DEBATES DE COYUNTURA ECONÓMICA

ISSN 0120-8969
Mayo de 2008
No. 72

FEDESARROLLO

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el siglo XXI?

Mauricio Reina E.
Hernán Avendaño C.
Javier Diaz M.
Jorge Robledo C.
Hernán Vallejo G.

Konrad Adenauer Stiftung

ENERGIA de Bogotá

FEDESARROLLO
Centro de Investigación Económica y Social

FEDESARROLLO

Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo

Fedesarrollo es una fundación privada, independiente, sin ánimo de lucro, dedicada a la investigación no partidista en los campos de economía, ciencia política, historia, sociología, administración pública y derecho. Sus principales propósitos son contribuir al desarrollo de políticas acertadas en los campos económico y social, promover la discusión y comprensión de problemas de importancia nacional, y publicar y difundir análisis originales sobre fenómenos económicos y sociopolíticos, nacionales y latinoamericanos que sirvan para mejorar la calidad de la educación superior.

• • •

El Consejo Directivo es responsable de vigilar por la adecuada marcha de la administración de la institución y de trazar y revisar los objetivos generales de la fundación. La administración de los programas, del personal y de las publicaciones corre por cuenta del Director Ejecutivo, quien es el representante legal de la fundación. El Director y el Editor de Coyuntura asesorados por un comité interno de publicaciones tienen la responsabilidad de determinar qué trabajos se publican en Coyuntura Económica y en Coyuntura Social o en forma de libros o folletos de la institución. La publicación de un trabajo por Fedesarrollo implica que éste se considera un tratamiento competente de un problema y por lo tanto un elemento de juicio útil para el público, pero no implica que la fundación apoye sus conclusiones o recomendaciones.

• • •

Fedesarrollo mantiene una posición de neutralidad para garantizar la libertad intelectual de sus investigadores. Por lo tanto, las interpretaciones y las conclusiones de las publicaciones de Fedesarrollo deben considerarse exclusivamente como de sus autores y no deben atribuirse a la institución, los miembros de su Consejo Directivo, sus Directivos, o las Entidades que apoyan las investigaciones. Cuando en una publicación de ***Fedesarrollo*** *aparece una opinión sin firma, como es el caso del Análisis Coyuntural en las Revistas de la Institución, se debe considerar que ésta refleja el punto de vista del conjunto de Investigadores que están colaborando en la Institución en el momento de la publicación.*

MAYO DE 2008 No. 72

DEBATES DE COYUNTURA ECONÓMICA

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el Siglo XXI?

Mauricio Reina E.
Hernán Avendaño C.
Javier Diaz M.
Jorge Robledo C.
Hernán Vallejo G.

FEDESARROLLO
Calle 78 No. 9-91
Tels.: 325 97 77
Fax: 212 60 73
A.A.: 75074
E-mail: administrator@fedesarrollo.org.co
http: //www.fedesarrollo.org.co
Bogotá, Colombia

Tarifa Postal Reducida
Resolución No. 0078 del 1 de febrero de 1995
Permiso No. 705

Edición
Camila Pérez M.

Redacción de textos
Anwar Rodríguez CH.

Artes y Diseño
Formas Finales Ltda. | formas.finales@gmail.com
Calle 61 No. 3A-42
Bogotá, D.C.

Impresión
La Imprenta Editores S.A.
Calle 77 No. 28-39
Bogotá, D.C.

Impresa y hecha en Colombia
Printed and made in Colombia

Contenido

Presentación 5

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar mercados?
Mauricio Reina E. 7

Diversificación de mercados para las exportaciones de Colombia
Hernán Avendaño C. 15

Concentración de mercados y posibilidades de diversificación
Javier Díaz M. 23

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el siglo XXI?
Jorge Robledo C. 26

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el siglo XXI?
Hernán Vallejo G. 30

Presentación

El último ciclo de crecimiento económico en Colombia ha estado acompañado de un fuerte dinamismo de las exportaciones, jalonadas, hasta comienzos de 2008, por la coyuntura de precios altos de las materias primas y por la fortaleza de la demanda mundial. En este proceso ha sido fundamental el comportamiento de Estados Unidos y Venezuela, nuestros principales socios comerciales, y hacia donde, durante el primer semestre del año, se dirigieron el 52% del total de nuestras ventas externas.

Las tensiones geopolíticas surgidas recientemente con los países vecinos, y la inminente desaceleración de la economía de Estados Unidos, han puesto en tela de juicio la solidez de los mercados destino de las exportaciones colombianas, y han resaltado la necesidad de buscar alternativas para diversificar el comercio. De hecho, desde tiempo atrás Colombia ha estado rezagada en términos de una adecuada inserción al comercio internacional, un elemento clave para consolidar el crecimiento económico y competir en un mundo cada vez más globalizado.

De esta manera, si bien se han dado avances en materia de integración, el comercio exterior colombiano está todavía muy concentrado, tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos. Así, diversos estudios sobre la materia coinciden en que el grueso de las exportaciones colombianas todavía se concentra en unos pocos mercados y en un número reducido productos y firmas.

Con el fin de contribuir a la discusión, Fedesarrollo y la Fundación Konrad Adenauer organizaron el Debate de Coyuntura Económica: ¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el Siglo XXI? El panel estuvo integrado por: Hernán Avendaño, Jefe de la Oficina de Estudios Económicos, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Javier Díaz, Presidente de Analdex, Jorge Robledo, Senador de la República, Hernán Vallejo, profesor de la Universidad de los Andes, y Mauricio Reina, Investigador Asociado de Fedesarrollo.

Camila Pérez M.
Editora de Coyuntura Económica

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar mercados?

Mauricio Reina E.[1]

Nos convoca el día de hoy la discusión sobre la diversificación de mercados de Colombia y la necesidad de tener una estrategia más efectiva de inserción internacional. Es un poco paradójico tener este debate en un momento en el cual las exportaciones colombianas presentaron un crecimiento anual cercano al 50% en valor durante el primer bimestre del año, pero deja de ser tan paradójico citar a este debate al observar que detrás de ese crecimiento del 50% en valor hay un crecimiento exiguo, si es que hay alguno, en los volúmenes exportados.

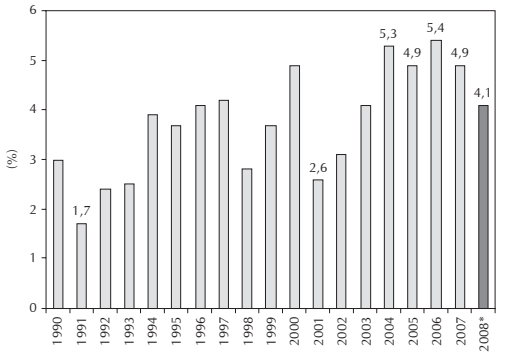
Este documento se divide en varias secciones. En primer lugar está la introducción en donde se hace un recorrido general por la situación comercial de la región y en particular de Colombia. En la segunda sección se mencionan algunos posibles obstáculos para la actividad comercial, pero al mismo tiempo se enfatiza en la necesidad de exportar hacia los mercados asiáticos. En la tercera sección se hace un análisis de la situación actual de las relaciones comerciales con Venezuela y Ecuador, mientras que en la cuarta sección se concluye.

I. INTRODUCCIÓN

No es raro que en el primer bimestre de este año se haya registrado un crecimiento de, alrededor, 50% en el valor de las exportaciones en la medida en que, para nadie es un secreto que, la economía mundial se encuentra en un auge inusitado (Gráfico 1), lo que ha aumentado de manera importante la demanda por *commodities*. Este dinamismo, ha sido el principal factor que ha evitado que el país entre en una crisis exportadora originada por la reducción de las exportaciones hacia los Estados Unidos y por la menor dinámica de las exportaciones hacia los mercados de Venezuela y Ecuador. Entonces no es raro que la economía colombiana se encuentre actualmente en este auge exportador en la medida en que dicho auge se encuentra soportado por el mayor dinamismo de la economía mundial. Sin

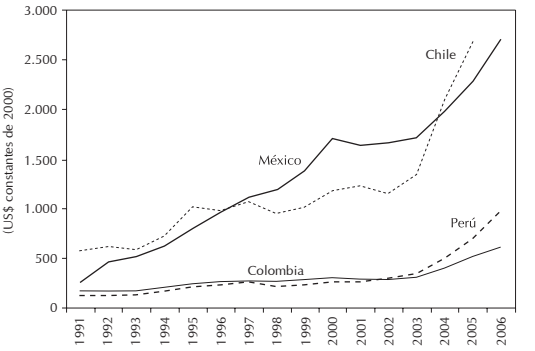
[1] Investigador Asociado, Fedesarrollo.

Gráfico 1. CRECIMIENTO REAL DEL PIB MUNDIAL (1990-2008)



* Proyectado
Fuente: FMI, enero de 2008.

Gráfico 2. EXPORTACIONES PER CÁPITA (1991-2006)



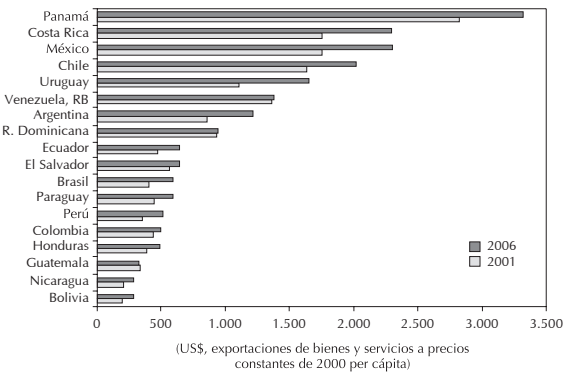
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del Banco Mundial (WDI) y naciones Unidas (COMTRADE), 2007.

embargo, cuando se observan en detalle las cifras, se tiene que durante el mismo periodo, el volumen exportado ha disminuido, o en su defecto, ha presentado un crecimiento cercano a cero. No obstante, resulta más interesante analizar un panorama más amplio de tiempo puesto que esta discusión es de tipo estructural en la medida en que aborda el tema de la diversificación de mercados.

Como se observa en el Gráfico 2, algunas economías latinoamericanas han aprovechado al máximo la presencia de una situación externa favorable para incrementar su dinámica exportadora. Así, al observar la evolución de las exportaciones per cápita se tiene que Colombia presenta un desempeño exportador deficiente. Mientras que países como Chile y México muestran incrementos sostenidos de sus exportaciones per cápita hasta alcanzar niveles superiores a los US$2.500, Colombia presenta un claro estancamiento, presentado niveles de exportaciones per cápita que apenas llegan a los US$600 en el año 2006. Lo anterior confirma el hecho de que el tema del comercio es un tema estructural en Colombia y como tal presenta una importante barrera para el crecimiento económico del país.

Finalmente, al observar la dinámica exportadora de una selección más amplia de países latinoamericanos, se tiene que Panamá presenta los mayores niveles (Gráfico 3). Este liderazgo exportador de Panamá está relacionado con la presencia de unas

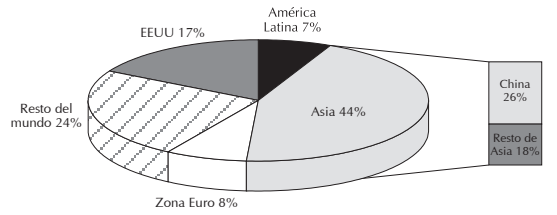
Gráfico 3. REZAGO EXPORTADOR



Nota: la serie de exportaciones de bienes y servicios utilizada es a US$ constantes de 2000.
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del Banco Mundial (WDI) 2007e.

condiciones internas particulares (paraíso financiero, gran auge de finca raíz, la presencia del canal de Panamá, etc.) que las demás economías no comparten y que lo hacen particularmente propenso a tener un mayor dinamismo exportador. No obstante, incluso al excluir a Panamá, Colombia presenta un amplio rezago exportador puesto que presenta un nivel de exportaciones por habitante cuatro veces menor que el que tienen países como Chile, México o Costa Rica.

