

Capítulo II Sector Comercio

2.1 Definición de factores críticos.

2.1.1 Comunicación

- Inexistencia de una marca de ciudad enfocada en el sector comercio.
- Falta mayor visibilidad de “HECHO EN PEREIRA” como marca de origen.
- Deslocalización y descentralización a otros municipios.

2.1.2 Tecnología

- Brechas en temas de tecnología enfocadas en lo digital.
- Falta de nuevas tecnologías y apropiación de TICS.
- Faltan comercios por implementar el eCommerce.
- Rezagos tecnológicos.

2.1.3 Educación y Formación

- Falta de potencializar el bilingüismo.
- Baja formación y capacitación del personal de servicio al cliente.
- Bajo nivel de conocimientos técnicos.
- Bajas competencias productivas.
- La mayoría del sector es empírico.
- Bajo nivel educativo.

2.1.4 Social

- Cambio en las condiciones de trabajo.
- Pocas opciones de crecimiento laboral y alta rotación laboral.
- Falta de talento humano disponible
- Amplia brecha de género en el empleo.
- Falta de actitud para el trabajo por parte de las personas en edad de trabajar

- Alta informalidad.
- No hay respeto al consumidor
- Alto porcentaje de contrabando en productos base para la región como la confección y alimentos (bajo control).
- Alta inseguridad o la percepción de esta.
- Protestas sociales que afecten el libre desarrollo de la economía.
- Aparición de nuevas pandemias.
- Bajo factor humano
- Falta de interés del factor humano hacia el aprendizaje
- Bajo fomento de empleo al joven, adulto y discapacitado

2.1.5 Financiación

- Bajo acceso a créditos y financiación para el sector.

2.1.6 Internacionalización

- Falta identificación de eco-indicadores para acceder a mercados internacionales.

2.1.7 Producción

- Falta de insumos para cubrir tanto la producción como el comercio en sus diferentes escalas.
- Falta diversificación de ofertas y soluciones a servicios.
- No hay conocimiento de la cadena productiva del sector comercio (el comercio se basa en producción).

2.1.8 Comercialización

- La única estrategia de venta es el descuento.
- Alta estacionalidad en el sector (temporadas).

- Centrado en productos de consumo (alimentos, vestuario), no existe diversificación.
- Alta competencia (omnicanalidad).
- Altos impuestos.

2.1.9 Infraestructura y Logística

- Causas externas ligadas a eventos climáticos que restringen el acceso a municipios tanto de compradores como de mercancía.
- Debilidad en la infraestructura vial primaria y secundaria.
- Problemas logísticos locales, nacionales e internacionales.

2.1.10 Normatividad:

- Regulación INVIMA desalineada con los procesos productivos

2.1.11 Institucionalidad:

- Alta renovación generacional en gremios y espacios de liderazgo
- Altos egos institucionales
- Poca articulación de universidades y empresas

2.1.12 Informalidad:

- Baja formalización empresarial
- Constante lucha contra la ilegalidad

2.2 Retos sector al 2032

- Generar productos con valor agregado
- Sofisticar la oferta, más servicios con valor agregado.
- Incentivar la producción de servicios regionales y nacionales, incentivar el producto nacional.
- Ofrecer salarios competitivos.
- Crear programas de formación.

- Mejorar competencias del capital humano del sector.
- Certificar capacidades desde el ámbito local.
- Acercar a la academia con las empresas para mejorar el relacionamiento internacional.
- Fortalecer a los empresarios en la participación de ruedas de negocios en proveeduría.
- Incrementar el número de personas interesadas en trabajar en el sector.
- Encontrar, cautivar y fortalecer al empresariado de las industrias 4.0
- Actualizar el sector desde una perspectiva tecnológica
- Mejorar el nivel de digitalización del sector.
- Internet como un servicio público esencial para formar y comerciar.
- Sistematizar e integrar las herramientas digitales al comercio (cerrar brechas entre los comerciantes).
- Utilizar tecnología de apoyo a comerciantes informales.
- Mejorar la conectividad de la región a través de mayor cobertura en la red vial primaria y secundaria en muy buen estado.
- Priorizar la intervención integral de los puntos críticos de conexión en el departamento.
- Mejorar la infraestructura sin entorpecer la vida cotidiana (calidad de vida).
- Incrementar el grado de formalidad de las empresas del sector.
- Aprovechar las ofertas actuales que existen para la formalización.
- Realizar monitoreo y generar un Observatorio del sector comercio.
- Desarrollar herramientas de apoyo para conocer y monitorear la dinámica del sector comercio.
- Conocer las necesidades del comercio y los productores.
- Articular a los grupos de investigación con el sector, generando un desarrollo y cercanía al tener caracterizado al sector comercio, conociendo las necesidades, oportunidades y mejoras del sector.
- Revisar los sectores productivos representativos y la oportunidad de formación.

