



OCTUBRE DE 2023.

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.

PRESENTADO POR:
Observatorio de Internacionalización
Empresarial y Regional.
Correo: oier@ceipa.edu.co.

Contenido

Presentación	pág. 2
Análisis de comercio internacional	pág. 3
Internacionalización empresarial: El milagro del molino para la internacionalización en África, el caso de Victoria	pág. 10
Internacionalización regional: Internacionalización territorial en África	pág. 13
Entorno financiero internacional: África: El renacimiento en la dinámica petrolera mundial	pág. 14
Perspectivas globales: La influencia de la geopolítica mundial en los negocios: África, el complejo continente de las oportunidades.	pág. 15
Eventos	pág. 16
Noticias OIER	pág. 16

Presentación

Presentamos una nueva edición del Boletín del Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional (OIER), una herramienta para la presentación de datos, contactos, casos y herramientas que resultan útiles para el tejido empresarial y el fortalecimiento de sus capacidades empresariales, para la comunidad académica y empresarial de la región.

Esta edición, correspondiente al mes de octubre, es una edición especial en convenio con la Cámara de Comercio Aburrá Sur. Además de esto, es una edición concentrada en el continente africano, dada la importancia que se le ha dado a esta región en la estrategia de la política exterior del gobierno colombiano.

Este boletín se divide en seis secciones de análisis de la internacionalización. La primera sección está dedicada al análisis del comercio internacional de Colombia con el mundo, en este número se analizó el comportamiento de las exportaciones e importaciones del país con el continente africano en el periodo enero-julio de 2023. Esto con la intención de determinar el nivel de intercambio comercial con este continente de 54 países, en el que se presentan más 1500 dialectos y con el que Colombia mantiene una enorme distancia cultural. Se analizó también en esta primera sección, las cifras de comercio entre Antioquia y África.

En la misma sección se analizó el comportamiento del comercio internacional de los municipios de sur del Valle de Aburrá, durante el primer semestre del año. Allí se revisó también el potencial de las empresas de esta región para penetrar el continente africano en sus iniciativas de internacionalización, ya sea para exportación o importación.

La segunda y tercera sección abordan análisis de casos de internacionalización, uno empresarial, dedicado a la empresa MU MECANICOS UNIDOS SAS, realizado por la Dra. Ana Maria

Gomez-Trujillo. Este es el caso de una empresa radicada en el Aburrá Sur, que en su estrategia de internacionalización llega a más de 30 mercados internacionales, entre ellos, algunos países africanos. Posteriormente, se desarrolla un caso de internacionalización territorial, dedicado al análisis de la paradiplomacia en el continente africano, por el Dr. Juan Camilo Mesa Bedoya.

Además, para ambas secciones se incluyen seguimientos de medios, sobre las principales noticias de estas áreas que tuvieron lugar en el mes de septiembre.

En la cuarta sección se aborda el tema “África: El renacimiento en la dinámica petrolera mundial” en el habitual análisis del entorno financiero internacional por el Mgrt. Juan Sebastián Rodríguez Jiménez. Por último, la quinta sección contiene el análisis de perspectivas globales, en la que el Dr. Daniel Bonilla-Calle abordó la influencia de la geopolítica mundial en los negocios, con énfasis en África, el complejo continente de las oportunidades.

Por último, este boletín contiene un apartado sobre eventos institucionales para el mes de octubre y las buenas nuevas que les estaremos compartiendo desde el OIER. Esperamos sea agradable su lectura y valiosas las contribuciones para su quehacer académico y empresarial.

Equipo OIER.

Análisis de comercio internacional

Los indicadores de comercio internacional desempeñan funciones diversas que abarcan desde la evaluación de la posición comercial de un país, hasta la identificación de ventajas comparativas. Además, permiten profundizar en el análisis de aspectos como la diversificación o concentración en cuanto a productos y destinos comerciales. Este conjunto de herramientas analíticas desempeña un papel vital en el fomento de la comprensión de los flujos comerciales transnacionales y en la simplificación de los procesos de toma de decisiones en el ámbito empresarial.

Para una mayor comprensión de los indicadores acá presentados, recomendamos la lectura de esta misma sección en el [BOLETÍN OIER | AGOSTO DE 2023](#). En este boletín se incluyó de forma detallada la explicación de los indicadores, así como las ecuaciones de cálculo de estos.

Los indicadores articulados en esta sección se caracterizan por su claridad interpretativa y su metodología de aplicación práctica, con el objetivo de proporcionar una herramienta de fácil acceso y utilización para estudiante, profesores y empresarios.

Esta sección se concentra en el análisis de estos indicadores en la relación comercial entre África y Colombia.

Análisis de los indicadores a nivel país

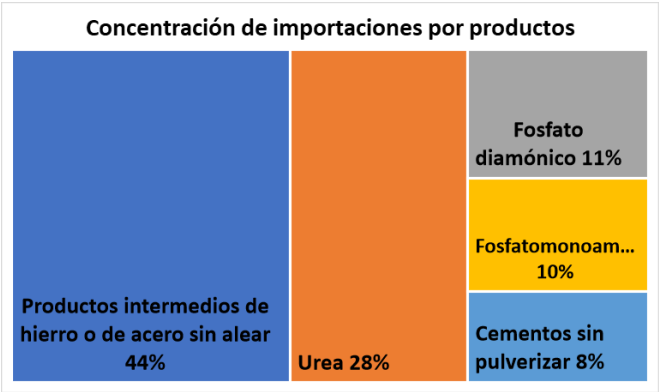
Para el periodo Enero - Julio 2023, el comportamiento del comercio internacional colombiano con respecto al continente africano se desarrolló de la siguiente manera:

Variable	Enero - Julio
Exportaciones totales (FOB)	\$ 1.928,92
Importaciones totales (FOB)	\$ 853,31
Balanza comercial	\$ 1.075,61

Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex. Cifras en miles de millones de pesos colombianos

El índice de concentración por productos en importaciones desde África hacia Colombia obtuvo un resultado para el periodo analizado de un 65,79%. Por otro lado, en cuanto al índice de concentración por productos en exportaciones desde Colombia hacia África obtuvo un resultado de 87,30%. Es decir, que el portafolio de importaciones se encuentra ampliamente diversificado, con respecto al de las exportaciones.

