

La inversión nos dejó mercados concentrados

José Alfredo Jaramillo

LLM International Business and Trade Law, Fordham University NYC

promcompetencia@gmail.com

“Colombia está de moda”. Esta frase suena bastante en el argot de las finanzas a nivel mundial y parece ser el sentir de algunos “arriesgados” inversionistas que ven en Colombia una oportunidad de maximizar las utilidades provenientes de colocar sus capitales en inversiones nacionales. Según algunos otros, que parece ya fueron más arriesgados que los actuales, Colombia ya está pasando de moda.

Para el inversionista extranjero, Colombia, un país con una economía que probó ser tan sólida como para no recibir los efectos de la crisis de los mercados mundiales, resultó ser un escenario atractivo para la inversión. Hoy, con un crecimiento del 5,9 % en el 2011 y del 4,7 % en lo corrido del primer trimestre de 2012, parece ser el reflejo de una economía estable, lo cual implica menos riesgo. No obstante, menos riesgo equivale a lo que los *traders* denominan un menor *down turn*, es decir menos probabilidad de obtener resultados negativos en sus *trades*. En términos sencillos, menor margen de utilidad para el inversionista con un alto perfil de riesgo.

Deberíamos entonces esperar que la economía se estabilice y las inversiones que lleguen sean de una vocación de permanencia, por lo menos al mediano plazo. Los capitales denominados “golondrina” al parecer ya están migrando de Latino América (Latam) rumbo a China, porque, según los visionarios, es la nueva alta apuesta. Además, Brasil, que era la panacea hace tres años, ahora parece que no tiene la infraestructura necesaria para seguir acogiendo los grandes flujos de capitales que apuntaban hacia su jurisdicción.

¿Con qué quedamos entonces? Quedamos con una buena imagen a nivel Latam y mundial, con buenas inversiones y con gente que descubrió los beneficios de un país en vía de desarrollo, con amplio potencial, aunque con diversos rezagos en tecnología, infraestructura y niveles de educación.

Pero más allá de eso, al parecer quedamos con unos mercados altamente concentrados. La avasallante inversión que acoge Colombia hoy día podría denominarse la “nueva conquista”. Sagaces especialistas del sector financiero mundial, hombres de negocios que amasan las fortunas más importantes del mundo llegaron a nuestro país de compras, entonces yo diría que, a la expresión “Colombia está de moda” se podría añadir, “la estamos vendiendo y regalando”, y además “nadie hace nada al respecto”. En términos de política económica, *laissez faire*, *laissez passer* parece ser la filosofía que adoptaron nuestros reguladores y demás autoridades.

Los mercados nacionales hoy pasaron de tener participaciones relativamente atomizadas, dada la proliferación de un gran número de PYMES hasta antes de la crisis de los mercados mundiales, a estar concentrados en estructuras casi oligopólicas en algunos casos.

¿Mercados altamente concentrados? Sencillo, menos posibilidades para que el consumidor escoja entre el portafolio de productos y servicios que enmarcan sus necesidades. Entonces, me atrevería a augurar que el efecto de la crisis de los mercados mundiales sí nos va a afectar, lo que pasa es que todavía no lo

ha hecho. Cuando los inversionistas que fueron lo suficientemente visionarios para colocar capitales en portafolios nacionales decidan ejercer el control determinando las condiciones del mercado nacional, es muy probable que los precios suban y la calidad en sus servicios y productos baje.

Ahora bien, es entendible que un país que viene de una crisis de más de 40 años acoja sediento los torrenciales de inversión que encausan sus caudales a nuestra jurisdicción. Por lo menos dos generaciones de colombianos nacieron en un país que, por diversas razones, no superó las expectativas de crecimiento. Lo que no resulta muy plausible es que hoy, al igual que hace 500 años, nos dejemos conquistar por visitantes foráneos que bajo la indebida supervisión probablemente decidan abusar de su posición en los mercados nacionales, o probablemente ya lo estén haciendo.

Entonces, como de manera paradójica el mensaje que estamos enviando al inversionista es “Colombia está de moda, la estamos vendiendo y regalando, y además nadie hace nada al respecto”, no nos extrañen los efectos abusivos de la “nueva conquista”. Resulta necesario que el sentido patrio y nacionalista que inunda el sentir colombiano por estos días de fiestas materialice sus valores y principios en acciones conjuntas y transformen el mensaje a: Colombia está de moda y estamos preparados para hacer buenos negocios. Tal vez es el momento para que el pueblo colombiano sea proactivo, se convierta en el creador de nuevos negocios, en la causa de desarrollo, en el controlante de sus empresas y dirija su crecimiento al interés general.