- Diversificar y fortalecer otros sectores de producción local.
- Fortalecer el sector servicios (salud, industria, turismo).
- Actualizar las formas de trabajo postpandemia.
- Nivelar los programas sociales con los aportes legales empresariales.
- Acceder a productos de financiación a bajo costo.
- Fortalecer las exportaciones del agro a través de las certificaciones necesarias.
- Fortalecer proyectos productivos con miras a la exportación.
- Fortalecer espacios de solución y trabajo de conflictos (innovación social como estrategia complementaria al control).
- Encadenar, procesar y ampliar las conexiones de productores y comerciantes locales.
- Garantizar la cadena de suministros
- Evitar el desabastecimiento del productor
- Tener stock de todo un poco para evitar una dependencia de otros mercados
- Incentivar la apertura de nuevas industrias para ser autónomos
- Implementar un programa formal y confiable en asesoría tributaria a micro y pymes
- Incentivar la formalización empresarial con conciencia
- Fomentar el emprendimiento escolar, universitario y empresarial

2.3 Identificación de apuestas del sector agroindustrial a 2032

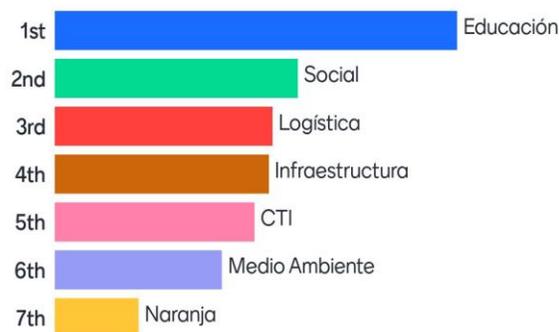
- Mesa permanente de innovación social para la capacitación y la concertación
- Gestionar la información del sector a través de un proyecto para la implementación de un observatorio
- Crear un observatorio del sector comercio
- Conocer el comportamiento del consumidor local a través de un laboratorio trans-comercial

- Identificar competencias por sector
- Construir manual de capacitaciones por sector
- Divulgar y poner en marcha el CEDE/empresa/academia
- Implementar un programa de formación profesional desde la niñez para que puedan asistir a la universidad según su vocación
- Fortalecer la tienda de barrio como tejido empresarial de base
- Laboratorio de fortalecimiento comercial
- Acceso a financiación racional (bajo costo)
- Rescatar el valor del esfuerzo como base a la realización personal y profesional
- Establecer un nodo central de comercio y 4 nodos satélites (Belén, Guática, Santa Rosa de Cabal, Pueblo Rico).
- Fortalecer el sector agrícola con la gestión de registro INVIMA.
- Fortalecer las cadenas de valor a través de los Clúster de los diferentes sectores
- Generar estrategias de capacitaciones transversales desde la gran oferta que se tiene desde la academia
- Convertir a Risaralda en un territorio competitivo basado en fortalecer el uso de tecnologías fortaleciendo capacidades existentes (no invertir en líneas que no se conocen ni se es fuerte).
- Transferir conocimientos en capacidades tecnológicas permitiendo cerrar brechas y una reconversión de la tecnología para aquellos que tienen una menor capacidad de acceder a ellos.
- Identificar la demanda de insumos a nivel nacional – conocer la cadena de valor, los insumos que son más escasos y así tener herramientas para la producción de estos insumos de ser posible.
- Explorar y fortalecer modelos de distribución poco vislumbrados

2.4 Identificación de sectores transversales que más contribuyen para afrontar los retos del sector

¿Cuáles son los sectores transversales que más contribuirían para afrontar los retos del sector comercio?
(Establezca el orden de prioridad)

Mentimeter



19

2.5 Identificación de actores sectoriales

¿Qué otros actores del sector son importantes identificar?

