

Colombia: ¿seguiremos vendiendo moléculas?



**FEDERICO
HEDERICH**
Consultor
@Hederich



Vea el video
del analista

Claro, ISA, Davivienda, Avianca y Drummond encabezan un ranking que cambia poco y refleja mucho. No hay gigantes tecnológicos. No hay empresas globales de valor agregado. No hay innovación escalada al nivel de los grandes del mundo.

Cada año, la lista de las 20 empresas más grandes de Colombia nos recuerda una verdad incómoda: nuestro liderazgo empresarial sigue anclado en petróleo, comercio, cemento, energía y banca. Ecopetrol, EPM, Grupo Éxito, Terpel, Argos, Nutresa,

¿De qué estamos orgullosos? De vender más moléculas que ideas. De exportar commodities, no conocimiento. Según el *Dane*, en 2025 los combustibles y extractivos representaron casi 40% de nuestras exportaciones. Manufacturas y agro-alimentos sumaron otro 50%, pero con bajo nivel de sofisticación. Seguimos dependiendo de lo básico.

Mientras tanto, países de tamaño similar tienen unicornios de tecnología, farmacéuticas con I+D global o plataformas digitales que compiten en Asia y Europa. En Colombia, nuestras empresas más grandes dependen de rentas reguladas, márgenes de escala o exportaciones de bajo valor ¿Hasta cuándo?

La IA nos ofrece una salida distinta. No moda, sino una palanca para reconfigurar sectores enteros. Pensemos en ejemplos concretos:

1. Productividad invisible. Con IA, una cementera puede reducir 10% su consumo energético y mejorar márgenes en millones de dólares. Una aerolínea puede optimizar rotación de flota y mantenimiento, reduciendo retrasos. Un productor de alimentos puede usar visión

EMPECEMOS A MEDIRNOS POR CUÁNTA IA SUMAMOS EN LO QUE HACEMOS

computacional para reducir mermas. Esta es productividad pura, que multiplica competitividad.

2. Exportaciones con diferenciación. La IA permite diseñar productos que cumplen regulaciones globales desde el día uno: desde alimentos listos para FDA hasta empaques que cum-

plen la normativa ambiental europea. Lo que hoy toma meses en desarrollo, puede tomar semanas con modelos de diseño asistido. La diferencia entre ser un exportador más o acceder a mercados premium.

3. Comercialización global. Con copilotos comerciales, nuestras empresas pueden identificar cuentas clave en México, Estados Unidos o Europa, personalizar propuestas en su idioma y automatizar seguimientos. No se trata de más vendedores, sino de vendedores potenciados con inteligencia. Eso convierte a un retail local en un jugador regional.

El punto es este: con IA podemos cambiar la foto de nuestro ranking empresarial en una década. Pero si seguimos celebrando ingresos basados en petróleo, retail o cemento, dentro de 10 años veremos la misma

lista... o peor. No basta solo con renunciar al petróleo y sus derivados, necesitamos estrategia y acción.

La invitación es a líderes empresariales, inversionistas y al gobierno: dejemos de medirnos solo por ventas y activos, y empecemos a medirnos por cuánta inteligencia incorporamos en lo que hacemos. Incentivos fiscales a proyectos de IA que aumenten productividad. Consorcios de datos para entrenar modelos compartidos por sector. Compras públicas que obliguen a trazabilidad digital.

No podemos seguir siendo un país de moléculas. Necesitamos empresas de algoritmos, de software, de ciencia aplicada, de exportaciones inteligentes. El ranking de las 20 más grandes debe dejar de ser un espejo de lo que fuimos, y empezar a ser un reflejo de lo que podemos ser.