

FORJAR LAS ALIANZAS FUNDAMENTALES

RETOS

El nuevo contexto exige **nuevas alianzas** para lograr la **eficacia** de las estrategias comerciales

Las estrategias de exportación son esenciales para lograr el éxito de una masa crítica de empresas, y no sólo de las pocas que salen adelante a pesar de las dificultades. Si se quiere que los países aumenten sus exportaciones, dichas estrategias no deberían centrarse sólo en el fomento del comercio, sino integrar también elementos de desarrollo. Este cambio de orientación

supone forjar nuevas asociaciones y definir nuevas funciones para los interlocutores tradicionales.

En primer lugar, las empresas y los gobiernos deben colaborar más estrechamente, equilibrando el poder del sector público para crear mejores condiciones de negocios con la capacidad del sector privado para generar empleos y exportaciones.





A menudo, entre las empresas y las autoridades reina la desconfianza, y las metas de unas y otras son diferentes. En realidad, les une un objetivo: lograr la prosperidad económica. Los gobiernos deberían liderar la estrategia de desarrollo. Como motores del comercio, las empresas deben participar de forma más comprometida e informada en el fomento comercial.

En segundo lugar, los planificadores del desarrollo comercial deben buscar nuevos interlocutores ya que el comercio es afectado hoy por nuevas tendencias, que van de los obstáculos comerciales medioambientales a la compatibilidad tecnológica. Los organismos normativos nacionales, entidades de tecnología de las comunicaciones, bancos e instituciones de inversión, organizaciones laborales, grupos de empresarias, agrupaciones del sector medioambiental, centros de arbitraje y mediación, e instituciones educativas son algunos de los actores que ofrecen medios para mejorar la competitividad. Su integración en redes más amplias

de apoyo al comercio ayuda a los países a utilizar el fomento de las exportaciones como plataforma para la prosperidad económica.

En tercer lugar, para que estas asociaciones prosperen, tienen que apoyarse firmemente en estrategias aceptadas por todas las partes y dotarse de prioridades, metas, responsabilidades y medios realistas para ponerlas en práctica. Las estrategias son la base de la confianza entre los asociados, y ofrecen un marco de referencia para controlar los resultados. Pero las estrategias pueden resultar perjudicadas por la brevedad de los ciclos políticos o por la alta rotación laboral de los directivos de empresa. El que las asociaciones se asienten en consejos de promoción de las exportaciones, conglomerados industriales, viveros de empresas, disposiciones legislativas o en otros mecanismos dependerá de las circunstancias locales. Sea como fuere, el apoyo brindado por alianzas dinámicas es crucial para el éxito de las estrategias de exportación.

SOLUCIONES

- ▶ **Estrechar la colaboración entre las empresas y las autoridades.** Hay que crear confianza mediante un diálogo continuo sobre cuestiones relativas a la exportación, como las posiciones para las negociaciones comerciales, las infraestructuras que ayuden a las empresas a cumplir las normas de calidad y la evaluación de nuevas oportunidades de mercado.
- ▶ **Mejorar la información del sector empresarial.** En los planos nacional y sectorial, hay que analizar el impacto de la política comercial sobre las empresas, para asesorar a los gobiernos al respecto. Debe promoverse activamente la comunicación con los organismos estatales.
- ▶ **Formar redes con interlocutores que promuevan la competitividad.** Los planificadores deberían celebrar consultas de carácter más amplio, en especial con entidades públicas y privadas en las esferas financiera, industrial, del desarrollo y de la investigación. Para apoyar estas actividades se deben aprovechar las tecnologías de la comunicación.
- ▶ **Definir metodologías de planificación estratégica.** Éstas ayudan a fijar prioridades de forma transparente y a trazar hojas de ruta.

Aporte del CCI

- ▶ **El Foro Ejecutivo sobre Estrategias Nacionales de Exportación** consolida las asociaciones público-privadas sobre la demanda y la oferta, así como sobre temas operativos y de desarrollo. Los países deben participar mediante equipos mixtos empresas-gobiernos en las redes de colaboración que estudian las “mejores prácticas”.
- ▶ **El CCI impulsa estrategias sectoriales** y reúne a representantes de los sectores público y privado en su elaboración y aplicación conjunta.
- ▶ **La Conferencia Mundial de Organizaciones de Promoción Comercial (OPC)** es un evento de redes organizado cada dos años por estas organizaciones, bajo el auspicio del CCI. Los dirigentes de las OPC comparten sus experiencias en el uso de los instrumentos de fomento del comercio y buscan medios para promover el comercio en un entorno en rápida transformación. Con los Premios Mundiales a las OPC, inaugurados en la Conferencia de Malta, en octubre de 2004, estas organizaciones reconocen a sus homólogas más destacadas.