Gráfico 4. CONTRIBUCIONES AL CRECIMIENTO MUNDIAL (2006)



Fuente: Banco Mundial y FMI-WEO, septiembre de 2006

II. ¿HACIA DÓNDE ES NECESARIO MIRAR?

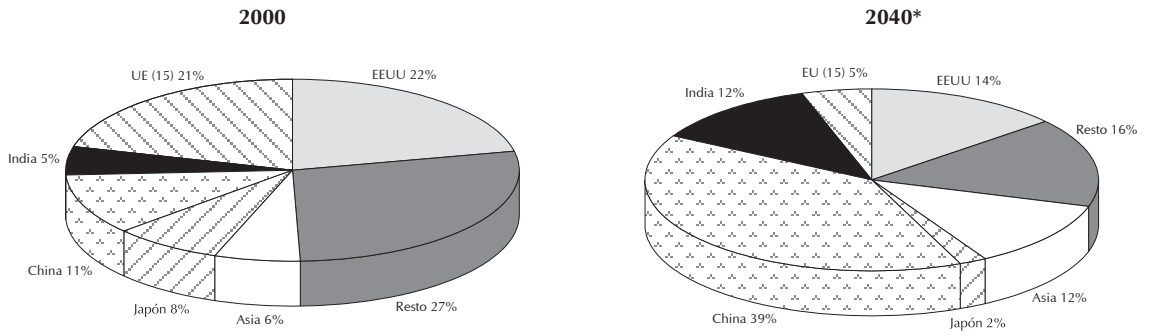
Se han hecho algunos planteamientos acerca de la necesidad de buscar una inserción más efectiva en la economía internacional, más si se tiene en cuenta que este auge económico va a tender a moderarse en los próximos años. Pero, siguiendo esta línea, es más importante discutir sobre lo que se va a hacer ante una posible disminución en los precios de los commodities y ante posibles eventualidades en las relaciones comerciales con Venezuela y Ecuador.

Antes de hablar sobre Venezuela y Ecuador, es importante mencionar que Asia es el motor de la economía mundial. Como se observa en el Gráfico 4, Asia contribuye con aproximadamente el 44% del crecimiento mundial en el año 2006, de los cuales el 26% corresponde a la dinámica de crecimiento de China y el 18% al resto de los países asiáticos. Por otro lado se observa que Estados Unidos contribuye con 17% del crecimiento mundial, mientras que América Latina aporta tan solo 7%.

De esta manera, siguiendo con la analogía anteriormente planteada, si América Latina está en un tren que se encuentra rezagado y en particular Colombia se encuentra entre los últimos vagones del tren ¿dónde están las locomotoras del mundo? Como se mencionó con anterioridad, actualmente las locomotoras del mundo se encuentran en Asia, pero más importante aún, las proyecciones muestran que las economías asiáticas van a mantener una dinámica estable y por lo tanto van a seguir siendo las locomotoras en el futuro. De hecho, el Premio Nobel de Economía del año 1993 Robert Fogel estima que para el año 2040, 66% de la economía mundial va a estar en Asia, mientras que hoy en día es aproximadamente el 30% (sumando a Japón, China, India y el resto de Asia) (Gráfico 5).

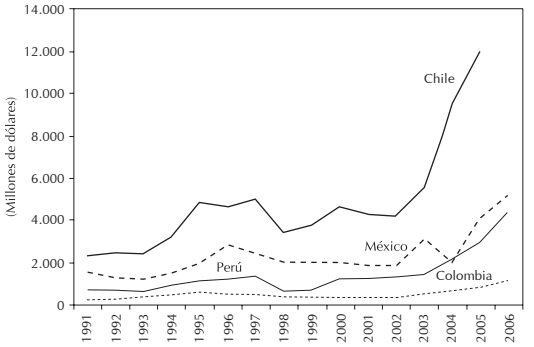
En ese contexto, es necesario buscar nuevos socios comerciales en los países asiáticos. En la actualidad se están llevando a cabo algunos esfuerzos en procura de lograr una mayor inserción con Asia. Sin embargo, vale la pena preguntarse si esos esfuerzos llegaron en el momento adecuado o si por el contrario han llegado un poco tarde. Al observar las cifras de exportaciones hacia la región asiática se hace evidente que Colombia presenta un bajo nivel de integración con dicha región. De hecho en el Gráfico 6 se observa como el país ocupa el último lugar en el nivel de exportaciones hacia Asia y el Pacifico al comprarlo con otros países latinoamericanos como

Gráfico 5. PARTICIPACIONES DENTRO DEL PIB MUNDIAL



* Proyectado.
Fuente: Banco Mundial y FMI-WEO, septiembre de 2006

Gráfico 6. EXPORTACIONES A LA REGIÓN ASIA-PACÍFICO (1991-2006)



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE y Naciones Unidas (COMTRADE).

lo son Perú, México y Chile. En esta medida es claro que se debe hacer un esfuerzo mucho más grande por tratar de colonizar este mercado.

III. PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE LA REGIÓN

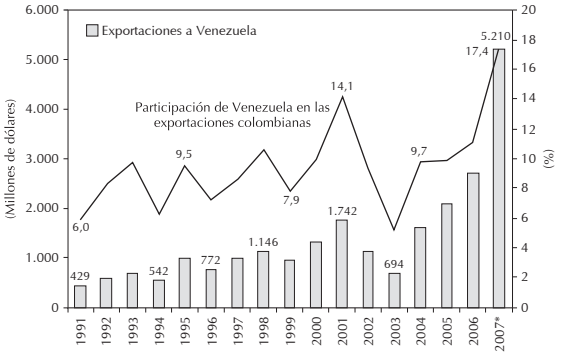
En el año 2007, las exportaciones hacia Ecuador y Venezuela representaron más del 20% de las exportaciones totales colombianas. Así, estos dos países se ubican como los principales socios comerciales de Colombia en la región. De esta forma, vale la pena profundizar sobre la situación económica tanto de Venezuela como de Ecuador, dejando a un lado la coyuntura actual de las relaciones diplomáticas y comerciales. Ecuador, no obstante la bonanza petrolera, mostró uno de los peores desempeños en términos de crecimiento dentro de América Latina durante el año 2007, mientras que las proyecciones muestran que no va a haber mucha mejoría en el corto plazo. Por otro lado, Venezuela muestra una clara tendencia descendente en su ritmo de crecimiento, pero con el agravante de que presenta problemas estructurales como lo es una inflación elevada y creciente debido a que el motor de la economía venezolana es esencialmente el gasto público, que ha duplicado su participación (como porcentaje del PIB) durante los últimos nueve años. Adicionalmente, Venezuela presenta un desequilibrio en el mercado cambiario, donde, aunque se ha aligerado un poco la presión por la emisión de bonos denominados en dólares que hizo el gobierno venezolano, la tasa de cambio paralela más que duplica a la oficial.

En otras palabras, el crecimiento venezolano no es sostenible si se mantiene la dinámica actual. El crecimiento está básicamente jalonado por el gasto público, el cual está esencialmente apoyado en los mayores ingresos provenientes del petróleo, que a su vez está ligado a incrementos en su precio que ha llegado a niveles históricamente altos durante los últimos meses. Así, el crecimiento económico no se encuentra apoyado en un dinamismo diferente a la producción de petróleo. Más grave aún, la producción de petróleo en Venezuela lleva seis trimestres de estancamiento, o en su defecto de ligero descenso, en gran medida por el saqueo de recursos humanos que ha habido al interior de PDVESA después de la huelga que hubo a comienzos de la presente década, cuando 18 mil funcionarios abandonaron sus puestos. La mayor parte de estos puestos de trabajo siguen vacantes o han sido ocupados por funcionarios que no tienen la idoneidad ni el conocimiento necesario para operar una empresa de tal magnitud. Por ejemplo, para llegar a la meta de 5 millones de barriles diarios para el año 2012, PDVESA necesita tener al menos 191 taladros funcionando, mientras que en este momento solo hay 73 activos.

En cuanto a la dinámica comercial como tal, existen sectores que dependen de manera crítica del mercado venezolano. Si, como se mencionó anteriormente, el crecimiento económico de Venezuela no es sostenible tampoco lo será el crecimiento de las exportaciones Colombianas a dicho país, que alcanzaron cifras históricas durante el año 2007 (Gráfico 7). Lo anterior implica que es necesario buscar otras actividades y destinos de exportación. Por ejemplo sectores como la industria automotriz (que tiene los mayores niveles de exportación en términos absolutos a Venezuela), petroquímica, textil, metalúrgica y metalmecánica, presentan un gran dinamismo en el nivel de exportaciones a Venezuela y como tal quedarían expuestas ante un menor dinamismo de la demanda de dicho país (Gráfico 8).

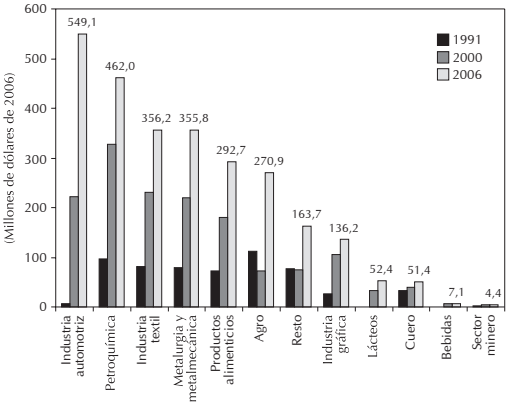
Adicionalmente, la dinámica comercial hacia Ecuador también está sujeta a la dinámica de crecimiento del vecino país y al estado de las relaciones diplomáticas entre los dos países. Actualmente, el

Gráfico 7. EXPORTACIONES A VENEZUELA (1991-2007)



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

Gráfico 8. EXPORTACIONES A VENEZUELA POR SECTORES ECONÓMICOS (1991, 2000 Y 2006)



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

mercado ecuatoriano representa el 4,3% de las exportaciones de Colombia (Gráfico 9). Los sectores más vulnerables ante los riesgos del mercado ecuatoriano, en términos absolutos, serían los petroquímicos, metalúrgicos y metalmecánicos y el automotriz (Gráfico 10).

Cuando se hace un análisis en términos relativos, los sectores que más dependen de estos dos mercados, en términos de sus exportaciones, son los lácteos[2] y la industria automotriz[3]. El hecho de que las exportaciones de vehículos a Venezuela ya se encuentren restringidas debido a la cuota impuesta durante este año y el deterioro de las relaciones diplomáticas con Ecuador ponen una particular presión sobre dicho sector. Otros sectores que son menos vulnerables a los mercados venezolano y Ecuatoriano son la industria textil (una tercera parte de sus exportaciones depende del mercado venezolano), el cuero, la industria gráfica y la petroquímica (Gráfico 11 y Gráfico 12).