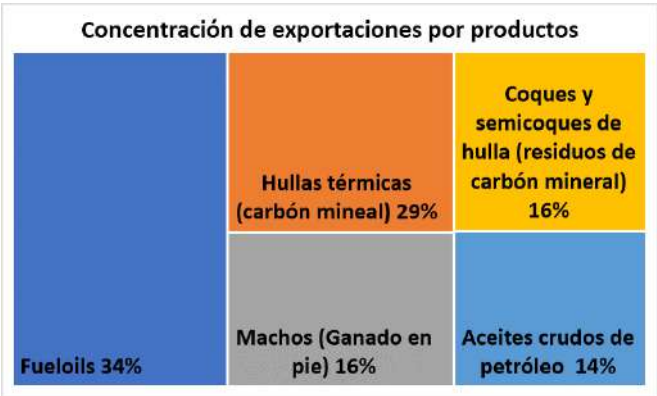
Los cinco productos de concentración de importaciones y exportaciones para el periodo analizado son los siguientes:



Entre los productos más importantes desde el continente africano, sobresalen la urea, el fosfato diamónico y el Fosfato monoamónico, estos tres productos representan el 48% de la concentración en productos y el 32% de las importantes totales de Colombia desde esta región. Los tres son productos ampliamente utilizados en la agricultura e indispensables en la fertilización de los suelos para la producción de alimentos.

También se destacan las importaciones de productos de hierro o acero sin alear, que se utilizan en diversas industrias como la manufactura y la construcción. De igual manera, llama la atención la importación de cemento sin pulverizar, que podría estar relacionada con proyectos de construcción en crecimiento en Colombia o con la necesidad de cumplir con la demanda interna de cemento. Es llamativo este monto de importaciones dado que, en 2023, el sector de la construcción reportó una caída de

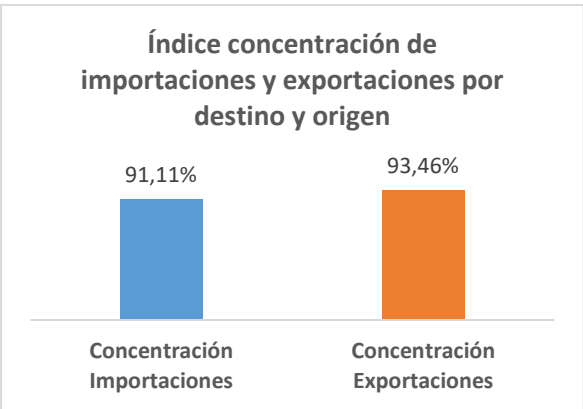
49,8% según cifras del DANE. En cuanto a las exportaciones es claro que existe una amplia concentración en productos del sector minero energético.



Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex

Llama la atención la exportación de ganado en pie, un mercado relativamente nuevo en el contexto colombiano, por valor FOB aproximado de 276.000 millones de pesos, es decir, el 16% de la concentración de productos exportados y, a su vez, el 14% del total de las exportaciones colombianas al mercado africano en el periodo analizado.

La comparativa de los índices de concentración por destino en exportaciones e importaciones en el periodo analizado, proporciona información valiosa sobre la diversificación de los destinos de exportación e importación de Colombia con respecto al continente africano. A continuación, se analiza esta dinámica:



Nota: Elaboración propia a partir de datos de Legiscomex

A pesar de que tanto las importaciones como las exportaciones presentan una alta concentración

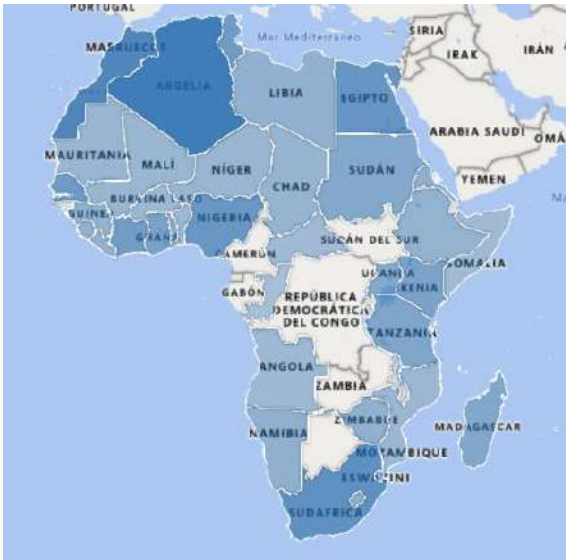
en destino y origen, vale la pena mencionar los productos colombianos llegan a 40 destinos en África, aproximadamente el 75% del continente.



Los principales socios en materia de exportaciones colombianas a África son Egipto, que representa el 47% de las exportaciones, seguido de Marruecos, Costa de Marfil y Sudáfrica, que, de manera combinada, representan el 42% de las exportaciones. El quinto destino de las exportaciones colombianas hacia África es Gabón, con el 5% del volumen total



Aunque la balanza comercial de Colombia con el continente africano es superavitaria, es importante resaltar que, si bien en las exportaciones se llega a 40 destinos, las importaciones proceden de 42 países, es decir, es un portafolio más amplio en este ítem.



Del total de las importaciones que provienen de África, el 46% de estas proceden de Argelia, seguidas por un 26% de Marruecos. En tercer lugar, se encuentra Sudáfrica, con 12% de las importaciones. Egipto y Nigeria se encuentran en cuarto y quinto lugar, con un 6% y 5% respectivamente. En este punto, es importante resaltar con todos estos países, Colombia tiene una balanza comercial en superávit.



