

**PALABRAS DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA,
DOCTOR ANDRES PASTRANA ARANGO, CON OCASIÓN
DE LA X CONFERENCIA PANAMERICANA DE COMERCIO
DETALLISTA**

Cartagena, 16 de noviembre

Cartagena de Indias, esta hermosa ciudad que hoy nos acoge, fue famosa en los tiempos de la colonia por ser uno de los principales puertos de comercio del continente americano y por el continuo asedio de flotas piratas que perseguían los tesoros que circulaban por su bahía. No deja de ser una feliz coincidencia que hoy, varios siglos después, se vuelvan a reunir en ella comerciantes del hemisferio para revivir su carácter universal y mercantil.

Acudamos al espíritu del gran Blas de Lezo, el comandante que defendió con coraje y hasta la muerte la suerte de esta ciudad amurallada de los ataques del almirante Vernon, para que presida el éxito de esta conferencia que, como él lo hizo en su tiempo, defiende también el mayor y mejor desarrollo del comercio legal en América.

“La prosperidad pertenece a aquellos que aprenden nuevas cosas más rápidamente”, decía el *bestseller* norteamericano Paul Zane Piltzer, experto en el tema de crear empresas con éxito. Ésta es, sin duda, la fórmula para los comerciantes que se preguntan por lo que deben hacer para adquirir o mantener sus ganancias en el presente e incrementarlas en el futuro.

El tercer milenio nos presenta un nuevo tipo de comercio que incorpora las mejores estrategias tecnológicas y humanas para llegar al nuevo tipo de consumidor que se ha gestado: activo, racional y calculador en sus elecciones, con mayor experiencia y mucho más exigente que en el pasado. El consumidor actual demanda gran calidad en los productos que adquiere; en su elección entran en juego distintos factores como el precio, la variedad, el servicio, la rapidez, la ubicación y el confort, entre otros. Hoy depende, sin duda, de la capacidad y la creatividad de los comerciantes ofrecer a los nuevos consumidores lo que estos buscan.

Para lograr sus metas, el comercio debe estar atento al comportamiento de los consumidores. Un estudio de la Federación Nacional de Comerciantes de Colombia -Fenalco- sobre las tendencias de la distribución de productos de consumo masivo mostró un incremento en el porcentaje de

personas que dicen comprar, siempre o casi siempre, únicamente lo que necesitan, el cual pasó del 85 por ciento en 1997 a un 92 por ciento en 1999. La compra impulsiva, el gasto innecesario o el derroche parecen cada vez más ser parte del pasado. Corresponde, entonces, a los comerciantes detectar las necesidades más apremiantes de los consumidores y ofrecerles los productos que las satisfarán.

El mismo estudio de Fenalco, al preguntar sobre la valoración de los supermercados a los consumidores bogotanos, indica que el precio es, hoy por hoy, el gran determinante en la elección del consumidor a la hora de la compra de los productos. Aquí se aplica, sin duda, el eslogan de la General Electric que dice: *"Si usted no puede vender un producto de alta calidad al menor precio a nivel mundial quedará fuera del juego"*. Y lo que nosotros queremos, amigos de América, es entrar y mantenernos en el juego. Quienes tengan más creatividad y visión de futuro para proponer este tipo de soluciones, seguramente ganarán más.

El comercio, como toda actividad económica, no puede desligarse de su sentido social. Vender buenos productos a precios módicos es una actitud que se ve recompensada pronto con la afluencia y la fidelidad de la clientela.

No podemos olvidar que el 80 por ciento de la humanidad vive con el 20 por ciento de los ingresos del mundo, en una creciente inequidad que afecta la seguridad y la dignidad del ser humano. Hoy los invito, señores comerciantes, a que pensemos también y reflexionemos en esta conferencia sobre los réditos sociales de los negocios, aquellos que no quedan en los bolsillos sino que se proyectan hacia los demás. Si lo hacemos, generaremos también, y casi sin darnos cuenta, esas otras utilidades, las económicas, que no son nada si se obtienen en un entorno de pobreza y desigualdad.

Bien dijo recientemente James Wolfensohn, Presidente del Banco Mundial: *“La pobreza en un lugar es pobreza en todos lados”*. Los supermercados y almacenes de cadena de América bien pueden contribuir a combatir este flagelo manteniendo un sentido de solidaridad con los más desfavorecidos en el desarrollo de su actividad comercial. Algunos objetarán que esto no es rentable, pero yo pienso que sí: ¡No hay nada más rentable que la justicia social, cuando ella se traduce en seres humanos con mejor calidad de vida!