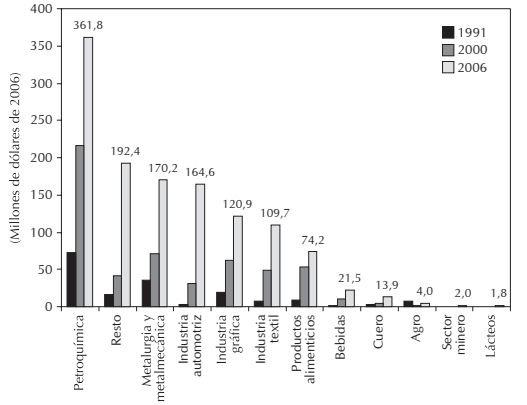
Finalmente, cuando se hace un paralelo de los sectores expuestos en Venezuela y en Ecuador (Cuadro

Gráfico 9. EXPORTACIONES A ECUADOR (1991-2007)



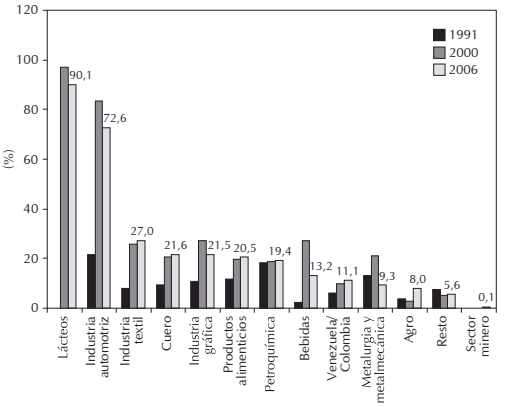
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

Gráfico 10. EXPORTACIONES A ECUADOR POR SECTORES ECONÓMIOS (1991, 2000 Y 2006)



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

Gráfico 11. PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES A VENEZUELA EN EL TOTAL DE LAS EXPORTACIONES POR SECTOR ECONÓMICO (1991, 2000 Y 2006)

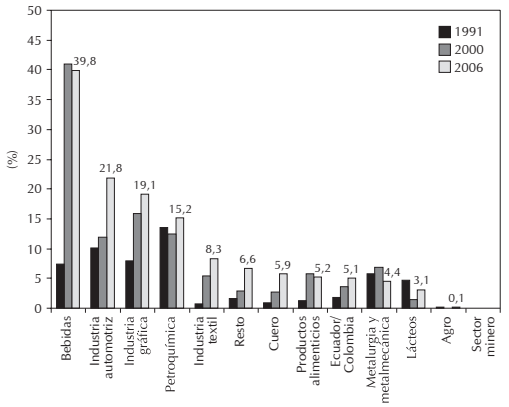


Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

[2] La industria de los lácteos no se encuentra muy volcada hacia las exportaciones en el caso de Colombia (la apertura exportadora de los lácteos es del 5%), no obstante el 90% de las exportaciones de este sector llegan a Venezuela.

[3] Venezuela y Ecuador compran el 92% de las exportaciones de la industria automotriz.

Gráfico 12. PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES A ECUADOR EN EL TOTAL DE LAS EXPORTACIONES POR SECTOR ECONÓMICO (1991, 2000 Y 2006)



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

1) es evidente que de los cinco principales sectores que exportan a Venezuela cuatro corresponden a los principales sectores que exportan a Ecuador.

IV. CONCLUSIONES

En la actualidad existen algunos aspectos como la dinámica insostenible del crecimiento venezolano, la tensión en las relaciones diplomáticas con Ecuador, las tensiones regionales, etc., que dificultan la situación comercial colombiana. Adicionalmente se tiene que el buen desempeño de las exportaciones no tradicionales, que ha sido el salvavidas en esta y en otras ocasiones, parece no ser sostenible en el mediano plazo debido a las dinámicas internas de los mercados de Ecuador y Venezuela. Por otro lado, se tiene que el motor de la economía mundial se encuentra ubicado en Asia y va a tender a establecerse en dicha región. Lo anterior, sumado al hecho de que apenas se están empezando a explorar tímidamente las oportunidades comerciales en el mercado asiático, permite concluir que el auge actual de exportaciones básicamente basado en la exportación de commodities debido a la favorable

Cuadro 1. EXPORTACIONES A ECUADOR Y VENEZUELA

	Venezuela		Ecuador	
Sector	**US$ millones**	**(%)**	**US$ millones**	**(%)**
Industria automotriz	549,07	72,59	164,62	21,76
Petroquímica	462,01	19,43	361,78	15,21
Industria textil	356,24	27,00	109,69	8,31
Metalurgia y metalmecánica	355,77	9,25	170,16	4,42
productos alimenticios	292,65	20,49	74,19	5,19
Agro	270,87	8,05	4,01	0,12
Resto*	163,65	5,65	192,44	6,64
Industria gráfica	136,19	21,53	120,95	19,12
Lácteos	52,36	90,14	1,80	3,10
Cuero	51,35	21,61	13,92	5,86
Bebidas	7,14	13,20	21,54	29,80
Sector bebidas	4,40	0,06	1,98	0,03
País/Colombia		11,08		5,07

* De 192 millones de dólares exportados en 2006 a Ecuador que corresponden la categoría resto, 129 millones de dólares son las ventas externas contabilizadas por generación, captación y distribución de energía eléctrica.
Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos del DANE.

evolución de sus precios, no puede generar distracciones de la necesidad de diversificar mercados y de la búsqueda por lograr una inserción mucho más efectiva en la economía internacional. En definitiva, hay cosas que se están haciendo, hay cosas que se pueden hacer mejor y hay otras que se están haciendo tardíamente.

Diversificación de mercados para las exportaciones de Colombia

Hernán Avendaño C.[1]

En primer lugar quisiera agradecer a Fedesarrollo y a la Fundación Konrad Adenauer por su amable invitación. Voy a presentar algunos temas para contribuir a este debate, que como ya se ha hecho explícito, corresponde a un tema que es bastante amplio, complejo, y con muchas aristas.

La presentación se divide en dos grandes secciones. En la primera sección se va a desarrollar un diagnóstico sobre el tema de concentración del comercio para posteriormente hablar de la diversificación. En la segunda sección se van a presentar algunas de las acciones que está haciendo el Gobierno en esta materia.

I. CONCENTRACIÓN DEL COMERCIO

El tema de la concentración del comercio tiene diferentes dimensiones; por una parte está la dimensión macro que analiza la dinámica comercial tanto por el lado de los mercados como por el lado de los productos; de otra, la dimensión micro o sectorial que evalúa el nivel de concentración en materia de productos en un mercado especifico o a nivel de la firma.

A. Mercados

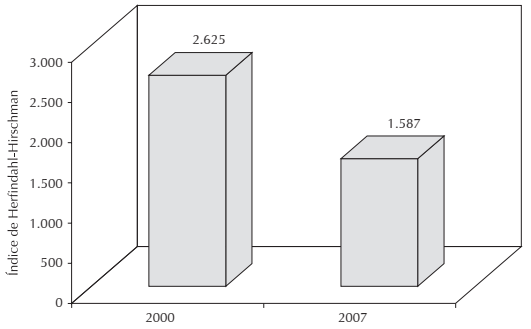
Al observar el Índice de Herfindahl-Hirschman[2] (HHI por sus siglas en inglés) para Colombia entre los años 2000 y 2007 se evidencia que la concentración de las exportaciones por mercados ha disminuido de manera significativa (Gráfico 1). Un valor de 1.500 muestra un nivel de concentración que es aceptable internacionalmente.

En el contexto latinoamericano, Colombia se encuentra en un nivel intermedio de concentración de exportaciones; México presenta el mercado más concentrado, mientras que Brasil muestra los

[1] Jefe de la Oficina de Estudios Económicos, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

[2] Indicador utilizado para medir el grado de concentración del mercado. Se calcula como la sumatoria de la participación al cuadrado de cada firma y su rango va de 0 (muchas firmas pequeñas) a 10.000 (una sola firma monopolística).

Gráfico 1. CONCENTRACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA POR MERCADOS, 2000 Y 2007)



Fuente: ALADI, cálculos OEE-Mincomercio.

menores niveles de concentración (Gráfico 2). Sin embargo, si se hace un análisis dinámico de los datos se observa que, entre los países de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Colombia es el país que más ha diversificado su mercado.

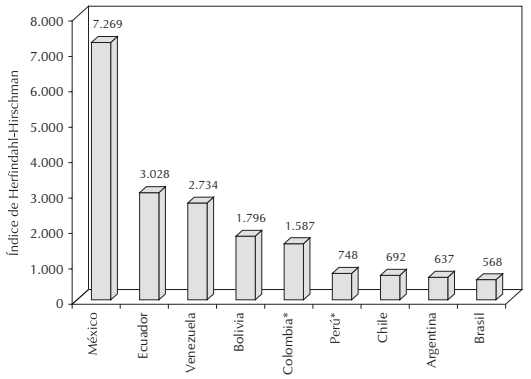
En síntesis, desde el punto de vista de mercados la situación es positiva; si bien Colombia no tiene los niveles más bajos de concentración, ha hecho un esfuerzo muy grande para moverse en la dirección adecuada y de esta forma diversificar su mercado.

B. Productos

Ahora desde el punto de vista de productos, al calcular nuevamente el HHI se observa que Colombia se está moviendo en la dirección adecuada al pasar de un nivel de 1.132 puntos en el año 2000 a uno de 607 en el año 2007 (Gráfico 3). De esta forma, desde el punto de vista de diversificación de productos Colombia también muestra un avance importante.

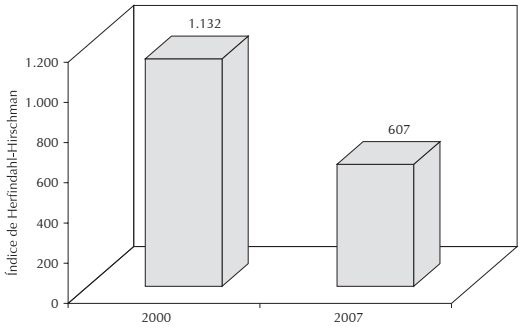
En el ámbito regional, el país mantiene su lugar en las posiciones intermedias; muy lejos del nivel de concentración de Venezuela y Ecuador (en los que el petróleo tiene un peso muy grande) y también relativamente lejos de Brasil que, nuevamente, es el país que presenta la mayor diversificación en términos de productos.

Gráfico 2. ÍNDICE DE CONCENTRACIÓN DE LAS EXPORTACIONES POR MERCADOS EN AMÉRICA LATINA, 2006



* Datos para el año 2007.
Fuente: ALADI, cálculos OEE-Mincomercio.

Gráfico 3. CONCENTRACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA POR PRODUCTOS, 2000 y 2007



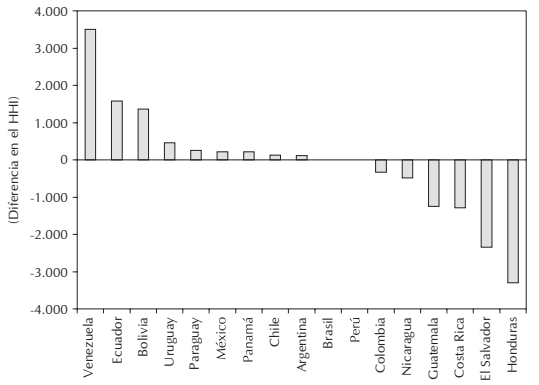
* Partida arancelaria (4 dígitos).
Fuente: DANE, DIAN, cálculos OEE-Mincomercio.

Al ampliar el rango de comparación, no sólo tomando una muestra de países de América Latina, sino una muestra a nivel mundial, se aprecia que entre el año 2000 y el 2005, que es el último dato publicado por la UNCTAD, Colombia se ubica en el puesto 32 entre 200 en el ranking de los países que más avanzó en la diversificación.

Es decir, no solamente se registra un avance en términos de la región sino que también existe un avance significativo en el contexto mundial. En efecto, se observa cómo, en términos de variación, solamente Colombia y los países centroamericanos están mejorando su diversificación en materia de productos mientras que la mayor parte de los países de la región están aumentando dicha concentración (Gráfico 4).

Finalmente, al desagregar los datos por socios comerciales, los indicadores muestran que la diversificación por productos se ha incrementado con la CAN, el Triángulo Norte, la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA por sus siglas en inglés), Estados Unidos, Europa y Japón. Sin embargo, a pesar de registrar avance en estos mercados, vale la pena reconocer que persisten niveles altos de concentración con Estados Unidos, EFTA y Japón. Por otro lado, se observa que hay aumentos en la concentración de las exportaciones con destino a Mercosur, Chile, Canadá y Venezuela.

Gráfico 4. CAMBIO EN LA CONCENTRACIÓN DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTOS ENTRE 1995 Y 2005



Fuente: UNCTAD, cálculos OEE-Mincomercio.

Podemos concluir que el país se está moviendo en la dirección correcta, pero aún falta hacer un mayor esfuerzo en cuanto a la velocidad a la cual se está llevando a cabo dicha diversificación.