<ul style="list-style-type: none"> • SENA • Asociaciones de productores subregionales • Mesa de comercio • Sindicato Siempre Colombia • Pereira Cómo Vamos • Secretarios de planeación municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Liga de consumidores de Risaralda • AMCO • Policía Nacional • Viceministerio de Comercio • Innpulsa Colombia • Fuerzas militares 	<ul style="list-style-type: none"> • Comfamiliar Risaralda • Acecolombia • Asobares • Acodres
--	---	---

2.6 Identificación de información sectorial

¿Qué otros insumos de información se pueden considerar?		
<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanzas • Plan de acción construido por la mesa de comercio • Conpes 4085 internacionalización • Conpes crecimiento verde 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercado de Procolombia • Boletines de Fenalco • Resultados Pereira Cómo Vamos • Informe de cobertura de internet en la región 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 1480 de 2011 • PIDARET • Informes OCDE • Informes CEPAL

2.7 Programas, proyectos e iniciativas PPIs

- Proyectos de market place Risaralda
- Proyecto de marca de ciudad concertada institucionalmente para garantizar su continuidad.
- Programa de bilingüismo
- Centro de transformación digital empresarial Risaralda
- Plataforma de internacionalización de Risaralda
- Observatorio de tendencias empresariales
- Programa laboratorio de comportamiento del consumidor
- Proyecto de ordenamiento territorial comercial
- Clúster comercial en el departamento de Risaralda
- Crear, implementar y ejecutar un programa en formación profesional en Comercio
- Mejorar el nivel de liderazgo académico, empresarial, gubernamental y universitario
- Desarrollar un programa de transformación digital a través de la cadena de valor del sector comercio

- Crear un centro de formación para estudiantes jóvenes con programas digitales
- Desarrollar un centro logístico industrial apoyados en el tren que llegará y saldrá de Buenaventura
- Fortalecer el sistema de formación interinstitucional
- Incentivar programas (RSE) de formación, vivienda y bienestar
- Fortalecer programas de liderazgo juvenil

2.8 Actores involucrados:

Agencia de Promoción, Cámara de Comercio de Pereira, Invest in Pereira, Alcaldía de Pereira, Cámara de Comercio de Dosquebradas, Fenalco, Alcaldía Dosquebradas, Acecolombia, SIC, CARDER, Gobernación de Risaralda, Alcaldía de la Virginia.

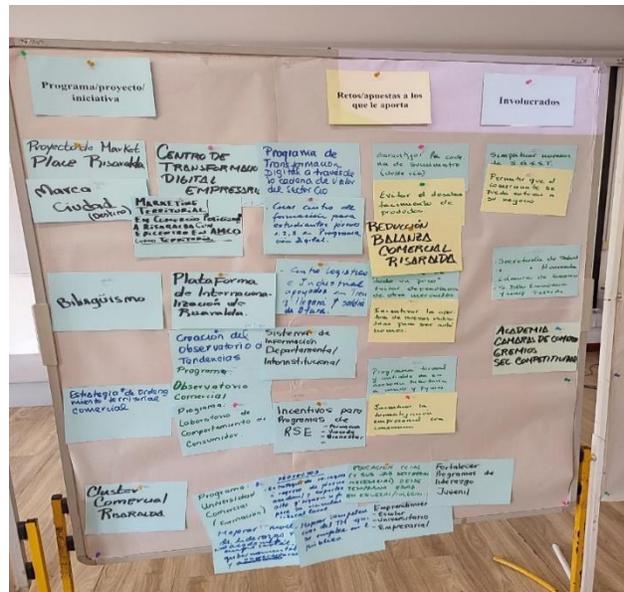
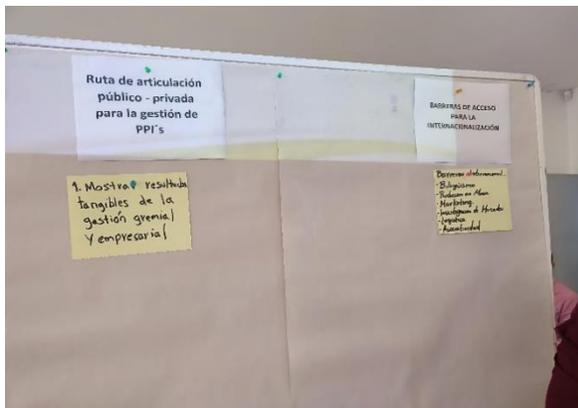
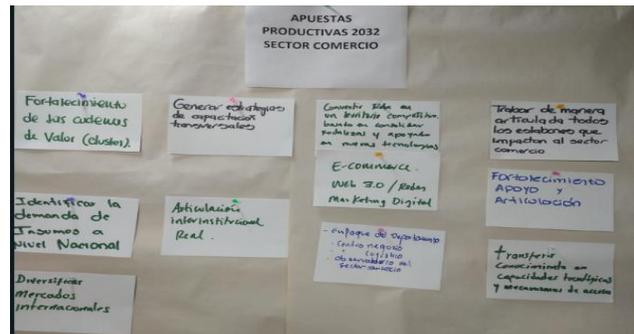
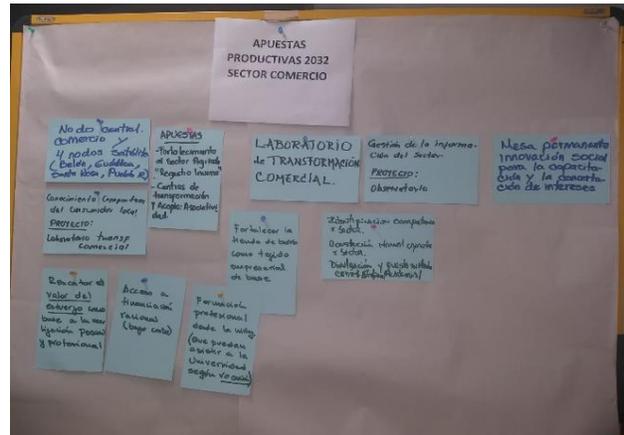
2.9 Ruta de articulación entre las instituciones y las empresas para la gestión de los PPIs

