

*Segundo Trimestre de 2019*

# COMERCIO EXTERIOR

No. 5 - Junio 2019



# **Bitácora** **Económica**

**BITÁCORA ECONÓMICA**  
**No. 5 – Junio 2019 – Barranquilla**

**ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LAS MICRO,  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ©**

Dirección General  
**ROSMERY QUINTERO CASTRO**

Editor en Jefe  
**EDGAR QUIÑONEZ RIZO**

Analistas  
**EDGARDO MONTES RODRÍGUEZ**  
**JONATHAN FERREIRA GARCÍA**  
**RITZI CALDERÓN**

Asesores temáticos  
**OSIRIS MERIÑO GARCÍA**

Directora de Arte  
**CAROLINA CASTRO VILORIA**

Difusión  
**COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES**

**ISSN: 2619 – 1695**

**estudioseconomicos@acopiatlantico.com**  
**www.acopi.org.co**



Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

# Contenido

Notas de dirección

Pág. 01

ENTREVISTA MIPYME: Laura Valdivieso Jiménez  
Viceministra de Comercio Exterior.

Pág. 03

EDITORIAL: Las Pymes exportadoras y su financiación.

Pág. 08

CAPÍTULO I: Perspectivas del Comercio Exterior.

Pág. 12

CAPÍTULO II: Política Comercial en fomento de las  
Exportaciones.

Pág. 16

CAPÍTULO III: Dinámica Exportadora.

Pág. 22

ENCUESTA DE DESEMPEÑO EMPRESARIAL.

Pág. 29

PROYECCIÓN ECONÓMICA

Pág. 44



# NOTAS DE DIRECCIÓN

**POR:**

**ROSMERY QUINTERO CASTRO**

*Presidente Ejecutiva Nacional de ACOPI*

**D**urante este primer trimestre del 2019, la economía colombiana presentó un crecimiento paulatino del 2,8%, lo cual nos insta a seguir trabajando en estrategias que contribuyan al crecimiento económico del país. Por lo que, las condiciones de comercio internacional serán clave para continuar con esta tendencia positiva.

En este sentido, si miramos el “plan estratégico de desarrollo empresarial 2018-2022”, liderado por el MinCit, dentro de los énfasis que se están planteando, se encuentra entender la

competitividad no en términos del país, sino desde las regiones.

Por consiguiente, queremos focalizar en los clústeres, los cuales requieren acompañamiento, debido a que su objeto real es unir las capacidades tecnológicas y gerenciales que se tengan para llevar un nuevo producto de mayor valor agregado a mercados más sofisticados.

Procolombia, está considerando a través de los consorcios industriales acompañar a los diferentes clústeres de la región, lo cual es un paso funda-

mental que ojalá se pueda hacer una realidad. La figura de “consocios de exportación” brinda beneficios como el análisis de la matriz de potencialidad.

Este es una herramienta lo suficientemente eficaz para identificar que bienes y servicios se pueden potenciar para la maximización de exportación. Lo cual es un apoyo para el segmento para evaluar y tener garantías suficientes para asumir un mercado en el Comercio Exterior.