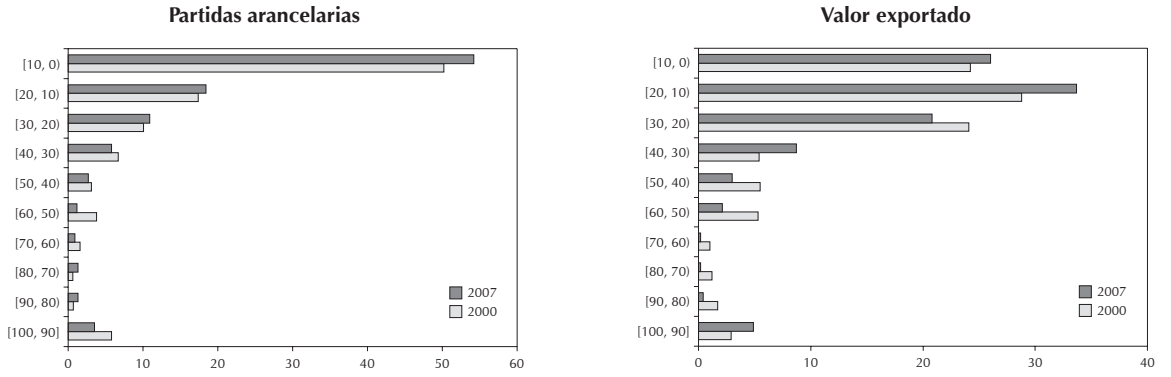
C. Productos en un mercado

Para analizar el tema de concentración en un mercado se tomaron tres mercados particulares que representan tres tipologías distintas. En primer lugar, existe una tipología particular en el caso de Ecuador. Al separar las exportaciones por deciles de concentración[3], se observa una muy baja concentración desde el punto de vista de partidas arancelarias y desde el punto de vista de valor exportado. De hecho, en el año 2007 el 92% del valor exportado tenía una dependencia inferior al 50%. Como se observa en el Gráfico 5, en el las exportaciones hacia Ecuador hay una distribución muy concentrada en bajas dependencias tanto en partidas como en valor exportado.

En segundo lugar, se observa una tipología particular de Estados Unidos: hay una baja concentración por el lado de las partidas arancelarias, pero una alta concentración por el lado de valor exportado (Gráfico 6). En el año 2007 el 53,2% de las exportaciones

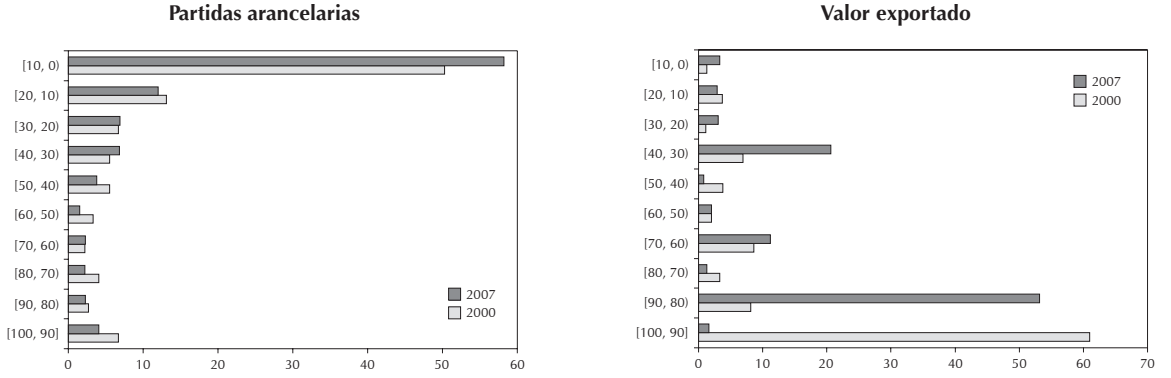
[3] Lo cual permite evaluar qué tan importante es cada mercado desde el punto de vista de las exportaciones totales de cada partida arancelaria.

Gráfico 5.GRADO DE DEPENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DEL MERCADO DE ECUADOR, 2000 Y 2007



Fuente: DANE, DIAN, cálculos OEE-Mincomercio.

Gráfico 6.GRADO DE DEPENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2000 Y 2007



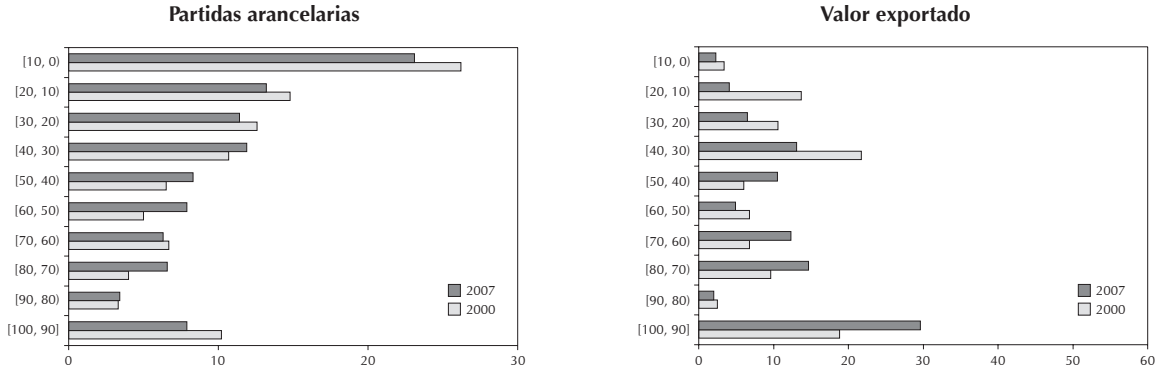
Fuente: DANE, DIAN, cálculos OEE-Mincomercio.

está explicado por partidas arancelarias que tienen una dependencia entre el 80 y el 90% del mercado norteamericano.

Finalmente, una tercera tipología es la de Venezuela donde hay una distribución relativamente uniforme a lo largo de todos los deciles (Gráfico 7). Por ejemplo se observa que en el 2007 el 63% del valor exportado y el 32% de las partidas tenían una dependencia superior al 50%.

Adicionalmente se subraya que en Estados Unidos y Venezuela la concentración se encuentra explicada por la alta dependencia de unos pocos productos. En el caso de Estados Unidos, el petróleo y sus derivados representaban el 55% y el 43% del valor exportado en 2000 y 2007, respectivamente. En el caso de Venezuela, productos como la papa, la leche, las margarinas y los automóviles representaban el 14,6% del total exportado en el año 2000, mientras que en el año 2007 el ganado, la carne

Gráfico 7.GRADO DE DEPENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DEL MERCADO DE VENEZUELA, 2000 Y 2007



Fuente: DANE, DIAN, cálculos OEE-Mincomercio.

de bovino, las hortalizas secas y los automóviles, representaban el 25% del valor exportado.

Al eliminar las distorsiones generadas por estos productos, es notorio el cambio tanto en la distribución como en la dependencia de las exportaciones de manera significativa. En el caso de Estados Unidos el nivel de dependencia se distribuye mejor. En el de Venezuela sucede lo mismo; se pasa de un alto grado de dependencia en valor exportado (29% en el último decil) a una dependencia moderada (6%).

Adicionalmente, es interesante analizar cuál es la dinámica de dicha dependencia para el caso de Venezuela. Para hacerlo, se tomaron las partidas que están dentro del rango de dependencia más alto (en el decil de 90 a 100%) y se analizó su comportamiento entre los años 2000 y 2007[4]. El resultado de este ejercicio muestra que hay productos para los cuales la dependencia ha permanecido relativamente estable; por ejemplo, animales vivos que pasó de tener una dependencia del 66% en el año 2000 a 100% en el año 2001, momento a partir del cual no ha registrado variación alguna. Por otro lado, hay otros productos que presentan niveles de dependencia muy variables. Lo anterior indica que no hay una permanencia de muchos de esos productos en mercados particulares y, como tal, esto es señal de que existe volatilidad en la presencia de muchos de estos productos en los mercados de exportación. Es decir, un producto como el calzado, por ejemplo, posiblemente realizó exportaciones a otros mercados en el año 2003, por lo que su nivel de dependencia del mercado venezolano bajó sustancialmente.

Finalmente, es importante mencionar que un trabajo reciente del Banco República[5] sugiere que durante los periodos de auge en Venezuela, hay exportado-

[4] El ejercicio se realizó para una muestra de 17 productos.

[5] Enrique Montes, Aarón Garavito, Carolina Pulido, Mónica Hernández y Gustavo Caballero (2008) "El mercado venezolano en las exportaciones colombianas: Dependencia de los exportadores en 2006". Banco de la República, *Borradores de Economía* No. 492.

res que dejan otros mercados y prefieren enfocarse exclusivamente en el venezolano. Esto quiere decir que no tienen estabilidad en los mercados hacia los cuales están exportando.

De esta forma, al concentrar el análisis en los años 2006 y 2007, se puede concluir que hay una gama de productos que tienen alta dependencia, pero no se oberva que esa dependencia puede no ser permanente.

En síntesis, con relación al análisis de concentración de productos en un mercado, hay aspectos en los cuales falta mejorar. Hay alta dependencia de algunos mercados y una concentración en algunos productos que quizás sea necesario analizar con más detalle.

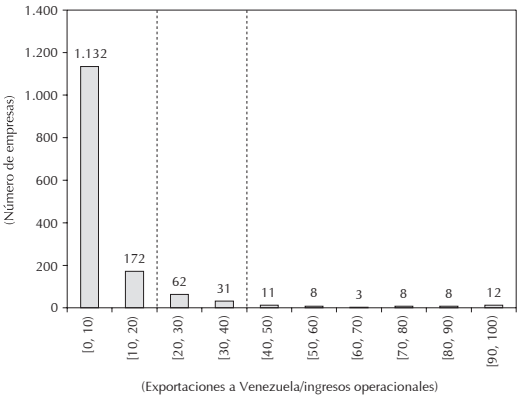
D. A nivel de la firma

En el trabajo del Banco República anteriormente mencionado, se muestra que 2.555 empresas exportaron a Venezuela alrededor de 2.702 millones de dólares, en el año 2006.

De estas empresas, los investigadores tomaron las que están registradas en la base de datos de la Superintendencia de Sociedades, que son el 57% de las firmas que representan el 83% del valor exportado. Con los datos obtenidos, establecieron tres tipologías de dependencia diferentes a las anteriormente expuestas en función de los ingresos operacionales: i) las ventas a Venezuela participan menos del 20% en los ingresos de la firma; ii) participan entre el 20 y el 40%; y iii) participan más del 40%. Los autores clasificaron las exportaciones por deciles para medir qué porcentaje de los ingresos operacionales de cada firma representan las exportaciones hacia Venezuela.

Los resultados indican que, por el lado de firmas, solamente el 3,5% tiene una dependencia tipo 3, es decir, en la cual sus ventas a Venezuela representan más del 40% de sus ingresos operacionales. En cambio el 90% de las firmas tienen una dependencia muy baja del mercado venezolano, es decir, sus ingresos operacionales son menos del 20% del total que tiene la empresa; el dato sugiere que para estas empresas la mayor parte de sus ingresos operacionales surgen del mercado nacional o de otros mercados (Gráfico 8).

Gráfico 8. DEPENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES A VENEZUELA POR INGRESOS OPERACIONALES DE LA FIRMA - NÚMERO DE FIRMAS 2006

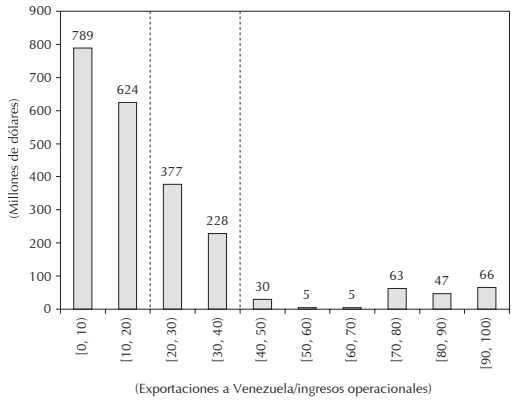


Fuente: Montes, *et al.* (2008).

Por otro lado, los autores encuentran que en términos de valores exportados, solamente 215 millones de dólares de los 2.333 exportados tienen una dependencia sobre ingresos operacionales de las firmas superior al 40% (Gráfico 9).