Mostrar resultados intangibles de la gestión gremial y empresarial

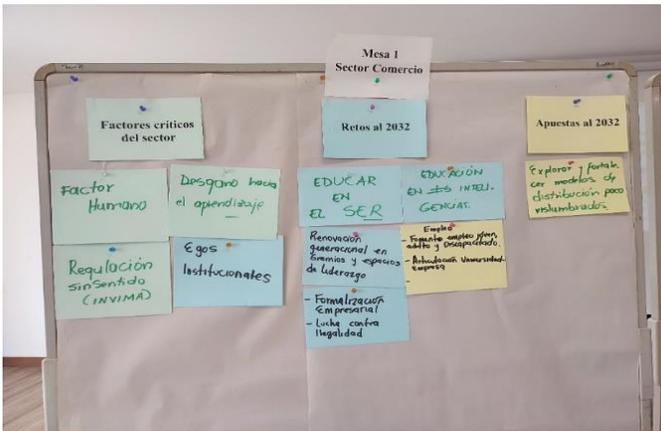
2.10 Barreras de acceso para la internacionalización:

- Falta de una segunda lengua (Bilingüismo)
- Producción en masa
- Marketing
- Investigación de mercados
- Logística
- Asociatividad

2.11 Registro fotográfico del trabajo en las mesas



Este documento fue elaborado por Natalia García Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda



Este documento fue elaborado por Natalia García Zapata Directora Ejecutiva CRCl en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

2.12 Intervención Marco Antonio Llinas–Asesor Consejo de Comercio Exterior

En marco de la actualización el Plan Regional de Competitividad de Risaralda por el sector comercio, hace su intervención Marco A. Llinas (Asesor Consejo de Comercio Exterior), quien inicia mencionando que en agosto de 2021 se presentaron las recomendaciones de la misión de internacionalización convocada por el presidente de la república Iván Duque Márquez, reunión que contó con la participación de expertos nacionales e internacionales de la talla del profesor Ricardo Hausmann, de la universidad de Harvard, expertos como Richard Baldwin uno de los grandes expertos del comercio internacional y expertos nacionales como son Marcela Eslava, Marcela Meléndez, Mauricio Reina y representantes del sector privado. Esta misión plantea la internacionalización con el propósito de cerrar brechas tecnológicas frente al resto del mundo.

Con la anterior, el Dr Llinas menciona que Colombia ha venido cerrando múltiples brecha en varios frentes en las últimas décadas, pero que desafortunadamente no se ha venido cerrando la brecha del ingreso per cápita y que posiblemente esto se deba a que se sigue ampliando la brecha tecnológica frente al mundo.