Estimados amigos:

El sector del comercio colombiano se ha ingeniado nuevas formas de responder ante los cambios a través de distintas estrategias como la reducción de costos, la adaptación a los nuevos comportamientos de los clientes, además del apoyo en los proveedores para efectuar promociones y descuentos.

También las empresas colombianas en los últimos años han establecido nuevas alianzas estratégicas con empresas internacionales que hacen más fácil su desarrollo y expansión y las han vuelto más competitivas.

La situación del comercio en Colombia ha mejorado en los últimos dos años frente al comportamiento recesivo de 1999, una recesión que golpeó prácticamente, en mayor o menor medida, a todas las economías del continente. Es así como el año pasado la actividad comercial registró una importante recuperación frente al año 99, la cual hoy continúa a ritmo moderado. Las ventas minoristas, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, crecen a más del 3% anual y crecieron en un 4% si comparamos el mes de agosto de este año con el del año pasado.

Este año, según la encuesta de Fenalco, las ventas del comercio en los meses de julio a octubre presentan un balance

positivo en comparación con las obtenidas en los mismos meses del año pasado. Esta encuesta también revela un incremento en las expectativas de los comerciantes frente al desempeño inmediato de la economía y de sus negocios en el presente año. Mientras en septiembre el 41 por ciento de los consultados dijo que la situación iba a mejorar, en octubre dicha proporción subió al 48 por ciento y el porcentaje de los pesimistas bajó del 24 al 17 por ciento.

El comercio en la economía de nuestro país, según un estudio de Fenalco realizado el año pasado, participa con el 12 por ciento del Producto Interno Bruto y contribuye con el 26 por ciento del empleo a nivel urbano. Según el Censo económico del DANE, el 56 por ciento de los establecimientos y el 34 por ciento del personal ocupado estaba dedicado a la actividad comercial. Así mismo, el 20 por ciento de los establecimientos tenían menos de un año de vida, lo que muestra una importante tendencia a la creación de empresas. Además, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hogares, se calcula que el sector del comercio genera 1 millón 370 mil empleos.

Aquí tenemos muchas razones para entender por qué el sector del comercio es tan importante para el desarrollo económico, un sector que hoy está creciendo, que trabaja siempre con

optimismo hacia el futuro y que hoy se ve recompensado con la presencia de los colegas del continente que han venido a compartir experiencias en esta hermosa e histórica ciudad de Cartagena de Indias.

Por su importante papel en la economía nacional mi Gobierno tiene un serio compromiso con este sector, el cual se plasma también en las medidas responsables que hemos tomado para ofrecer un entorno macroeconómico favorable para el mismo, que le permita crecer y recibir flujos de inversión del exterior.

El comercio colombiano es, sin duda, atractivo para la inversión extranjera, la cual ha participado en el comercio al por mayor, al por menor y de restaurantes con un promedio anual del 7.8 por ciento desde 1995 a 1999. Para el año pasado, el sector mantuvo un total de inversión extranjera de 128 millones 715 mil dólares que representa el 47 por ciento del total de inversiones realizadas en el país.

Igualmente, si en algo se ha caracterizado la acción de mi Gobierno por los comerciantes es por combatir dos de los problemas que más afectan al comercio legal en cualquier país: la baja demanda interna y el contrabando.

Se han tomado medidas importantes que ayudan a incrementar la demanda interna. Por una parte, con la aplicación de los programas sociales del Plan Colombia y las medidas para reactivar la construcción, hemos comenzado a quebrar el espinazo del desempleo, que hoy se encuentra en un porcentaje del 14.3% a nivel nacional, el más bajo de todo el año. No más entre junio y septiembre de este año, en sólo cuatro meses, se crearon 923.000 nuevos empleos, sobre todo en el campo, los pequeños municipios y las ciudades intermedias. ¡Son 923.000 colombianos que no estaban trabajando en mayo y que hoy están ocupados! ¡Son 923.000 colombianos, con sus familias, que hoy están comenzando a alimentar la demanda interna, a comprar en el comercio legal los productos cuya adquisición han pospuesto por años!

Otros logros macroeconómicos, como lo son la reducción de la inflación a niveles de un dígito y la reducción de las tasas de interés en más de 30 puntos, sin duda han servido también para consolidar un sector comercio más estable y fortalecido, dentro de una economía que se reactiva a ritmo suave pero sostenido.