Finalmente, las conclusiones de este estudio indican que para el 90% de las 1.447 firmas analizadas en 2006, no existió un alto nivel de dependencia frente al mercado venezolano, en el sentido de que sus

Gráfico 9. DEPENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES A VENEZUELA POR INGRESOS OPERACIONALES DE LA FIRMA - NÚMERO DE FIRMAS 2006



Fuente: Montes, *et al.* (2008.

exportaciones a Venezuela no constituyeron la principal fuente de sus ingresos. Sugiere el documento que, ante el eventual cierre de mercado del vecino país, estas empresas tendrían un buen margen de maniobra para ajustarse a las nuevas condiciones.

Así, se concluye que no hay dependencia desde el punto de vista de estabilidad de las empresas; pero aún valdría discutir en más detalle el tema de la dependencia a nivel de la firma teniendo en cuenta que el año pasado se alcanzaron cifras históricamente altas de exportaciones hacia el mercado venezolano.

II. ACCIONES DEL GOBIERNO

Desde el punto de vista de acciones de gobierno, hay dos tipos de política que se han desarrollado. Existe una política cuyo objetivo es la diversificación de mercados de exportación en el mediano y el largo plazo, y otra política para afrontar situaciones atípicas de corto plazo.

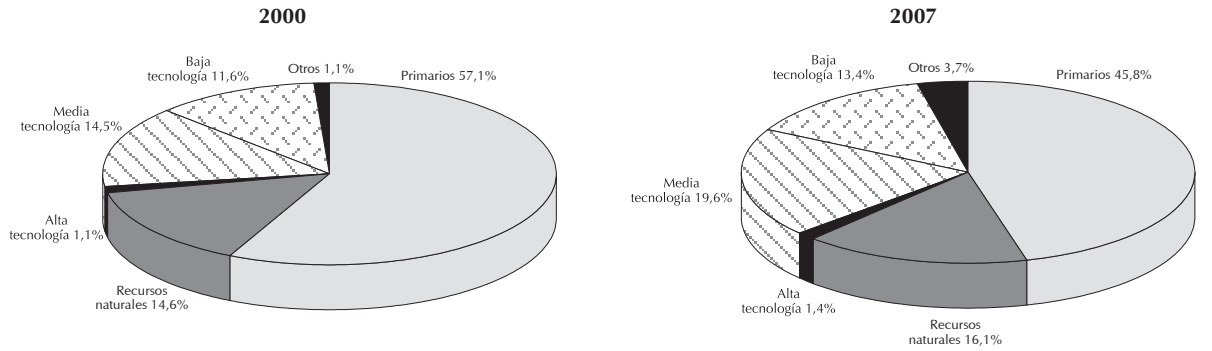
Es importante aclarar que las políticas mencionadas (de mediano y largo plazo) corresponden a las acciones directas del Ministerio de Comercio, que no son las únicas que toma el Gobierno; hay varias estrategias relacionadas con el tema de la productividad y la competitividad que son fundamentales para asegurar el aprovechamiento de todas las oportunidades que existen en los mercados internacionales.

Actualmente el gobierno está trabajando fuertemente en el desarrollo de la estrategia de internacionalización de la economía. Esa estrategia de internacionalización se divide en varios esfuerzos que, de forma resumida, comprenden los siguientes aspectos: En primer lugar, aumentar las exportaciones no primarias colombianas al 45%; En segundo lugar, la estrategia de negociar, implementar y aprovechar acuerdos comerciales y de inversión. Por último, hay estrategias de capacitación y apoyo a los exportadores.

Existe evidencia empírica que muestra cómo los acuerdos de libre comercio tienen un impacto significativo sobre la diversificación de exportaciones. En el tema de diversificación de exportaciones por valor agregado se está trabajando con una clasificación recientemente implementada en Colombia. Esta clasificación de las exportaciones por intensidad tecnológica permite mostrar el avance que se ha realizado durante los últimos años. En el Gráfico 10 se observa el peso relativo de cada tipo de bienes en las exportaciones totales. En el año 2000 el 28% correspondía a exportaciones con algún nivel de valor agregado, mientras que en 2007 esta cifra alcanzó a representar el 38%.

Como complemento, se están implementando una serie de políticas, como la difusión de los contenidos

Gráfico 10. EXPORTACIONES DE COLOMBIA POR INTENSIDAD TECNOLÓGICA, 2000 Y 2007



Fuente: DANE, cálculos OEE-Mincomercio.

de los tratados de libre comercio firmados y aprobados por el Congreso, la ejecución de programas de apoyo y promoción a las empresas exportadoras, la identificación y penetración de mercados dinámicos para la exportación del producto de valor agregado en segmentos especializados.

En cuanto a las políticas de corto plazo, su propósito es solucionar los problemas coyunturales que preocupan tanto a los exportadores como al gobierno. El ejemplo de lo ocurrido con la implantación del control cambiario en Venezuela muestra la capacidad de reacción del gobierno frente a situaciones imprevistas que pueden afectar negativamente las exportaciones.

III. CONCLUSIONES

En síntesis, Colombia viene evolucionando positivamente en su política de diversificación de mercados en la dimensión macro y cuenta con políticas que están orientadas a fortalecer esa tendencia.

En el ámbito micro y sectorial se observan situaciones de concentración que, como tal, no son malas; un mercado concentrado en petróleo en Estados Unidos o en oro en Suiza puede ser bueno o no serlo en circunstancias particulares; eso depende de la medida en que genere problemas, por ejemplo, en el caso de Venezuela con la industria automotriz.

Así, se puede afirmar que la concentración no es mala, sino que está directamente relacionada con la estabilidad de los mercados. Las coyunturas, como la actual con Venezuela, son esporádicas y en ningún momento se va a paralizar completamente el comercio entre los dos países. Además, la dependencia de los ingresos operacionales de las firmas exportadoras a Venezuela no es alta; los niveles altos de concentración se observan en pocas firmas y en un porcentaje bajo de las exportaciones.

Finalmente las políticas de corto plazo tienen herramientas para enfocarse en los casos más sensibles y permiten atender oportunamente esas situaciones atípicas que se pueden presentar.

Concentración de mercados y posibilidades de diversificación

Javier Díaz M.[1]

Es muy importante que Fedesarrollo y la Fundación Konrad Adenauer fomenten espacios de discusión y debate como este y por lo tanto quisiera agradecerles por su invitación. Mi presentación va a abordar los temas de concentración de mercados y posibilidades de diversificación, en particular resaltando, y a diferencia de lo que afirmó el Dr. Avendaño, el hecho de que el nivel de concentración que tiene Colombia, en materia de mercados, es muy preocupante.

La presentación está compuesta por tres secciones. En la primera sección se toca el tema de la concentración de las exportaciones en términos de mercados, mientras que en la segunda sección se hace un análisis sobre el estado actual de la política industrial colombiana, donde se mencionan algunas nuevas estrategias para llegar al mercado europeo y asiático. Finalmente se concluye.

I. CONCENTRACIÓN DE MERCADOS

La concentración que tiene la estructura exportadora colombiana es un grave problema. De hecho, de las 12.000 empresas que están registradas como exportadoras en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se evidencia que son 20 empresas las que hacen el 50% de las exportaciones totales colombianas. De esta forma, no se puede decir que el país tiene una base exportadora amplia sino una base exportadora concentrada en muy pocas empresas. En efecto, la base realmente exportadora está compuesta por 400 empresas que exportan más de 2 millones de dólares al año, mientras que, el resto de las empresas, aproximadamente 10.000, exportan menos de $10.000 dólares al año. Si bien no se puede despreciar que existe un número importante de empresas que, de una u otra manera, ya tienen algún tipo de contacto en los mercados internacionales y conocen bien los trámites necesarios para exportar, las cifras son todavía muy pequeñas.

Adicionalmente, vale la pena mencionar que el país cuenta con una concentración de exportaciones

[1] Presidente, Analdex.

muy peligrosa en dos mercados: Estados Unidos y Venezuela. Las exportaciones que se dirigen al mercado estadounidense son bienes tradicionales en su gran mayoría, mientras que las que llegan a Venezuela corresponden a bienes no tradicionales que encuentran en ese mercado a su único comprador. Por ejemplo, el 99% de las exportaciones del sector de animales vivos llega al mercado venezolano, así como el 97% de las exportaciones de carne, 91% de los productos lácteos, 76% de las hortalizas y 49% de los vehículos. Por otro lado, se puede analizar cómo es la concentración de esas ventas en un mercado mirando que alternativas tienen esos productos de encontrar otros mercados. Al tomar 2.000 millones de dólares de los 5.000 que se exportan a Venezuela, y que equivalen a 380 empresas, y mirar de esos 2.000 millones que se puede vender en otros mercados, se encontró que solamente es posible ubicar 500 millones en mercados alternos. Es decir, 1.500 millones tienen como único destino el mercado Venezuela y no es posible ubicarlos en otros mercados, ya sea porque los otros mercados no los importan o porque no son los productos específicos que están requiriendo esos mercado.

Entonces, al observar esos niveles de concentración surge la pregunta de cómo hacer para diversificar la estructura exportadora tanto en número de empresas como en número de mercados. Así se hace evidente el hecho de que Colombia no cuenta con una estrategia productiva; ha desarrollado una estrategia comercial pero hoy en día no existe una política industrial. Probablemente al fusionar el Ministerio de Desarrollo con el Ministerio de Agricultura el tema de la política industrial quedó en un plano secundario puesto que de esta forma se enfatizó solamente en el desarrollo de una política agrícola y no de una política industrial. Adicionalmente, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha dejado a un lado el tema de la política industrial, concentrando sus esfuerzos en el desarrollo de una política comercial basada en la negociación de acuerdos comerciales.

Sin embargo, si se hace el balance del número de acuerdos que tiene el país, es claro que aún falta mucho por hacer. Mientras que Chile tiene acuerdos con 44 países, México con 45, Costa Rica con 23, Guatemala con 23, El Salvador con 22, Nicaragua con 22, Honduras con 21, Colombia únicamente tiene acuerdos con 6 países. Estos acuerdos son básicamente la CAN y el G2. Recientemente se ha logrado negociar un acuerdo con Centro América, y se están negociando acuerdos con Canadá y Europa que se espera sean exitosos. No obstante el país está muy rezagado en términos comparativos.

Por otro lado, vale la pena preguntarse qué hay detrás de esta estrategia de negociar acuerdos comerciales con los países desarrollados como, por ejemplo, con la Comunidad Europea. Cuando se analizan las cifras de comercio, se tiene que los productos que Colombia exporta a Europa corresponden, en buena medida, a bienes tradicionales o materias primas básicas. No se están exportando productos manufacturados porque la estructura productiva colombiana está montada sobre el patrón de consumo de los Estados Unidos de gran volumen a bajo precio. De esta forma, es claro que ha habido una falla en el diseño de la política comercial con Europa puesto que ésta funciona con otro patrón de consumo, en donde el precio es secundario frente a variables como calidad, diseño y exclusividad del producto, lo que implica un bajo volumen de ventas. Así, los empresarios colombianos que han tratado de

vender en Europa los mismos productos que están vendiendo en Estados Unidos han encontrado grandes problemas en la medida en que esos no son los productos que demanda el mercado europeo.

II. POLÍTICA INDUSTRIAL

La ausencia de una política comercial frente a Europa es un hecho indiscutible, pero si a lo anterior se le suma que tampoco existe dicha política frente a Asia, donde además del tema del patrón de consumo cultural, los asiáticos no hacen negocios con cualquiera, entonces se hace más evidente aún la necesidad de desarrollar una estrategia productiva.

El gobierno ha hecho avances en este aspecto, pero todavía falta aterrizar más la estrategia de desarrollo industrial para, de esta forma, poder hacer negocios y comerciar de manera exitosa con Asia, Europa y demás posibles socios comerciales. El gobierno tiene unos instrumentos, como por ejemplo el de las Zonas Francas, que podría servir de base para empezar a construir una política industrial frente a Europa, en la medida en que puede generar la inversión (tanto nacional como extranjera) necesaria para producir los bienes que son requeridos en esos mercados.