Menciona que Colombia se encuentra desconectada del resto del mundo precisamente donde buena parte de esa tecnología y conocimiento reside por lo cual se dificulta atraer inversión extranjera, por ende, se plantea que el país debe estrechar su relación con el mundo a través de cuatro canales (Personas o individuos, Empresas nacionales e internacionales y cadenas globales de valor, comercio de bienes y servicio, ecosistema de ciencia tecnología e innovación).

Por otra parte menciona propuestas para acelerar la adopción y adaptación de tecnologías a través de las personas, las empresas, el comercio de bienes y servicios, y los sistemas de innovación como se detalla en el siguiente cuadro:

MISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN  El progreso es de todos Mincomercio

¿Cómo acelerar la adopción y adaptación de tecnología?

- Personas**
 - Asegurar que Colombia tenga acceso al talento mundial que requiera y convertir al país en el lugar más competitivo para armar equipos con talento global, mediante una reforma integral de la política con impacto migratorio.
 - Maximizar la contribución de la diáspora a la internacionalización de la economía colombiana. Capitalizar la presencia de colombianos en el exterior como forma de inserción en los flujos internacionales de conocimiento, inversión y comercio.
- Empresas y CGV**
 - Aumentar la adopción y adaptación de tecnología en las empresas colombianas a través de la internacionalización.
 - Aumentar la presencia de empresas extranjeras para traer tecnología y apuntalar la sofisticación, diversificación y agregación de valor del aparato productivo colombiano, así como la generación de empleo.
 - Facilitar la incorporación del aparato productivo colombiano a las cadenas regionales y globales de valor.
- Comercio de bienes y servicios**
 - Mejorar el acceso al conocimiento incorporado en los bienes y "aprender comerciando", reduciendo las barreras al comercio e implementando mejoras logísticas.
 - Aumentar la inserción de Colombia en los flujos de conocimiento incorporados a los servicios.
- Sistema de innovación e instituciones**
 - Mejorar el ecosistema de innovación para permitir la adopción y adaptación de tecnología global a las necesidades del sistema productivo colombiano.
 - Alinear el marco institucional existente hacia un enfoque más amplio de internacionalización.

Por otra parte, define que la estrategia de regionalización de la misión de internacionalización busca responder que significa trabajar en planes de internacionalización a nivel departamental para los sectores priorizados por cada uno de los departamentos con unas recomendaciones dadas en tres frentes para que sean llevadas a la práctica.

1. Plan de corto plazo (166 hitos cuya implementación se le está haciendo seguimiento bajo el Sistema Nacional Competitividad e Innovación)
2. Estrategia de Regionalización de la Misión de Internacionalización
3. Construcción de Compes de Internacionalización para el desarrollo Productivo Regional

Define que estos será posible, si se parte de dos cosas fundamentales como son el respeto y la autonomía de los departamentos, en otras palabras son los departamentos los que definen qué quieren trabajar en materia de internacionalización y particularmente sobre cuáles sectores prioritarios quieren

Este documento fue elaborado por Natalia Garcia Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

desarrollar su esfuerzo y partiendo del hecho de que no se parte de cero ya que el país y nuestros departamentos viene trabajando desde hace muchos años en el marco de sus Comisiones Regionales de Competitividad, en agendas de competitividad en general, en agendas en materia de desarrollo productivo, esfuerzos relacionados con internacionalización cuyos objetivos específicos son:

- Profundizar los planes de internacionalización departamentales, fomentando el trabajo Región-Nación en temas sectoriales y transversales.
- Generar protagonismo y corresponsabilidad a los actores regionales en la consecución de las metas nacionales en materia de internacionalización.
- Propiciar la articulación entre actores locales y de estos con los actores nacionales (más allá del MinCIT) para trabajar esfuerzos en materia de internacionalización.
- Comparar y hacer seguimiento a los esfuerzos en materia de internacionalización de los departamentos.

Todos estos objetivos se traducen en lo que se denominan tres productos de la estrategia.