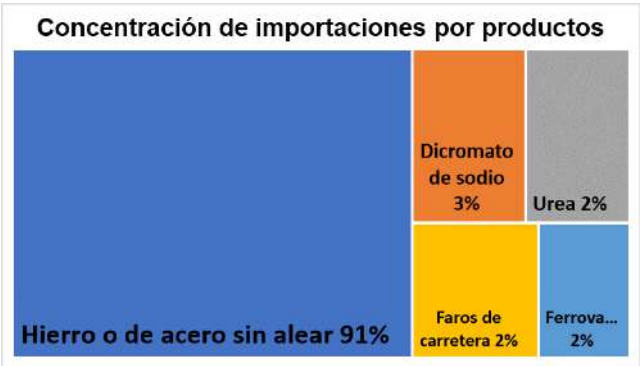
Análisis de los indicadores a nivel departamental: Antioquia

Ahora bien, para tener una visión más regional, se analizaron los datos de exportación e importación hacia el continente africano con énfasis en el Departamento de Antioquia. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Las exportaciones antioqueñas hacia África en el periodo enero-julio 2023, llegaron un monto de 33.671 millones de pesos (Valor FOB), mientras que las importaciones fueron por aproximadamente setenta millones de pesos (valor FOB). La cifra es abrumadoramente desigual, por lo cual es posible afirmar que existe una amplia ventaja competitiva de los empresarios antioqueños para entrar en el mercado africano.

Independientemente del volumen del comercio entre estas regiones, el índice de concentración por productos en importaciones desde África hacia Antioquia obtuvo un resultado para el periodo analizado de un 87,13%. Por otro lado, en cuanto al índice de concentración por productos en exportaciones desde Antioquia hacia África obtuvo un resultado de 70,02%. Es decir, que el portafolio de exportaciones se encuentra bastante diversificado en productos hacia este mercado.

Los cinco productos de concentración de importaciones y exportaciones para el periodo analizado son los siguientes:



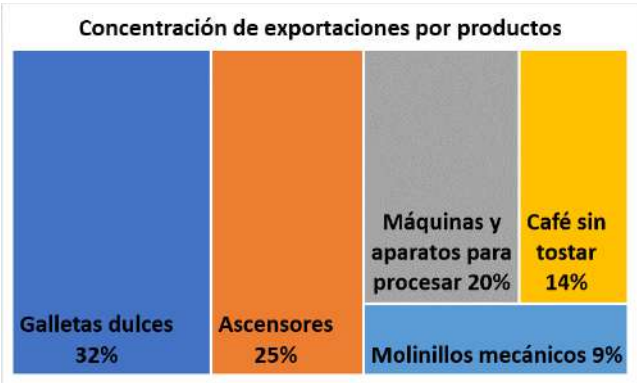
En relación con los productos importados desde el continente africano, independiente de su monto, se destaca la alta concentración en

importación de hierro o acero sin alear lo que sugiere su uso en diversas industrias en el departamento de Antioquia, como la manufactura y la construcción.

Por otro lado, el dicromato de sodio y el ferrovanadio son compuestos químicos que puede tener diversas aplicaciones, como en la industria química o la metalurgia.

Al igual que en la dinámica de nivel, país, se realizaron importaciones de urea.

Los faros de carretera contribuyen con el 2% de la concentración de las importaciones, y está relacionado con la necesidad de repuestos o componentes para vehículos.



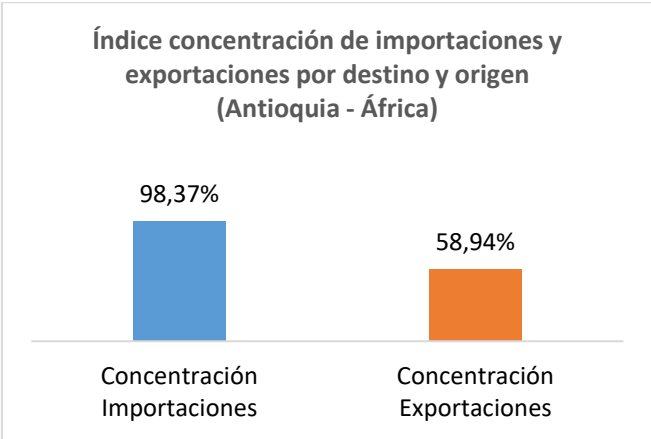
Antioquia exporta una variedad de productos a África, desde productos alimenticios como galletas y café hasta maquinaria industrial.

Las galletas dulces son un producto exitoso en el mercado africano y tienen una demanda significativa, representando el 32% de la concentración en productos y el 23% de las exportaciones antioqueñas a esta región. Además de esto, Colombia es conocida por su café de alta calidad, y esto refleja la demanda continua de café colombiano en África.

La maquinaria representada en la partida arancelaria 8428909090 (Ascensores), representa una industria en crecimiento en Antioquia y, además, la oportunidad de exportación de productos de alto valor agregado, al igual que la exportación de máquinas y aparatos para procesar alimentos y los molinillos

mecánicos, que representan, entre ellos, el 54% de la concentración de productos en exportación y 38% del total de las exportaciones antioqueñas a este continente. También es un signo del proceso de industrialización y reindustrialización de las empresas antioqueñas.

En relación con la comparativa de los índices de concentración por destino en exportaciones e importaciones en el periodo analizado entre Antioquia y África, proporciona información valiosa sobre la diversificación de los destinos de exportación e importación de Colombia con respecto al continente africano. A continuación, se analiza esta dinámica:



Los destinos de las exportaciones antioqueñas hacia África se encuentran ampliamente diversificados. Los empresarios antioqueños han internacionalizado sus productos a 25 destino en dicho continente, aproximadamente el 46% de los países africanos. Sin embargo, aunque esta cifra es muy buena, llama la atención que no se hayan penetrado los otros 15 destinos a los que se llega a nivel nacional, por lo que aquí se observa una valiosa oportunidad para las empresas antioqueñas de llegar, por lo menos, a otros 15 destinos adicionales en este continente.

Los principales socios en materia de exportaciones antioqueñas a África son Sudáfrica, que representa el 18%, Yibutí y Nigeria con el 12%, Costa de Marfil con el 10% y Ghana con el 8%.



