

COLOMBIA, UNA VENTANA AL FUTURO

Colombia es uno de esos países que no se cuenta con ellos a la hora de prever un desarrollo de mercado; sólo pensamos en términos de narcotráfico, violencia y delincuencia... pero afortunadamente no es así.

Este país tiene unos enormes retos en desarrollo cara al futuro, y la agricultura es un sector en el que el actual gobierno de Uribe, desea apostar con gran fuerza; piensen que su parque de tractores es ínfimo para una extensión de 10 300 millones de ha, y se está llevando a cabo una importante transformación.

La fabricación de maquinaria agrícola es poca, y las empresas cuentan con una media de 35 empleados, con máquinas muy específicas para cultivos como la palma, el café –sujeto a los vaivenes del mercado–; es por ello que los empresarios españoles tienen una gran posibilidad de desarrollar negocios, a través de *joint-ventures* o con presencia mediante importadores. Según consta en la Cámara de Comercio de Bogotá, Howard es la única empresa con presencia importante entre las empresas españolas, pero nuestro país sólo vende por valor de 2 millones de dólares, muy por debajo de los líderes, como son México, Estados Unidos y Brasil... con 21 millones de US\$ el primero.

Las marcas más presentes son Case IH, John Deere, New Holland, Kubota, Belarus, Zetor, Massey Ferguson, Valtra... y otras como Perkins, Tatu, Baldan, Kuhn, Gallignani, Kverneland, etc., pero, al no existir estadísticas fiables, no es fácil globalizar la participación de cada una de ellas, sólo se pueden basar en datos de partidas arancelarias.

¿Qué puede hacer España?... Ante todo, aquellos que decidan apostar por este mercado, conocer la realidad del país y cuando digo la realidad es la auténtica, no la basada en los tópicos; la situación política está cambiando a pasos agigantados en tan sólo dos años; no se puede negar que aún no está solucionado el problema de la guerrilla y los paramilitares, pero eso sólo sucede en zonas específicas... No olvidemos de lo que sucede en nuestro país 'tan europeo'.

Según mi opinión, basada en mi presencia real en este país, lo fundamental es saber la política financiera e impositiva que existe, al igual que conocer las zonas de ubicación empresarial –Cali y Bogotá principalmente–, y conocer la situación de los cultivos y su mecanización, teniendo en cuenta la presencia de tractores, con un claro protagonismo de los fabricados en EEUU y Brasil, y, sobre todo, después de la firma del tratado de Libre Comercio y de los acuerdos con Mercosur, se debe pensar en aquellos que, por sus características, serían los idóneos (articulado, isodiamétricos y especiales), en aperos, creo que tenemos empresas españolas con amplias posibilidades.

A nivel de promoción, y al margen de las ferias agropecuarias, la más conocida es la Feria Internacional de Bogotá, con celebración del 2/6 de octubre, donde se citan más de 50 000 visitantes; pero al margen de este feria, cabría la posibilidad de desarrollar una exposición genuinamente pensada en exportar en la Zona Franca de Bogotá, en base a imágenes y paneles informatizados de aquellas empresas deseosas de abrirse a este mercado con unas amplias posibilidades.

Nuestros mercados son aquellos en los que aún podemos desarrollar nuestra experiencia y tenemos la tecnología necesaria... No seamos pusilánimes y aprovechemos las oportunidades que aún se nos brindan, pensando en la magnífica acogida que tienen nuestros productos en otros mercados similares... Aunque el euro no apoyó mucho.■



Julián Mendieta

julianmendieta@bh-editores.com