Este documento fue elaborado por Natalia Garcia Zapata Directora Ejecutiva CRCI en colaboración con el equipo de trabajo de la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda

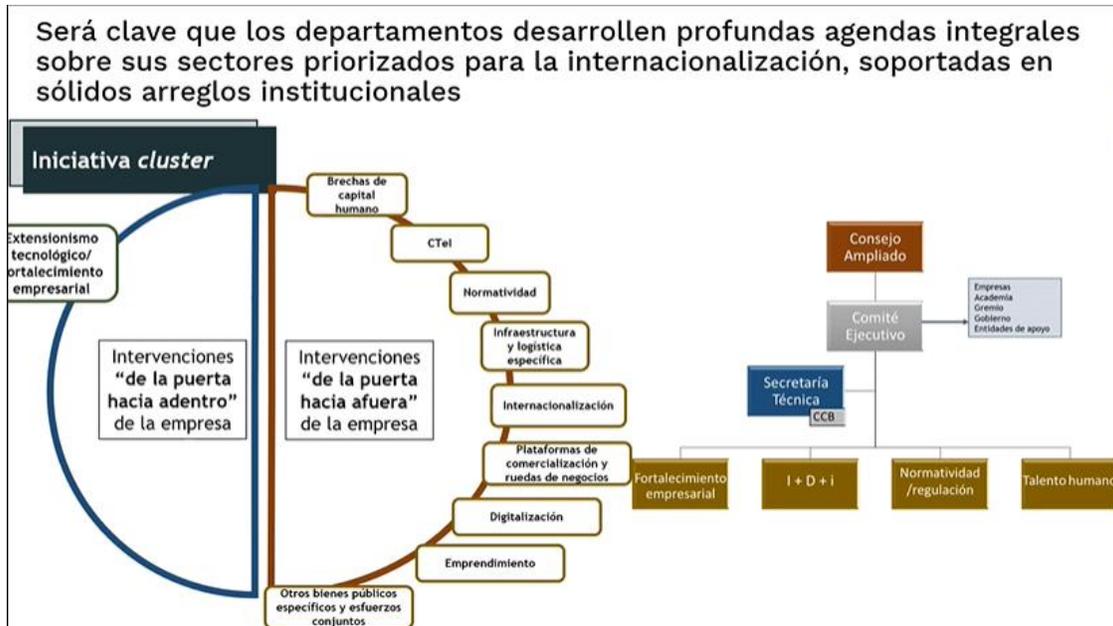
De forma paralela se viene trabajando en la construcción del CONPES 4085: política de internacionalización para el desarrollo productivo regional, con la intención de incorporar los elementos estructurales de mediano y largo plazo que plantea la misión de internacionalización y con el objetivo de que esta agenda pueda ser continuada y profundizada independiente de quién llegue a gobernar.

Con el CONPES se busca avanzar hacia el cierre de brecha tecnológica que tiene Colombia estableciendo un trabajo articulado entre los departamentos y la nación, adicionalmente se sabe que parte de la acción y de la responsabilidad de estas agendas en materia de internacionalización son precisamente de los actores locales que trabajan en el marco de espacios como las Comisiones Regionales.

El CONPES cuenta con cinco objetivos específicos, los primeros cuatro totalmente relacionados con los cuatro canales de la misión de internacionalización.

- Facilitar la interacción del aparato productivo con extranjeros y colombianos residentes en el exterior para la adopción, adaptación y creación de nuevas tecnologías.
- Promover el cierre de la brecha tecnológica de las empresas colombianas y el aumento de su productividad a través de esfuerzos de extensionismo tecnológico para su inserción en CGV y la atracción de IED estratégica a nivel nacional y departamental.
- Mejorar las condiciones que permitan un mejor desempeño del comercio exterior de bienes y servicios, como medio para el cierre de la brecha tecnológica del país.
- Fortalecer el papel del ecosistema de innovación en la adopción y adaptación de la tecnología para incrementar la productividad y el desarrollo de nuevos mercados y productos.
- Fortalecer los marcos institucionales para la internacionalización mediante la consolidación del dialogo región-departamento con el Gobierno nacional y entre las diferentes entidades del orden nacional.

Las acciones que se plantean buscan ser focalizadas en tres sectores que cada uno de los departamentos priorice, lo cual no significa que los departamentos solo van a tener esos tres sectores priorizados en términos de internacionalización, pero el Conpes así lo define debido a que las necesidades son infinitas mientras que los recursos son finitos tanto los financieros como las capacidades institucionales.



Para terminar, el dr. Llinas resalta el convencimiento de que el país debe profundizar sus esfuerzos en materia de internacionalización para cerrar la brecha tecnológica frente al mundo, también que buena parte de esos esfuerzos debe darse desde el nivel local, desde los departamentos y particularmente desde las Comisiones Regionales de Competitividad.