Dentro de estos cinco principales destinos de las exportaciones antioqueñas, llama la atención Yibutí, dado que el monto exportado a este territorio desde Antioquia representa el 90% de las exportaciones colombianas hacia dicho destino.



También, llama la atención, que este monto de exportaciones, de aproximadamente 4.000 millones de pesos, se concentra en una única partida arancelaria 8438809000, que corresponde a máquinas y aparatos para

procesar, como despulpadoras y trilladoras. También se destaca que es una única empresa antioqueña la que provee este tipo de productos al mercado en mención.

Es importante destacar que existe una altísima concentración de importaciones por país de procedencia en el caso de los países africanos hacia Antioquia, con un 98,37%, provenientes de 21 países, es decir, el 50% del orden nacional. Por lo tanto, lo que acá se observa también es una oportunidad para los empresarios Antioqueños, para que observen a este continente como un importante socio para sus iniciativas de internacionalización por la vía de importaciones ya sea para abastecimiento o comercialización. Las importaciones antioqueñas desde África representan el 0,01% del total nacional, y podrían existir opciones interesantes para los empresarios antioqueños en este continente.



Argelia, Sudáfrica, Marruecos, Túnez y Nigeria, son los cinco principales países de procedencia de las importaciones antioqueñas desde este continente, concentrando Argelia el 80% de estas. Los productos que provienen de dicho destino pertenecen a las siguientes partidas arancelarias, 3102101000 (Urea) y 7207200000 (Productos intermedios de hierro o de acero sin alear).



**Análisis de los indicadores a nivel regional:
Aburrá Sur.**

En cuanto sur del Valle de Aburrá, se destaca, por cifras de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, que las Exportaciones de los municipios del Aburrá Sur presentaron crecimiento en el primer semestre del 2023, a excepción del municipio de la Estrella el cual presenta disminución en sus exportaciones.

El ranking de exportaciones de los municipios del sur del Valle de Aburrá está liderado por Envigado, con el 51% del total de las exportaciones, seguido por Itagüí con el 19%, Sabaneta con el 16%, La Estrella con el 12% y finalmente Caldas con el 3%. En cuanto a las importaciones, el comportamiento de los municipios no presenta mayores variaciones. Envigado es el municipio con mayor cantidad de importaciones en el primer semestre de 2023, seguido de Itagüí, La Estrella, Sabaneta y Caldas.

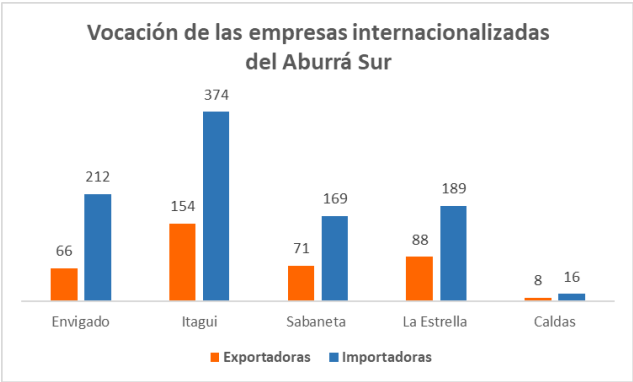
Variable	Enero - Julio
Exportaciones totales	\$ 426,5
Importaciones totales	\$ 1.724,3
Balanza comercial	- \$ 1.297,8

Nota: Elaboración propia con datos de CCAS. Cifras en millones de dólares estadounidenses

La balanza comercial entre los municipios del Aburrá Sur y sus socios en el mundo es deficitaria.

Sobresale en este ranking, que de las 387 empresas del Aburrá Sur que exportaron en el primer semestre de 2023, 66 están radicadas en el municipio de Envigado, el principal municipio exportador. Destacándose entre estas, la empresa “Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S” conocida como SOFASA, la mayor exportadora de esta región. No obstante, también vale la mencionar que esta misma empresa es la principal importadora.

8

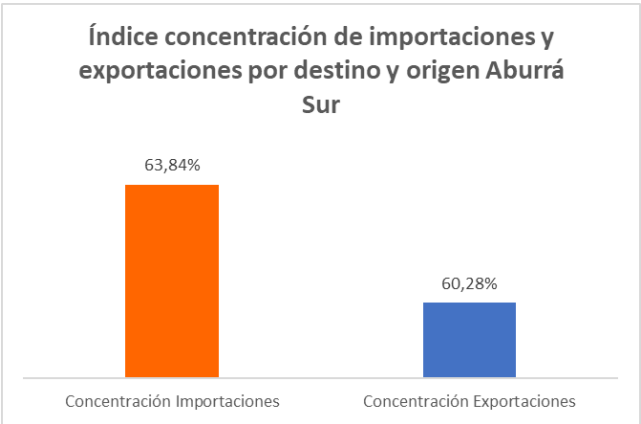


Se destaca una mayor vocación de las empresas de esta región hacia la importación, ya sea para abastecimiento o comercialización, y eso explicaría en gran medida el comportamiento de la balanza comercial. Las empresas importadoras en este periodo fueron 960, 2,5 veces más que las exportadoras.

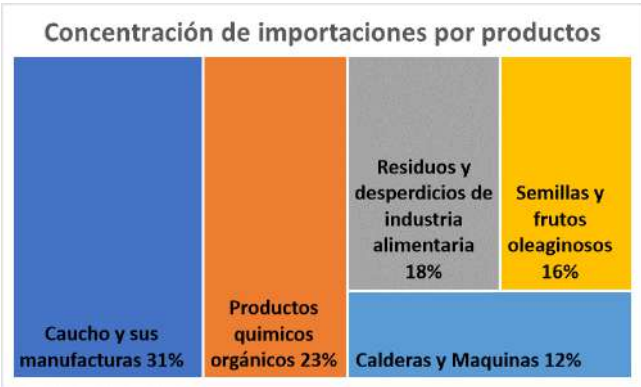
Se destaca en este punto que 73% de las exportaciones de la región las realiza la Gran Empresa, la cual representa el 21% del total de empresas exportadoras. No obstante, existe un gran potencial exportador en las medianas, pequeñas y microempresas asentadas en el territorio.