En el caso de Asia, y en particular de la China, no vale la pena centrar la estrategia en aumentar la oferta exportable puesto que estos países producen los mismos productos colombianos pero a un menor precio. Entonces, vale la pena replantear esa estrategia por una estrategia de atracción de inversión de los países asiáticos en Colombia. Por ejemplo, China ha invertido de manera importante en el desarrollo del sector minero en Venezuela, Perú y Argentina a través del desarrollo tecnológico y la exploración. De esta forma, y en la medida en que Colombia está terminando su inventario minero y que los países asiáticos requieren ese tipo de minerales, se podrían empezar a armar unos prospectos que permitan avanzar en la estrategia de atracción de capital. Es decir, hay que decirle al inversionista que Colombia tiene este inventario minero con unas características, niveles de reservas y unas calidades particulares, para, sobre esa base, empezar a hacer negocios. Es imperativo definir esa estrategia de manera específica para así lograr interactuar e interrelacionarnos con estos países.

III. CONCLUSIONES

Para que Colombia sea exitosa en materia de diversificación de mercados se tiene que desarrollar una política industrial o, en términos más amplios, una política productiva. El país tiene la posibilidad de hacer la tarea desde hoy, tarea que no se había podido hacer, en buena medida, porque el tema de la inseguridad era un elemento que impedía un mayor desarrollo del país. Mientras que no se definiera el tema de seguridad, el país difícilmente iba a tener la capacidad de atraer inversionistas nacionales o extranjeros para desarrollar una estructura productiva que permitiera romper con la concentración tanto de mercados como de la estructura productiva. El país ha avanzado en ello y por lo tanto actualmente está en mejores condiciones para desarrollar esa estrategia productiva.

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el siglo XXI?

Jorge Robledo C.[1]

En primer lugar quisiera agradecer muy especialmente a Fedesarrollo y a la Fundación Konrad Adenauer por esta invitación. Esta presentación se va a apartar un poco del tema para plantear unos aspectos más generales. Desde mi punto de vista, no tendría sentido formular una sugerencia de qué hacer para vender una uchuva más. Entonces voy hacer algunos comentarios que espero sean útiles de una manera más general.

La presentación se encuentra organizada de la siguiente forma. La primera sección contiene unos comentarios generales sobre el comercio internacional y en particular de la política comercial de Colombia, en la segunda sección se hace referencia a los problemas que se derivan de dicha concepción, mientras que en la tercera sección se concluye.

I. COMENTARIOS INTRODUCTORIOS

A manera de introducción es importante plantear que, tener un punto de vista crítico frente al Tratado de Libre Comercio (TLC), no quiere decir que se esté, y es necesario enfatizar, en contra de los negocios internacionales sino en contra de los malos negocios internacionales. Incluso, Joseph Stiglitz, ganador del Premio Nobel de Economía, ha planteado en varias ocasiones, y refiriéndose al TLC en particular, que es mejor no tener un tratado que tener un mal tratado. Hay muchas maneras de demostrar que el TLC es un tratado inconveniente para el país, pero, en la medida en que este no es el tema central de discusión, no se va a profundizar al respecto. Se van a hacer menciones del tema, pero con la advertencia de que se van a tocar otros temas además del comercial. En otras palabras, se van a tocar otros temas que de alguna manera están relacionados con el tema comercial, pero que incuso pueden llegar a ser más perniciosos para la coyuntura actual colombiana.

Lo segundo es mencionar que el sistema capitalista no es un sistema de solidaridades, es un sistema de competencia feroz, donde, como bien dice Milton Friedman, el único objetivo de las empresas es producir ganancias. Adicionalmente, el papel social del capital se define a través de la competencia entre individuos, empresas y naciones. Así, se habla del

[1] Senador de la República.

libre comercio y de la globalización, pero no se menciona el hecho de que este es un sistema de competencia feroz, en donde es lícito que un país pueda ser "borrado del mapa" si se descuida. Por lo general, este no es tema de conversación; en general el ciudadano del común piensa que el libre comercio y la globalización son procesos de integración solidarios, lo cual es absolutamente falso. Al no tener esto en cuenta no hay análisis que valga. Así como los intereses en los negocios pueden ser coincidentes también pueden ser contradictorios e incluso pueden llegar a ser antagónicos.

En este sentido, llama mucho la atención el hecho de que en Colombia se hacen análisis minuciosos, pero nunca se analiza el papel de la soberanía nacional en el desarrollo de los países. Por ejemplo, en 1949 China logró nada menos que su soberanía nacional, y que al ser un país soberano logró imponer sus condiciones frente a los Estados Unidos. Por otro lado, el éxito coreano tiene como origen haberse desmarcado de las imposiciones del Fondo Monetario Internacional (FMI). Adicionalmente, India tiene un nivel de soberanía nacional infinitamente superior al colombiano. No existe un país que sea exitoso en términos de desarrollo económico, en el cual la soberanía no sea un elemento fundamental. Lo anterior está en la base de todo; en Colombia han surgido muchos proyectos importantes, pero si no pasan la prueba del FMI o del Banco Mundial (BM) no prosperan.

De esta forma, si algo hay que repudiar de estos modelos, es que son modelos idénticos para todos los países. ¿Cómo es posible que se sostenga un modelo económico que es idéntico para Haití, Brasil, China, Colombia y Chile? ¿Cuál es la racionalidad de ese modelo? Para responder a dichas preguntas es necesario tener en cuenta que debe haber una racionalidad superior, en donde hay intereses superiores que imponen su racionalidad. El caso de los TLC es patético, Estados Unidos define sus intereses y se los impone de igual manera a todo el continente.

Otro aspecto que es importante mencionar, porque es preocupante, es el énfasis por desarrollar las exportaciones. En el caso de Colombia las exportaciones representan aproximadamente el 20% de la economía nacional y poco o nada se tiene en cuenta al 80% restante. Esto demuestra un desdén absoluto por el desarrollo del mercado interno, que erróneamente se ha denominado como un mercado pequeño e insipiente, pero que sin embargo es la razón por la cual vienen Estados Unidos y Europa a negociar tratados de libre comercio. Es decir, la principal riqueza del país, que es el mercado interno, se está cediendo a través de los tratados de libre comercio, sin imponer condiciones para no desincentivar la entrada de los inversionistas internacionales.

Por otro lado, vale la pena mencionar que en este momento son los recursos naturales los que son escasos; no los mercados ni el dinero. De esta forma, no es aceptable que un inversionista extorsione a un país que tiene recursos naturales, como el petróleo, con el argumento de ser el que cuenta con los recursos pecuniarios. El dinero es abundante y como tal no es el inversionista quien se encuentra en una posición de exigir un trato preferencial (a través de exenciones de impuestos) sino el país que posee los recursos escasos.

II. PROBLEMAS

En primer lugar vale la pena mencionar que el país no está blindado contra los altos precios

internacionales. De hecho, las importaciones de alimentos aumentaron en aproximadamente tres millones de toneladas, lo cual hace que Colombia sea vulnerable ante un mayor aumento de los precios. Estos son factores que se deben analizar cuidadosamente puesto que existe una especie de dogmatismo, completamente ideologizado, sobre un modelo económico que impide mirar hacia otras direcciones de la economía internacional que, por supuesto, son importantes y deben ser tomadas en consideración. En efecto, en los países que han sido exitosos las exportaciones no tienen una alta participación dentro de su Producto Interno Bruto (PIB). Actualmente Colombia exporta el doble de lo que exportan Estados Unidos y Japón (como porcentaje del PIB), pero exporta un tercio o una cuarta parte de lo que exportan el Congo y Angola. De esta forma, es obvio que Colombia no es más que Estados Unidos y Japón y es más que el Congo y Angola. Entonces es necesario llevar a cabo un análisis más detallado de qué es lo que se exporta, cómo se está exportando y cuáles son sus consecuencias sobre el mercado local.

Por lo demás, otro de los aspectos negativos del libre comercio, y de cómo lo está desarrollando Colombia, es que destruye a la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Liquida a la CAN en los hechos, porque le arrebata la herramienta del Arancel Externo Común. Es más, existen estudios del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que plantean la presencia de grandes pérdidas debido a la desviación de comercio. Esto se debe a que parte de lo que se está vendiendo hoy en día en la vecindad va a ser reemplazado por productos estadounidenses. Y vale la pena aclarar que las exportaciones colombianas a la CAN en general corresponden a bienes manufacturados, mientras que lo que se exporta a Estados Unidos, también en general, son materias primas. Aproximadamente, 20% de las exportaciones a Estados Unidos son bienes manufacturados y el 80% son materias primas, mientras que con la CAN la relación es inversa. La CAN se ha visto perjudicada por los problemas que ha habido con los gobiernos de los presidentes Chávez y Correa, pero finalmente esos son problemas secundarios en la medida en que Colombia está destinada a tener esos vecinos. Ante lo cual, es natural que se hagan esfuerzos por desarrollar más las relaciones con los vecinos. De esta forma, el libre comercio que vulnera las relaciones con los vecinos, que impide una mayor integración con éstos y con el resto del continente, tiene que estar mal planteado.

Ahora bien, el país lleva 17 años de libre comercio (desde 1991) y cuenta con las preferencias arancelarias del ATPA y el APTDEA desde 1992, mas sin embargo hoy en día las exportaciones están cayendo o en su defecto están congeladas. Entonces, queda absolutamente claro que en este lapso Colombia ha sido totalmente ineficiente dentro de este contexto; la balanza comercial ha sido deficitaria todos los años a excepción de 1999 y 2000 que corresponde al periodo de crisis económica. Por su parte, la balanza de pagos ha sido deficitaria en todo lapso lo que demuestra que, en este modelo económico, Colombia no está siendo capaz de producir los dólares que necesita para mantener su economía. De tal forma, la economía colombiana se está manteniendo a través de la Inversión Extranjera Directa (IED), de la deuda y de las remesas de los colombianos en el exterior. El país sigue preso de unas exportaciones altamente dependientes de las materias primas, lo cual genera graves problemas (i.e. enfermedad holandesa). Han pasado 17 años y no ha habido una recomposición de las exportaciones colombianas.

Adicionalmente, aun cuando no es el tema central de discusión, vale la pena mencionar que la desnacionalización del país es un agravante. Prácticamente toda la economía nacional ha pasado de la propiedad del capitalismo nacional al capitalismo extranjero. Y no se analiza qué pasa con los dineros que entran y con los que salen del país.

III. CONCLUSIONES

A manera de conclusión, es importante resaltar que el libre comercio condena al país a tener una economía de tercera categoría. Rodolfo Llinás, el científico colombiano que trabaja en Nueva York, dice que las riquezas naturales se pueden ganar o perder pero que la riqueza básica de un país está dada por el nivel intelectual de su población. El nivel de educación en Colombia es más bajo de lo que debiera ser. Ya van 17 años de globalización y con frecuencia se cree que la situación está mejorando paulatinamente, lo cual no es vedad, el país se está quedando atrás comparativamente. Llinás también comenta que si bien se necesita dinero para desarrollar proyectos de educación y ciencia y tecnología, pero que este no es suficiente puesto que si no se hacen otras cosas, lo que puede terminar sucediendo es que la única opción para los colombianos educados sea salir del país tal como está sucediendo. Este es el punto de fondo del modelo económico actual colombiano.

Es con este pensamiento en mente, que se concluye que Colombia no está haciendo ningún esfuerzo por insertarse el mundo a través de la exportación de bienes procesados o de bienes manufacturados con un alto nivel de valor agregado. El país se ha dedicado a seguir exportando básicamente las mismas cosas, materias primas baratas. Adicionalmente, la disminución de impuestos a la renta (para atraer al capital extranjero), y la disminución de los salarios, se traduce en la implementación de un sistema de globalización del siglo XXI, pero que se parece muchísimo a la globalización del siglo XV ó XVI, que por supuesto va a mantener al país en el subdesarrollo. El país se encuentra rezagado. No solo en ciencia y tecnología como planteaba el Dr. Llinás, sino en términos generales. El país está cada vez más atrás, en últimas, porque no se tiene la capacidad soberana para tomar las decisiones necesarias.