Sin embargo, el factor definitivo para reactivar la demanda interna no es económico, sino, como lo he dicho en varias ocasiones, psicológico. Desde el Gobierno generamos a diario

buenas noticias para el sector y para la economía. Nuestra obligación, la de los gobernantes y los empresarios, es difundirlas y apostarle así a que la reactivación económica trascienda las cifras de los boletines oficiales, y llegue a los corazones y a las decisiones de consumir de nuestra gente. Si hacemos esto, lograremos que todos los colombianos consuman masivamente, que dinamicen el comercio y, a través de él, el sector real de la economía, generando más empleo, más ingresos y, por consiguiente, más consumo, en el círculo virtuoso de la economía positiva.

Además de lo anterior, mi Gobierno ha llevado adelante una decidida lucha contra el contrabando, que es lo mismo que decir una lucha a favor del comercio legal en el país y del empleo, que hoy presenta los mejores resultados.

La relación entre las importaciones que ingresan ilegalmente al país respecto de las importaciones legales ha descendido considerablemente y las últimas cifras disponibles indican que esta relación que era en el año de 1993 del 26 por ciento y en el año de 1997 del 19 por ciento, ha bajado al 13 por ciento en el presente año.

Igualmente, hemos logrado bajar del 87 al 8 por ciento el consumo de cigarrillos ilegales, del 60 al 12 por ciento la compra de electrodomésticos de contrabando y del 90 al 50 por ciento la de licores ilegales. Todos estos son triunfos para los comerciantes de Colombia y para tantos compatriotas que hoy están encontrando empleo en el comercio y la industria nacional.

Los invitados del continente que nos acompañan pueden dar fe de esta verdad: A menor contrabando, más comercio legal. Hoy, desde esta ciudad que resistió como pocas los embates de corsarios y piratas, ¡qué bueno poder decir que seguimos ganando la batalla de la legalidad!

Apreciados amigos:

No puedo dejar pasar esta oportunidad sin referirme a una excelente noticia que se produjo hoy mismo en los Estados Unidos, donde la Cámara de Representantes aprobó la prórroga y ampliación de la Ley de Preferencias Comerciales Andinas - ATPA-, quedando pendiente únicamente su aprobación final por parte del Senado.

Esta novedad, que se presenta una semana después de mi visita a los Estados Unidos, la cual tuvo como uno de sus objetivos prioritarios el impulso de esta iniciativa, es buena no sólo para Colombia, sino también para los demás países andinos, que podrán seguir exportando una gran cantidad de productos con beneficios arancelarios, a los que se sumarán otros que hasta ahora estaban excluidos, como las confecciones elaboradas con textiles y fibras de la subregión, el atún, el calzado y los artículos de cuero.

Éste es un logro conjunto de nuestra nación, junto con Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela, país este último que, aunque no se beneficia todavía del Atpa, ha prestado su apoyo solidario a esta importante iniciativa. ¡Éste es un nuevo motivo para creer en las posibilidades del futuro y de nuestras economías!

Comerciantes de América:

Agradezco la invitación de la Asociación Latinoamericana de Supermercados y de Fenalco. Estoy convencido de que foros como éste propician un escenario ideal para que los comerciantes de nuestras regiones compartan experiencias y aprendan los unos de los otros.

Los comerciantes del siglo XXI no pueden quejarse de las nuevas oportunidades para el comercio que se generan día a día a nivel mundial. El *target* se ha vuelto infinitamente amplio: hombres, mujeres, niños, jóvenes y ancianos ahora somos todos consumidores las 24 horas del día, excepto cuando dormimos. Tampoco los consumidores nos podemos quejar del inmenso mar de posibilidades ilimitadas que nos ofrece el comercio en la actualidad, tanto global como local.

Sin embargo, los comerciantes continúan preocupados por el futuro de sus negocios. Yo me uno a las palabras del conocido administrador Peter Drucker para decirles que *“la mejor forma de predecir el futuro es crearlo.”* El comercio en nuestras regiones tiene un futuro promisorio. El éxito depende de nuestra capacidad para insertarnos efectivamente en los nuevos mercados y de descifrar el comportamiento de los nuevos consumidores.

Adelante, amigos comerciantes, ¡creemos el futuro que queremos vivir y compartir con nuestros hijos, uno de gran prosperidad y de paz! Estoy seguro de que, con nuestro esfuerzo conjunto, lo lograremos.

Muchas gracias.