Independientemente del volumen del comercio internacional del Aburrá Sur, con el mundo, el índice de concentración por productos en importaciones obtuvo un resultado para el periodo analizado de un 63,84%. Por otro lado, en cuanto al índice de concentración por productos en exportaciones obtuvo un resultado de 60,28%.

Es decir, que tanto el portafolio de importaciones como de exportaciones se encuentra bastante diversificado en productos.

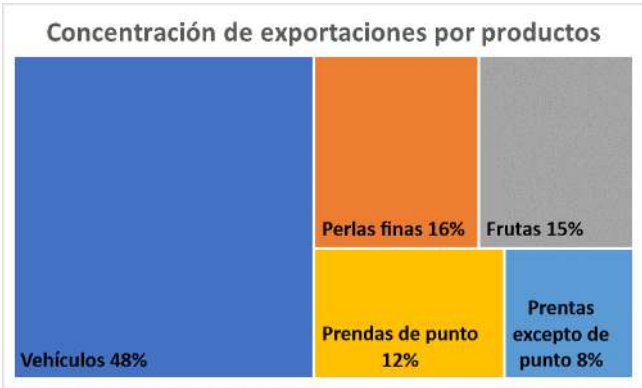


Los cinco productos de concentración de importaciones y exportaciones para el periodo analizado son los siguientes:



El principal producto de importación de las empresas del Aburrá Sur es el caucho, en esta categoría se incluyen los neumáticos, partes de vehículos, y otros productos relacionados. En cuanto a los productos químicos orgánicos esta categoría abarca una amplia gama de productos químicos utilizados en diversas industrias, como la química, farmacéutica y manufacturera. Entre ambos, se concentran el 54% del indicador y aproximadamente el 30% de las importaciones.

Las exportaciones de los municipios del sur del Valle de Aburrá reflejan una diversidad de actividades económicas, desde la industria automotriz hasta la producción de perlas y productos agrícolas.



Las exportaciones de vehículos representan casi la mitad (48%) del indicador y a su vez el 30% de las exportaciones. Lo anterior hace referencia la fuerte presencia de la industria automotriz en la región representada en la empresa SOFASA. La exportación de vehículos es una fuente significativa de ingresos y empleo, por lo que es importante mantener la calidad y la competitividad de estos productos para mantener y expandir los mercados de exportación.

En cuanto a los textiles, se destacan las prendas de punto que son productos que incluyen suéteres, bufandas y similares, y las prendas de vestir que no son de punto, como camisas y pantalones. En total representan el 12% de las exportaciones de la región.

Uno de los mayores retos de las empresas del sur del Valle de Aburrá es aumentar los destinos de las exportaciones, dado que el 82% de las empresas internacionalizadas llegan entre 1 a 5 destinos a nivel mundial.



Dando un vistazo un poco más amplio a los destinos de las importaciones que realizan los municipios del sur del Valle de Aburrá, existe una concentración del 68,5% en procedencia, es decir que, en cuanto a proveedores, existe una amplia diversificación. Estados Unidos y la República Popular China son los principales proveedores. Brasil, Corea del Sur y Argentina también hacen parte del grupo de los países de los que más se importa hacia el sur del Valle de Aburrá.



En el caso de las exportaciones que realizan los municipios del sur del Valle de Aburrá, existe una concentración del 63,5% en destino, que está ampliamente diversificado el portafolio de clientes para los productos procedentes de esta región

México y Estados Unidos son los principales destinos, seguidos de Ecuador, Emiratos Árabes Unidos y Perú. Es decir, hay una amplia concentración en los destinos en Latinoamérica.

Las empresas del Aburrá Sur, ya han incursionado también en el mercado africano, no obstante, es una porción muy baja con respecto al gran potencial que otorga este continente. Según información de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, dos empresas asentadas en este territorio exportan a África. Este es un mercado al cual las empresas antioqueñas ya han accedido, por lo cual existe un gran potencial de penetración. Además, las iniciativas del Gobierno Nacional con respecto al continente africano generan un potencial de apertura aún mayor tanto para las importaciones como para las exportaciones del Sur del Valle de Aburrá.

Internacionalización empresarial

El milagro del molino para la internacionalización en África, el caso de Victoria

Por: Ana Maria Gomez-Trujillo – PhD

MU MECANICOS UNIDOS SAS, es una empresa que fabrica los productos con marca VICTORIA y es una empresa familiar que nace en 1939 en Medellín, Colombia. Su historia inicia con Raúl Mejía, quien a sus 16 años decide emprender en la industria de la fundición fabricando soldados y crucifijos, que pintaba y vendía para ayudar a su familia. Pocos años después, Raúl crea el primer molino de grano, dando origen a la marca Victoria.

En la actualidad, además de su producto insignia, el molino, Victoria cuenta en su catálogo con productos como sartenes, ollas, planchas, cazuelas, hornos, tortilladoras, accesorios y utensilios de hierro. Su propósito es “crear experiencias únicas, fomentando una alimentación consciente, generación tras generación”.



Su incursión en los mercados internacionales inicia en Centroamérica en 1972, y seis años después, en 1978, esta empresa ya exportaba a los cinco continentes el 85% de su producción. Hoy Victoria exporta a 38 países, dentro de los que se encuentran destinos como Suráfrica,

Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, México, Suecia, y Dinamarca, entre otros.

Su primera exportación a África se da en 1974, específicamente a Camerún, y después de iniciar estas ventas, han exportado de manera regular a Nigeria y en los últimos cinco años a Suráfrica. Sin embargo, su llegada a África se da por una historia singular que relata su actual gerente general, el señor Andrés Felipe Mejía, hijo del fundador.

Cuenta Mejía que todo inició con uno de los hermanos de su padre, quien era un sacerdote jesuita que vivía en el aquél llamado Congo Belga. En los setenta, el sacerdote regresa a visitar a su familia en Colombia por un periodo de dos meses, y el señor Raúl le da dos molinos con la intención de realizar alguna actividad de comercio en África, ya que sabía que en este país había cultura de maíz, por lo que los molinos podrían ser útiles.