¿Qué alternativas tiene Colombia para diversificar sus mercados y lograr una adecuada inserción al comercio mundial en el siglo XXI?

Hernán Vallejo G.[1]

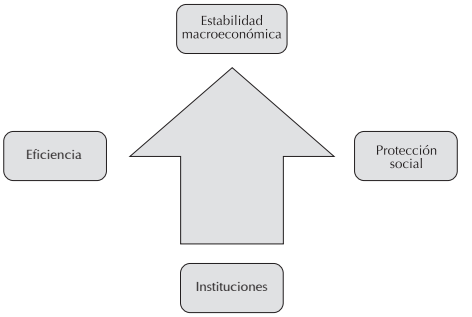
En primer lugar quisiera agradecer a los organizadores de este evento por haberme invitado a compartir algunas ideas con ustedes. La política comercial es un tema que genera mucho debate y por lo tanto es muy fácil decir que todos los debates son ideológicos. Es por ello que en este contexto hay que tratar de hacer énfasis en los argumentos.

Esta presentación se divide en cinco secciones. La primera incluye un breve análisis del contexto de la política comercial colombiana, mientras que la segunda elabora en detalle el tema de la diversificación como estrategia de inserción en la economía mundial. En la siguiente sección se toca el tema de las negociaciones actuales y se cuestiona si las mismas son suficientes o no. En la cuarta sección se trata de dar respuesta a la pregunta ¿qué pasa si no se aprueba el TLC? y también se reflexiona sobre si son necesarias o no políticas alternativas. La presentación termina con algunas conclusiones.

I. CONTEXTO

El Gráfico 1 resume lo que en mi opinión se necesita para que un país tenga crecimiento económico con progreso social. Este crecimiento económico con progreso social no es un misterio. Para alcanzarlo se necesitan instituciones efectivas y fuertes, así como estabilidad macroeconómica (que los precios asignen bien los recursos y que las finanzas públicas sean sostenibles), y políticas que por un lado pro-

Gráfico 1. CRECIMIENTO ECONÓMICO Y PROGRESO SOCIAL



Fuente: Vallejo, H. (2006).

[1] Profesor, Universidad de los Andes.

muevan la eficiencia, pero que por otro lado tengan un elemento de solidaridad muy importante, que por lo general está en cabeza del Estado dentro de lo que se conoce como políticas de protección social.

Lo anterior es importante a la hora de hablar de la política comercial porque ésta tiene su fuerte en generar asignaciones más eficientes de recursos. Por supuesto la política comercial también tiene efectos en aspectos como instituciones, estabilidad macro y protección social, pero en esos casos la política comercial es una política de segundo o tercero mejor. Es decir, la política comercial es ineficiente para buscar objetivos diferentes a alcanzar una mayor eficiencia.

Por ejemplo, se puede mostrar con cifras o estadísticas que la política comercial puede -o no- afectar favorable o desfavorablemente el desempleo, la inequidad, la inflación, la protección a sindicalistas, el narcotráfico o la promoción de ciertas industrias. El punto central acá, es que aun al mostrar esas cifras, no por ello se concluye que preservar o aumentar barreras al comercio internacional sea la estrategia óptima. Al utilizar la política comercial para enfrentar uno de esos problemas diferentes a la eficiencia, se generan costos, por ejemplo distorsionando el consumo y/o la producción. En estos otros casos, por regla general hay otras políticas -diferentes a la política comercial-, que permiten resolver los problemas de una mejor manera.

En este contexto, hay que resaltar que la política comercial no es la panacea y no tiene sentido esperar que la misma resuelva todos los problemas. Es más, no existen políticas económicas que resuelvan todos los problemas. Por ejemplo, se puede tener un banco central independiente e inflación baja, pero eso no resuelve los problemas de sostenibilidad fiscal, y la sostenibilidad fiscal no es garantía de que se tengan instituciones fuertes y efectivas.

II. DIVERSIFICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE INSERCIÓN EN LA ECONOMÍA MUNDIAL

A la hora de hablar de diversificación es bueno aclarar de qué tipo de diversificación se está hablando. Así, es necesario definir si se van a diversificar socios comerciales y/o si se va a diversificar la estructura productiva. En estos temas, la teoría económica puede aportar elementos valiosos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar una política industrial y comercial.

En el caso de la diversificación de socios comerciales, una herramienta muy útil es la ecuación de gravedad, la cual es muy exitosa desde el punto de vista empírico, para explicar los flujos de comercio entre países. Básicamente dice que la relevancia de los socios comerciales de Colombia depende del tamaño de sus mercados, su nivel de desarrollo, la distancia, la existencia o no de un idioma -o de una frontera- común, y de algunos aspectos de política comercial.

En el Cuadro 1 se muestran estimaciones de los potenciales de comercio de diferentes países para Colombia. En dichas estimaciones Estados Unidos representa entre el 45 y el 67% del comercio potencial colombiano. Colombia está a tres horas y media de la Florida, lo que hace que Estados Unidos tenga una fuerza de atracción demasiado grande sobre nuestro país por su tamaño y su cercanía. Ahora, la CAN representa entre el 7 y el 14% del comercio potencial colombiano, mientras que la Unión Europea representa entre el 10 y el 14% del

Cuadro 1. POTENCIAL DE COMERCIO DE LOS ACUERDOS PREFERENCIALES PARA COLOMBIA

Datos de Colombia		Datos de América Latina		Datos del Mundo	
APC	Porcentaje	APC	Porcentaje	APC	Porcentaje
ALCA	83,81	ALCA	76,97	ALCA	76,30
NAFTA	71,82	NAFTA	61,00	NAFTA	50,27
EEUU	67,77	EEUU	56,31	EEUU	44,58
Canadá	1,80	Canadá	2,03	Canadá	2,39
México	2,25	México	2,66	México	3,30
CAN	6,26	CAN	7,74	CAN	13,69
MERCOSUR	4,00	MERCOSUR	6,30	MERCOSUR	7,89
Otros	1,74	Otros	1,92	Otros	4,44
UE	10,72	UE	14,23	UE	14,05
RDM	5,46	RDM	8,80	RDM	9,66

Fuente: Vallejo, H. (1999).

comercio potencial colombiano, lo que implica que, desde el punto de vista de las estimaciones presentadas, la Unión Europea tiene un potencial de comercio mayor que el de la Comunidad Andina de Naciones.

Este tipo de estimaciones también sugieren que Venezuela y Ecuador son dos mercados naturales muy importantes para Colombia -a pesar de las diferencias actuales con esos dos países-, y que en ese frente vale la pena preguntarse si es adecuado luchar contra la gravedad, o es más conveniente usar la gravedad a favor de Colombia.

Así como existen socios comerciales con más potencial de comercio que otros, también existen sectores de bienes, servicios e insumos con más potencial que otros, por ejemplo porque las dotaciones de factores son muy importantes para determinar qué tipo de bienes produce o no produce un país. En particular dos elementos esenciales son el capital humano, en términos de educación y salud, y el capital físico, en términos de inversión nacional y extranjera.

En este sentido vale la pena hacer referencia al modelo de Helpman y Krugman (1985) que es un modelo de equilibrio general, es decir que tiene en cuenta la interacción de muchos mercados, y que permite la presencia tanto de competencia perfecta como de competencia imperfecta -que es lo que se observa en muchos de los mercados internacionales- así como la presencia tanto de rendimientos constantes a escala como de rendimientos crecientes a escala.

Basados en este modelo de Helpman y Krugman, Trejos y Vallejo (2009) tomaron datos de 46 países en promedio entre 1991 y 2005, encontrando que la dotación de capital por trabajador explica muy bien el patrón de comercio de bienes -el tipo de bienes que exporta e importa un país- bajo competencia perfecta y competencia imperfecta. Si se quiere tener una mayor diversidad en los productos que exporta un país, según este modelo y según la evidencia encontrada, es necesario aumentar la cantidad de capital por trabajador, lo cual va muy en línea con los planteamientos recientes del Dr. Rodolfo Llinás en el periódico Portafolio (2009).

Como la dotación de tierra de los países está fija, y los países van acumulando capital físico y humano con el tiempo, la dotación relativa de factores de los países se va igualando. Todo lo anterior lleva a que las exportaciones de todos los países se vuelvan más parecidas y más sofisticadas a medida que esos países van acumulando capital físico y capital humano.

Existen elementos adicionales que son importantes a la hora de hablar de la diversificación de la estructura productiva de un país. En primer lugar está el tema del tamaño del mercado y las economías de escala. Cuando un productor tiene que incurrir en costos fijos para producir ciertos tipos de bienes, hay incentivos para especializarse. De esta forma, existen dos fuerzas contrarias: por un lado hay incentivos para producir un mayor volumen y de esta manera bajar los costos medios, pero por otro lado hay incentivos para diversificarse, sofisticarse y depender menos de pocos productos, con menores volúmenes de producción de cada variedad. Lo anterior lleva a que empresas muy pequeñas que no logran la escala suficiente, puedan desaparecer y sean absorbidas por las empresas que se expanden para defenderse en un mercado donde las economías de escala prevalecen. El mensaje central acá es que la mayor diversificación que buscan algunos no puede ser a toda costa, pues diversificarse tiene beneficios, pero también tiene costos.

Las fallas de mercado son otro elemento que se debe tener en cuenta. Por ejemplo, una variedad de productos que se podrían producir en Colombia, no se producen simplemente porque hay empresarios que no tienen acceso al crédito y por lo tanto sus inversiones están sujetas a sus ingresos corrientes y no a la rentabilidad de sus proyectos. Por ello, eliminar restricciones de crédito en el caso de proyectos que estén bien sustentados es algo en lo cual Bancóldex debe jugar un papel muy importante. De otro lado, existen externalidades relacionadas con la creación de mercados. Para un empresario puede ser muy costoso abrir un nuevo mercado, y una vez lo logra, otros empresarios se benefician de ello. De esta forma, como el empresario que incurrió en los costos de abrir un nuevo mercado no puede capturar todas las ganancias que se generan por su esfuerzo, no se abren tantos mercados como sería óptimo, razón por la cual Proexport debe jugar un rol clave en la apertura de nuevos mercados. Finalmente, también existen externalidades relacionadas con el tema de la propiedad intelectual. Hay una serie de bienes, servicios e insumos que se podrían producir en Colombia si la propiedad intelectual tuviera un régimen que se respetara lo suficiente, tanto para productores domésticos como para productores extranjeros. En la medida en que ese régimen no sea suficientemente creíble y aplicable, un porcentaje de esos productos no se va a desarrollar porque simplemente no existen las condiciones para que esos bienes surjan rentablemente.

En síntesis, la economía nos enseña que características estructurales de los países como su dotación de factores, tamaño, nivel de desarrollo, ubicación, idioma y fronteras, determinan la diversidad de bienes, servicios, insumos y socios comerciales que ellos tienen. También sabemos que existen una serie de políticas transversales que favorecen la producción general de bienes y servicios. A medida que esas características estructurales y esas políticas transversales cambian, la diversidad puede cambiar, algo que acá llamaremos diversificación como resultado.

Sin embargo, un Estado puede tratar de modificar el patrón de comercio mediante políticas sectoriales y acuerdos preferenciales de comercio, para que la estructura productiva sea diferente a la que se tendría como resultado de las características estructurales y las políticas transversales, con el objetivo de tener una mayor variedad de productos con mayor valor agregado y de tener menor dependencia de cierto productos o de ciertos socios comerciales. Esto corresponde a lo que acá llamaremos un proceso de diversificación como objetivo.

