciones son altas.

Hicimos un estudio para valorar el sistema, desde Canadá hasta Argentina que demuestra que no hay demasiadas Zonas Francas en Colombia, donde tenemos 110 declaradas y 70 en operación. Si nos comparamos con México o los países centroamericanos, vemos la gran diferencia con Colombia: allá no paga impuestos, aquí pagan el 15% de renta, sea que no es un régimen totalmente exonerado. En el año 2005, por medio de una ley se estableció una tarifa de renta equivalente al 50%. Eso no erosionó los tributos; por el contrario, el recaudo por impuestos de renta creció y el de Zonas Francas también, por una razón práctica: las Zonas Francas estaban en cero y empezaron a pagar el 15%.

Pasa a la pág. A17