Sin embargo, el sacerdote, al regresar a África decide donarle un molino a una comunidad de monjas colombianas que trabajan en un hospital. A este hospital llega uno de los jefes de la etnia Igbo, una de las etnias más extendidas de África, infectado de malaria.

Las monjas, haciendo uso del molino, preparaban y compartían arepas con los enfermos, y este líder, se interesó tanto, que llamó a Raúl hasta Colombia y se convirtió en su primer cliente en África, dando origen a lo que en palabras de Andrés Felipe se define como “El milagro; el cura que inició el trabajo e hizo el milagro en África”.

Desde ese entonces, la empresa ha logrado posicionarse en diferentes países, tanto así, que han tenido que presentar demandas de falsificación de productos en 15 países diferentes.

Actualmente, sus principales destinos de exportación son: Estados Unidos, México, Guatemala, Australia, Suecia, Ecuador, Nicaragua y Honduras. Países en los que hay cultura en cocinar con hierro fundido y donde hay cultura del maíz.

Estos procesos de internacionalización de la empresa inician con el entendimiento del mercado, para posteriormente visitar el país, buscar un importador y desarrollar un plan de mercadeo, alineado con lo que encuentren en cada país. Adicional a esto, la participación en ferias mundiales en países como Alemania, México y Estados Unidos les ha permitido conocer clientes y relacionarse.

Con relación a su modo de entrada, Victoria trabaja con distribuidores mayoristas en unos casos, y en otros, lo hacen con retailers que tienen tiendas o ventas e-commerce.

Adicionalmente, aunque no cuenten con modos de entrada de inversión extranjera o producción internacional, sus productos son adaptados según las preferencias y gustos de los consumidores; como es el caso del molino de granos, que en Camerún no se usa únicamente para moler maíz, sino también para moler maní, por lo que tuvieron que desarrollar unos discos de molienda fina; el caso del molino rojo en México, o el molino de café en Guatemala.

En cuanto a los desafíos que se encuentran en estos procesos de internacionalización, es el ser considerado como empresa viable como proveedor, por lo que inician haciendo una presentación de Colombia, debido a la imagen que se tiene del país.

Adicional a este desafío, la empresa también ha identificado que particularmente Nigeria y Camerún presentan serios problemas de inflación y de escasez de divisas, por lo que deben tener un estrecho conocimiento de sus clientes para gestionar estos riesgos; sin embargo, a pesar de estas condiciones macroeconómicas, hay un buen servicio logístico a estos países con navieras como Maersk y Mediterranean.

Al analizar la visión de largo plazo de la empresa y su presencia en África, el gerente general indica que es importante no analizar África como un bloque, ya que esta es una región conformada por muchos países con costumbres y condiciones económicas muy distintas. Es muy importante

conocer la historia de cada uno, las etnias de su población, las religiones y sus idiomas. Muchos de estos países fueron colonias inglesas, francesas o belgas, por lo que sus tradiciones y costumbres son diferentes. Adicionalmente, hoy hay una gran influencia de China que ha financiado grandes proyectos de infraestructura con préstamos de largo plazo a algunos de estos gobiernos.

En este sentido, cada país africano representa una oportunidad única y diferente que requiere una estrategia propia de internacionalización y un estudio detallado de sus condiciones para llevar a cabo un proceso exitoso.

Adicional a esto, la transformación de su página web y su presencia en redes sociales, les ha permitido lograr un posicionamiento y reconocimiento internacional como vendedores de experiencias.

Es así entonces, como esta empresa colombiana ha logrado posicionarse en todos los continentes y seguir creciendo e innovando en sus productos y procesos, garantizando su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

En conclusión, es indispensable entender la demanda del producto o servicio que se va a internacionalizar, hacer un estudio detallado de las condiciones del país al que se quiere llegar, desarrollar una estrategia de internacionalización y mercadeo, y entender las características de la competencia; además de ver la internacionalización como una estrategia para la diversificación de riesgos, de mercados, de clientes, que ayuda al desarrollo de ventajas competitivas y que permite generar nuevas proposiciones de valor.

Monitoreo de medios en internacionalización empresarial

En esta sección se presentan sucesos relevantes de carácter regional en materia de internacionalización empresarial.

Bancoldex lanzó líneas de crédito para pequeñas empresas por \$320.000 millones

Bancoldex lanzó un portafolio crediticio especial para micro, pequeñas y medianas empresas compuesto por cuatro líneas de crédito que suman más de 320.000 millones de pesos. Se trata de las líneas: Mipymes Competitivas, Internacionalización para la Productividad, Sostenible Adelante y Mujeres Empresarias,

Enlace de la noticia: <https://acortar.link/CL0SOd>

Cinco MiPymes podrán viajar a Corea del Sur, gracias a convocatoria de internacionalización de la Alcaldía de Medellín

Con el objetivo de seguir fortaleciendo y expandiendo el ecosistema empresarial de Medellín, la Administración Distrital abre la convocatoria del programa de formación e inmersión para la internacionalización de MiPymes, con el cual 90 micros, pequeñas y medianas empresas tendrán acompañamiento empresarial.

Los interesados se pueden inscribir hasta el 13 de octubre, en www.medellindigital.gov.co.