En el caso de la diversificación como objetivo basada en escoger y fomentar una serie de sectores -a veces llamados sectores de alto impacto-, vale la pena recordar que diversificar tiene costos pues al tener más variedades, se pierde volumen y los incrementos en los costos de producción pueden terminar siendo más altos que los beneficios de tener más variedades. Además, existen muchas otras dificultades a la hora de escoger sectores. ¿Quién escoje los sectores? ¿Cómo se escogen los sectores? ¿Cómo se determina el tipo y la magnitud de las ayudas a esos sectores? ¿Qué pasa si otros países escogen -como resultado o como objetivo- esos mismos sectores? ¿Cómo se evita la captura de esa política por parte de grupos de interés? Dar prebendas es muy fácil pero quitarlas es muy difícil. ¿Cómo encajan estas políticas con políticas transversales fundamentales y en las cuales estamos muy atrasados, como el desarrollo de infraestructura y la reforma al mercado laboral? ¿Estamos dejando de hacer bien las cosas fundamentales por hacer cosas dudosas y menos importantes? ¿Qué efectos tiene esta política sobre la equidad? ¿En caso de que las políticas fallen, quién responde?

El mensaje acá es que la diversificación como resultado permite enfocarse en las políticas fundamentales que requiere la economía, mientras que la diversificación como objetivo puede -en el mejor de los casos- distraer de lo fundamental a quienes ponen en marcha esas políticas.

III. ¿SON LAS NEGOCIACIONES ACTUALES SUFICIENTES?

Las negociaciones en curso no son suficientes para lograr una adecuada inserción de Colombia en la economía mundial. No obstante, las negociaciones actuales están bien orientadas en términos de los determinantes básicos de los socios comerciales. Adicionalmente, las prioridades en las negociaciones que se están adelantando han sido Amércia y Europa, que representan en conjunto aproximadamente el 80% del comercio observado y el 90% de comercio potencial colombiano.

El siguiente paso es negociar tratados con China, Japón y los demás países de Asia. De otro lado, es importante que la Organización Mundial del Comercio (OMC) juegue un rol más activo con los tratados preferenciales de comercio en general. La participación de la OMC es fundamental porque podría actuar como ente simplificador en un escenario en el cual la mayoría de los países no tienen capacidad para fijar la agenda multilateral y en un mundo donde hay países con muchos acuerdos preferenciales de comercio. De lo contrario los acuerdos pueden terminar convirtiéndose en grandes obstáculos al comercio con acceso real, debido a la cantidad de diferencias entre cada uno de estos acuerdos.

Otro aspecto importante de la OMC es que es un escenario donde se puede dar más credibilidad a los acuerdos comerciales. En el caso colombiano, los TLC con Estados Unidos y con la Unión Europea son

creíbles, tanto así que generan resistencia y prevención, mientras que otros acuerdos, como el caso de la CAN, no son tan creíbles porque las normas y los objetivos no han sido respetados de forma sistemática por los diferentes miembros, sin que ello haya tenido consecuencias serias para los infractores.

En parte por todo lo anterior, es necesario generar tecnologías de compromiso. Al hacer acuerdos para ampliar mercados, se requiere tener un mínimo de certeza sobre cuáles son las reglas del juego en el largo plazo para lograr atraer a los inversionistas, tanto nacionales como internacionales. Adicionalmente, no sólo se necesita que las reglas existan, sino que las mismas tienen que ser creíbles y exigibles, porque de lo contrario no funcionan. Por ejemplo, si no hay fecha para que se apruebe y entre en vigor el TLC con Estados Unidos, los agentes no tienen incentivos para prepararse al ser ese un escenario altamente incierto. De otro lado, en un mundo con tantos acuerdos comerciales es necesario simplificar las reglas para que el comercio internacional fluya más fácilmente. El Cuadro 2 muestra que, en el caso colombiano si se negocian y se aprueban de manera exitosa los TLC con los países de América y Europa,

Cuadro 2. PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO OBSERVADO DE COLOMBIA EN 2007

	Exportaciones	Importaciones
EEUU, Canadá y México	37,13	37,36
CAN con Venezuela	24,53	8,66
Unión Europea	14,61	12,35
Mercosur	1,86	9,62
Resto de América	8,96	4,35
Japón	1,32	3,74
China	2,62	10,11
Resto del mundo	8,97	13,8

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2008.

se va a tener acceso preferencial a entre el 80 y el 85% del comercio observado. Si a lo anterior se le agrega Japón y China entre el 85 y el 92% del comercio observado en el año 2007, estaría fluyendo bajo reglas de juego claramente establecidas.

IV. ¿QUÉ PASA SI NO SE APRUEBA EL TLC CON ESTADOS UNIDOS?

La no aprobación del TLC con Estados Unidos hay que analizarla en el contexto actual en el cual se está negociando un TLC con la Unión Europea, se está en proceso de aprobar el TLC con EFTA y Canadá, se tienen acuerdos comerciales con MERCOSUR, México y Chile, y se hace parte de la CAN, entre otras cosas. De esta forma, la no aprobación del TLC con Estados Unidos va a generar desviación de comercio, es decir, Colombia va a terminar importando de otros socios comerciales cosas que se podrían importar más baratas de Estados Unidos y a Estados Unidos le va a pasar algo similar. Sin embargo, a Estados Unidos no le va a importar porque el mercado colombiano representa el 0,3% de la producción mundial de bienes y servicios. En el contexto global, Colombia es muy pequeña y por lo tanto, mientras que Estados Unidos es indiferente al TLC con Colombia, para Colombia es muy importante el TLC con Estados Unidos, pues ese mercado representa aproximadamente el 30% de nuestro comercio observado y el 50% de nuestro comercio potencial.

En la medida en que al libre comercio no se llega de la noche a la mañana puesto que hay que romper una cantidad de prevenciones, es necesario generar políticas alternativas. Los TLC son muy importantes porque el comercio internacional no es un juego de suma cero donde lo que gana un país es lo que pierde otro país, sino que es un juego de suma positiva en

donde todos los países participantes pueden ganar comerciando. Pero los TLC no son libre comercio pues discriminan entre socios comerciales. Por lo tanto, hay que tener cada vez más TLC y buscar al mismo tiempo instrumentos para consolidarlos y simplificarlos.

V. CONCLUSIONES

La lección más importante es que Colombia tiene que perseverar en su agenda de integración comercial. Por ejemplo, si se llega a firmar y a aprobar los TLC con la Unión Europea, EFTA y Canadá, van a ser más fuertes los incentivos para que las firmas de Estados Unidos presionen por un acuerdo con Colombia, porque los empresarios estadounidenses van a quedar en desventaja.

Adicionalmente, es necesario darle legitimidad al proceso comercial. Lo anterior requiere consolidar una agenda interna donde se incluyan una serie de políticas transversales que básicamente facilitan la producción de todos los sectores en general, como el pronto desarrollo de infraestructura, la reforma al mercado laboral, el mejoramiento de la educación, la capacitación y la formación técnica, y el mayor desarrollo del mercado financiero y de capitales. También es necesario revaluar las políticas públicas en términos de eficiencia y focalización del gasto público, particularmente del gasto social.

Finalmente, se puede aumentar el tamaño de los mercados con TLC ordenados en términos de su participación en el comercio observado, o su potencial de comercio predicho por el modelo gravitacional, pero también es necesario seguir buscando el escenario multilateral de la OMC o el ALCA para simplificar y dar credibilidad a los acuerdos comerciales en general. Finalmente, es necesario que tanto la política de seguridad efectiva como la estabilidad macroeconómica, sean políticas de Estado para asegurar su continuidad.

BIBLIOGRAFÍA

Portafolio (2009), "Rodolfo Llinás considera que la crisis económica mundial resulta un 'regalo fantástico' para Colombia", Portafolio (http://www.portafolio.com.co/negocios/empresas/2009-04-07/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-4953265.html)

Trejos, A. y H. Vallejo (2009), "Capital per Worker as a Determinant of the Pattern of Trade of a Country with the Rest of the World", Universidad de los Andes, mimeo.

Vallejo, H. (2006), "El TLC Andino en el Contexto de Colombia" Documento CEDE 2006-10.

Vallejo, H. (1999), "Socios comerciales naturales y desempeño del comercio bilateral colombiano: evidencia desde 1960 hasta 1996" Planeación y Desarrollo, Departamento Nacional de Planeación, Bogotá, D.C., Vol XXX, No. 2, abril-junio.



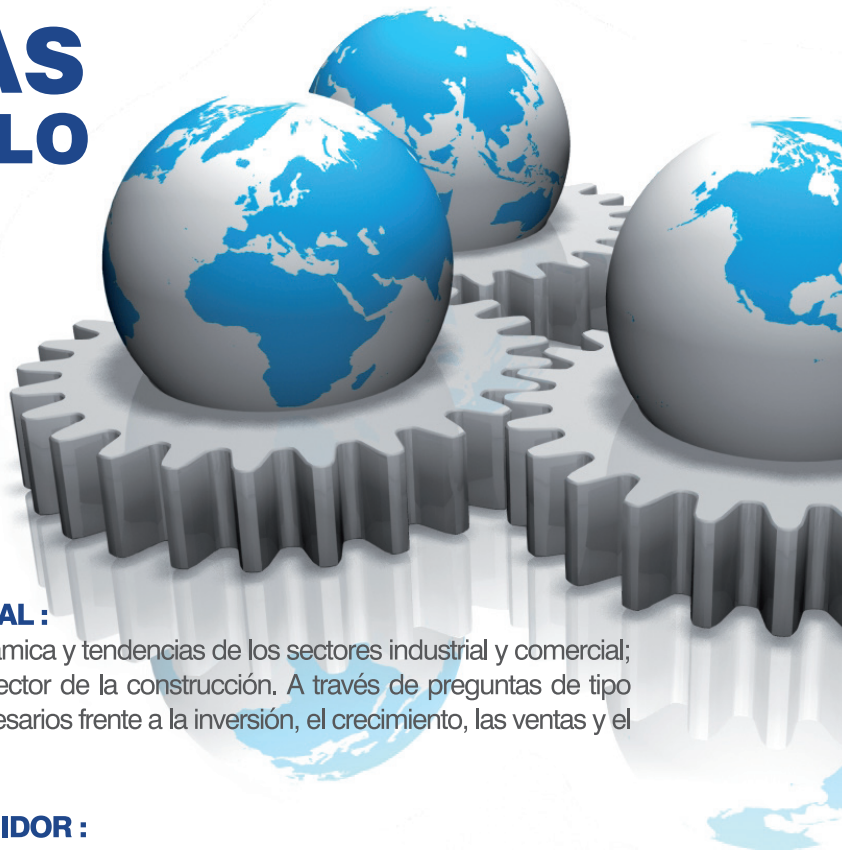
ENERGIA
de Bogotá

GRUPO ENERGÍA DE BOGOTÁ

VIGILADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS PUBLICOS No. UNICO DE REGISTRO 2-11001004-4

ENCUESTAS FEDESARROLLO

La mejor forma de seguirle el pulso a la Economía



ENCUESTA DE OPINIÓN EMPRESARIAL :
Permite hacer seguimiento mensual a la dinámica y tendencias de los sectores industrial y comercial; y trimestralmente presenta datos sobre el sector de la construcción. A través de preguntas de tipo cualitativo mide las expectativas de los empresarios frente a la inversión, el crecimiento, las ventas y el empleo.

ENCUESTA DE OPINIÓN AL CONSUMIDOR :
Compila mensualmente las percepciones y perspectivas de los hogares en las 4 principales ciudades del país, frente al consumo de bienes durables, situación económica del hogar y condición económica del país. La información se puede desagregar por ciudad y nivel socioeconómico.

ENCUESTA DE OPINIÓN FINANCIERA :
Recoge información mensual acerca de inversión y expectativas macroeconómicas de los principales agentes financieros que representan el 80% de los activos del sector. La información se puede desagregar por corporaciones financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías; y fiduciarias.

FEDESARROLLO
Centro de Investigación Económica y Social

Suscripción a Encuestas Fedesarrollo
Tel. (571) 3259777 Ext. 340
e-mail:comercial@fedesarrollo.org.co
Calle 78 N° 9-91 / Bogotá D.C. - Colombia
www.fedesarrollo.org.co