Enlace de la noticia: <https://acortar.link/b7bjL0>

La Cámara Colombo China tiene nueva directora regional para Antioquia

Se anuncia la integración como miembro del de la Cámara Colombo China a la nueva Directora Regional de Antioquia, Sin Kit I (Sinki), quien desempeñará su cargo desde Medellín, para continuar fortaleciendo las labores bilaterales

Enlace de la noticia: <https://acortar.link/ReCVyF>

Internacionalización regional

Internacionalización territorial en África

Por: Juan Camilo Mesa Bedoya – PhD

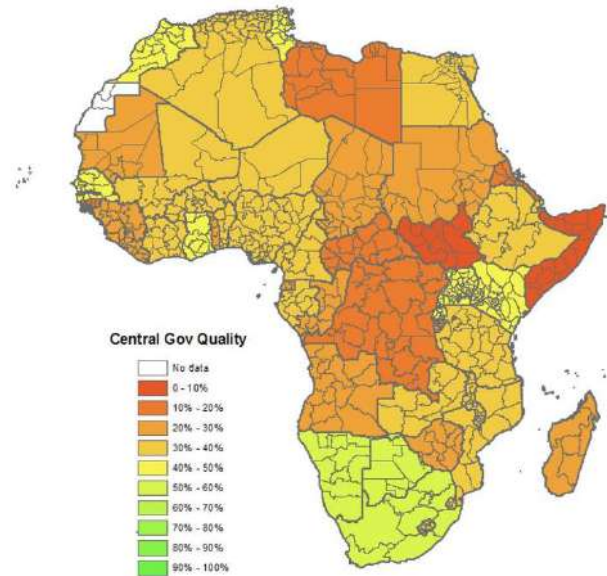
A pesar de las condiciones socioeconómicas y políticas desafiantes en la mayoría de los estados africanos, se han observado avances significativos en la participación de los gobiernos subnacionales en asuntos internacionales en los últimos años. Esto es especialmente evidente en el caso de Sudáfrica y podría volverse crucial en otros países federales como Nigeria o Etiopía en el futuro cercano.

La transición sudafricana hacia la democracia ha brindado nuevas oportunidades para el regionalismo tanto a nivel internacional como subnacional. La integración económica de facto con economías vecinas ha impulsado esquemas de cooperación regional, como la renovada Comunidad de Desarrollo del África Meridional, que ofrece oportunidades para la participación subnacional. Ejemplos notables incluyen el Corredor de Maputo, en el que las provincias sudafricanas de Gauteng y Mpumalanga están involucradas (Blanc, 1997), y el Proyecto de Agua de las Tierras Altas de Lesotho, que beneficiará a Gauteng con recursos hídricos (Cling, 1997).

Contrario a la creencia de la debilidad institucional de los Estados africanos, se ha demostrado que estrategias populares de supervivencia y organización política a través de actividades transfronterizas y economía informal son importantes, especialmente en áreas de crisis económica y social. Algunas regiones fronterizas han prosperado debido a estas interacciones transnacionales.

El regionalismo transnacional a menudo desafía el modelo territorializado del Estado introducido durante el período colonial, ya que depende de la evasión del control estatal o la negociación con funcionarios públicos. Sin embargo, esta situación se está reconociendo cada vez más en las políticas nacionales y programas de

cooperación internacional. Específicamente, se ha sugerido que algunas regiones fronterizas tienen el potencial de impulsar la diplomacia preventiva y el desarrollo económico en África.



En algunas zonas, como Ruanda y Burundi, o Sierra Leona y Liberia, la dinámica fronteriza parece ser más fuerte que los gobiernos centrales. En otros, como Sudán del Sur, Angola o la República Democrática del Congo, entre otros, donde el concepto de territorio nacional está en grave disputa, los flujos transfronterizos son simplemente ignorados por los gobiernos centrales. Pero en otros países más estables como Uganda, Benin, Togo, Senegal, Gambia, Níger, Ghana y Nigeria, los flujos transnacionales son un componente vital de las orientaciones políticas de los gobiernos centrales (Bach, 1997)

Desde una perspectiva muy diferente, otro caso interesante de paradiplomacia entre estados africanos, es el caso de la República del Sahara. Su carácter paradiplomático no es el resultado de su disputada soberanía. Como es sabido, La República Árabe Democrática del Sahara mantiene relaciones diplomáticas plenamente reconocidas con un número importante de Estados soberanos. El enfoque paradiplomático surgió, en cambio, a raíz de las crecientes dificultades que encontró la República del Sáhara a la hora de desplegar sus esfuerzos diplomáticos

convencionales, para obtener el apoyo internacional de España.

Ciertamente, las experiencias africanas en este campo siguen siendo hasta la fecha excepcionales o meramente anecdóticas, pero en términos generales, es interesante observar que, incluso en los contextos más dispares, la movilización de los gobiernos subnacionales ha adquirido cada vez más una dimensión extranjera, que merece una atención más detallada.

Entorno financiero internacional

África: El renacimiento en la dinámica petrolera mundial

Por: Juan Sebastián Rodríguez Jiménez - Mgtr

África, la cuna de la civilización humana, usada y desechada arbitrariamente a través de la historia de la humanidad y prácticamente olvidada en el contexto de los análisis internacionales, pareciera recobrar nuevamente importancia en el tablero estratégico financiero y comercial mundial gracias a la vasta cantidad de recursos naturales con los que cuenta a lo largo y ancho de su extenso territorio.

Importancia que en años recientes ha venido siendo mayormente aprovechada por la segunda potencia económica mundial y sorpresivamente desperdiciada en gran parte por la primera y la mayoría de las restantes primeras veinte economías mundiales (PIB).

No es casualidad que la “Nueva Ruta de la Seda” China incluya en su “camino” alrededor del 80% de las naciones africanas (La Nación, 2022) y dentro de estas, aquellas con gran potencial en combustibles fósiles como Nigeria, Angola, Argelia y Libia, cada uno con una capacidad productora de más de un millón de barriles de petróleo diarios, de acuerdo con estadísticas de

la Administración de Información Energética de EUA – EIA –

Esto cobra particular relevancia en la actualidad gracias al incremento sostenido del precio del petróleo, llegando a un valor alrededor de los 93 dólares desde los 80 de hace un mes, y al cada vez más enconado discurso de desacoplamiento e independencia entre los países de Occidente y China, que obliga a cada parte a buscar nuevos y estables orígenes de las materias primas necesarias para surtir sus necesidades, entre ellas la energética, vitales para sus economías.

Es allí; donde África recobra su otrora importancia estratégica, y en particular con la que es y seguirá siendo la principal fuente energética del mundo como el petróleo.

De los 30 principales productores de petróleo a nivel mundial, cinco están ubicados en África; Nigeria liderando la producción con un estimado de producción de 1.67 millones de barriles diarios (Reuters, 2023) apuntándole a alcanzar una meta de producción de más de dos millones para final del 2024.



Para lograr este objetivo de aprovechar el petróleo y potenciar aún más su capacidad productora, Nigeria y los otros países necesitan de Inversión Extranjera que apalanque sus necesidades de recursos y bienes de capital, inversión que no solo llegará a la industria petrolera en particular pero también generará un efecto derrame en toda la economía de estos países, generando crecimiento, crecimiento que

abre nuevas oportunidades de negocio e intercambio comercial que puede ser aprovechado por las empresas colombianas.

Lo anterior, va en paralelo con el interés del gobierno colombiano de abrir el mercado africano, territorio poco explorado y aprovechado por el empresariado colombiano, que abre una importante puerta a un mercado con muchas necesidades, con un mercado potencial de más de 1.400 millones de habitantes y en constante crecimiento, Nigeria sola con una población de aproximadamente 200 millones de habitantes (cerca del 50% menor a los 18 años) Es tiempo pues de mirar hacia otras latitudes adicional a las tradicionales y en momentos desgastadas, en donde en ocasiones el factor de competencia (saturación del mercado) y competitivo en muchas ocasiones juega en contra de la empresa colombiana.

Perspectivas globales

La influencia de la geopolítica mundial en los negocios

África, el complejo continente de las oportunidades.

Por: Daniel Bonilla-Calle - PhD

Mucho hemos escuchado sobre el África en los últimos meses, sobre todo, por motivos globales, internacionales y locales. Lo que nos ha hecho más conscientes de su relevancia; aunque, este continente parezca plagado de riesgos políticos y geopolíticos, también presenta múltiples oportunidades para ser exploradas.

En lo global, es un territorio de disputa entre las potencias nuevas y viejas. China, Europa y USA luchan, desde diferentes frentes por deseo expreso de participar y/o dominar este mercado. Antes, solamente, en la extracción de recursos naturales, pero cada vez más para producir y comerciar sus propios productos. En total, son más de mil millones de habitantes, con una

creciente clase media y con dinámicas económicas de libre mercado.

En el ámbito internacional, hemos escuchado sobre como la política exterior colombiana ha volcado su atención hacia este continente. Lo que ha venido acompañado de acercamientos con distintos gobiernos y acuerdos tanto en lo político, como en lo económico, apertura de nuevas embajadas y misiones comerciales que empiezan a consolidarse.



En lo local, no se puede pasar por alto el complejo mapa político debido a la fragilidad de sus sistemas políticos. Especialmente en la franja subsahariana, conocida como el Sahel, en la que diversos países han experimentado golpes de Estado y alta debilidad institucional.

Si bien, es un panorama complejo, una buena lectura de las oportunidades que puede ofrecer es llamativo para cualquier empresa que quiere encontrar nuevos mercados, en un territorio que no es muy competitivo. Que, en muchos casos, tiene escenarios similares al colombiano, lo que hace que se tenga experiencia para el manejo de la incertidumbre. No se puede dejar de lado, Nigeria, Ruanda, Etiopía, Costa de Marfil, Tanzania y otros en los que, incluso, empresas colombianas ya tienen mercados.

Se debe recordar que un buen análisis multisectorial es la mejor herramienta para penetrar cualquier mercado y todo mercado tiene oportunidades que pueden ser aprovechadas.

Para tener en el radar:

- El presidente colombiano se reunirá con su homólogo chino, esto podría ser la vinculación del país a algún proyecto global liderado por el gigante asiático. Puede traer muchas oportunidades para sectores como infraestructura y manufactura. Pero, a la vez, uno de los mayores riesgos. Las experiencias en otros países podrían traer escenarios parecidos a los experimentados con Odebrecht y el avance de macroproyectos como el impulso a las líneas ferroviarias.
- Las elecciones presidenciales en Argentina tienen como gran favorito a Milei y eso hace que represente un alto riesgo para el comercio exterior debido a sus ideas libertarias contra la institucionalidad y las reglas de mercado.
- Elecciones en Ecuador, en la segunda vuelta podría quedar elegida Luisa Noboa, alineada con la corriente política de Rafael Correa. De ser así, las posibilidades de avances en materia de comercio exterior serían interesantes para Colombia, debido a la afinidad que tendrían sus gobiernos.

Eventos

Global Business Seminars: 4^{to} Cuarto seminario en Internacionalización Empresarial: La internacionalización como estrategia

El próximo 31 de octubre, se desarrollará el seminario: La Internacionalización como estrategia. El cual, busca acercar a empresarios que desean internacionalizar o fortalecer sus

procesos de expansión; así como al público en general interesado en conocer sobre a las estrategias de internacionalización exitosas y lecciones aprendidas por diferentes participantes en estos procesos. Este evento académico ofrecerá dos paneles y una conferencia central, en los que participarán representantes de agremiaciones, empresarios y miembros del gobierno. Todo ello con el objetivo de evidenciar la importancia del establecimiento de una estrategia empresarial, pero también con el propósito de dar a conocer de las opciones de apoyo que existen y cómo pueden las empresas aprender de otros actores en su camino de conquistar nuevos mercados.

Pronto les compartiremos más información por nuestros canales institucionales

Noticias CEIPA

Alianza OIER CEIPA – Observatorio de Comercio Internacional Cámara de Comercio Aburrá Sur

CEIPA y el OIER formalizan alianza con la Cámara de Comercio de Aburrá Sur y su observatorio de Comercio Internacional. El objetivo de dicha alianza es contribuir al tejido empresarial, brindando información actualizada, pertinente y relevante para la toma de decisiones.

Producto de esta alianza, se publicará en conjunto el boletín de comercio internacional de la Cámara y el boletín del OIER, con una periodicidad bimensual.

La publicación llegará a toda la red OIER, así como a todos los asociados a la Cámara de Comercio de Aburrá Sur.

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.

Daniel Bonilla Calle,
Director OIER
daniel.bonilla@ceipa.edu.co



CEIPA

Powered by **Arizona State University**