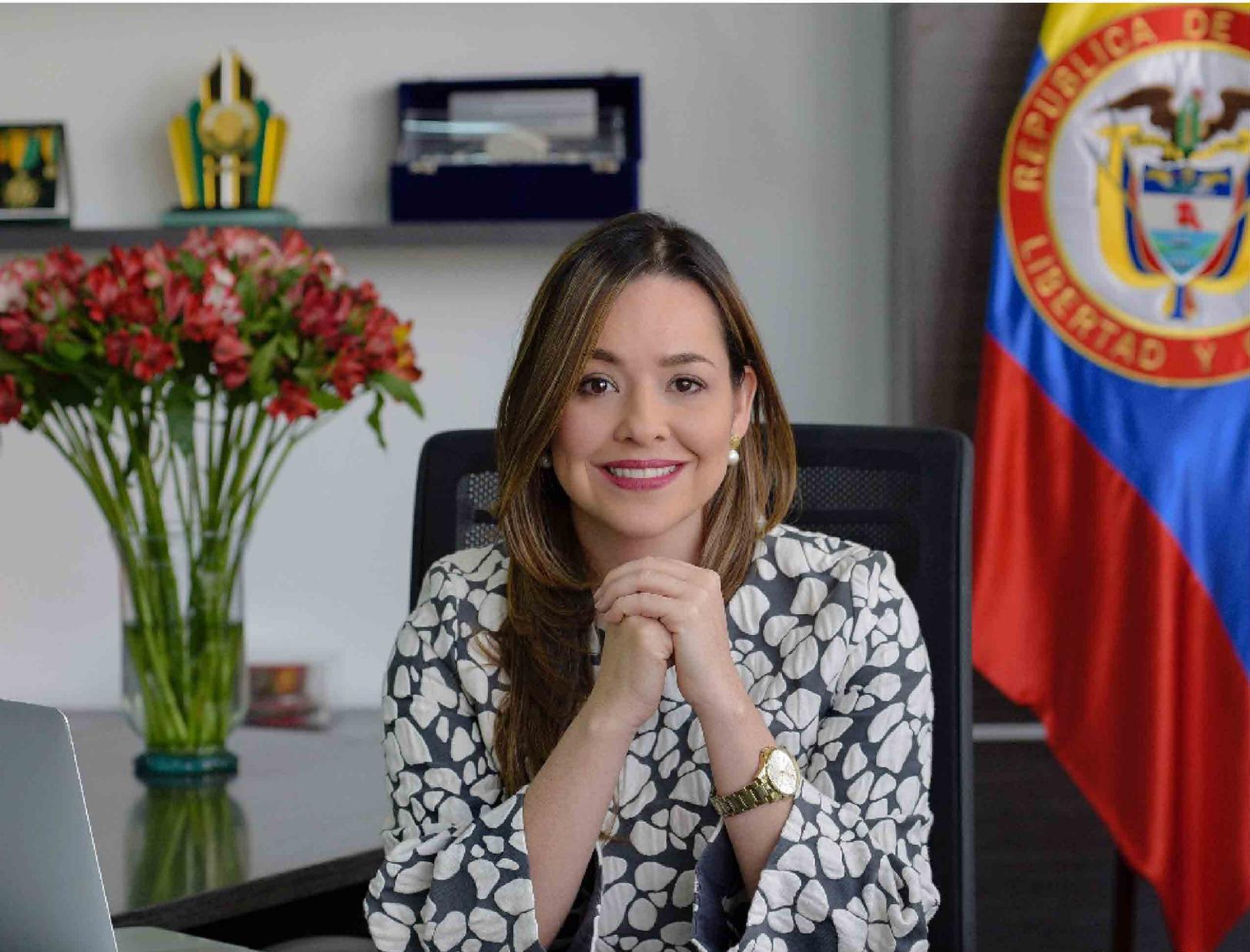
Así mismo, hacemos énfasis en que las comisiones regionales de competitividad monitoreen los indicadores de comercio exterior de cada uno de los clústeres ubicados en las distintas regiones, con el fin de impulsar herramientas que mejoren las condiciones de los insumos. Además, tener presente al

momento de planificar las fortalezas territoriales que nos permita tomar decisiones estratégicas para identificar las cadenas con mayor capacidad en el mercado internacional.

De este modo, le hacemos un llamado a nuestro segmento. Tenemos trabajo por hacer y un largo camino por recorrer, con apoyo institucional y directrices claras podremos consolidar una internacionalización de los productos y servicios de las MiPymes. De igual manera, invitamos a los empresarios a participar en las ferias y encuentros de comercio exterior que se realicen con el objeto de superar los temores y crear las bases del relacionamiento con empresarios del mundo.

Hasta la próxima edición.





# LAURA VALDIVIESO JIMÉNEZ

*Viceministra de Comercio Exterior*

**Actualmente, ¿Cuál es la estructura institucional con que cuentan las Mipymes para fortalecer su oferta exportadora?**

**Laura Valdivieso.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es un aliado de los empresarios y del aparato productivo del país en general. Es el organismo que, no solo impulsa a los empresarios, incluidas las micro, pequeñas y medianas empresas, a ser más productivos y competitivos, sino que formula la Política de Comercio Exterior para que tengamos más empresas exportando, más productos colombianos puestos en los mercados internacionales y más mercados hacia los cuales vender esos bienes y servicios.

Esa Política se desarrolla a través de entidades adscritas como ProColombia, Colombia Productiva, iNNpulsa y Bancoldex, las cuales cuentan con una serie de programas pensados y dirigidos para que las compañías, grandes, medianas o pequeñas, que quieran exportar, lo puedan hacer.

**¿Cuál ha sido la dinámica y participación del segmento Mipyme en la oferta exportadora del país y qué sectores han sido los más participativos en los últimos años?**

**Laura Valdivieso.** Al igual que en otros países de la región, las empresas grandes tienen mayor participación en las actividades de exportación. En 2018, las empresas grandes representaron el 82,7% del valor exportado del país y las mipymes el 17,3%.

Lamentablemente, en nuestra región la propensión a exportar es inferior en las empresas más pequeñas. Según la Encuestas de Empresas del Banco Mundial (World Bank, 2017), el porcentaje global de empresas exportadoras colombianas es ligeramente superior al promedio América Latina y El Caribe (18,2% y 17,3% respectivamente).

Precisamente por eso, es que nuestro enfoque está en aprovechar más los acuerdos comerciales vigentes con los que cuenta Colombia buscando que

“ Nuestra Política de Comercio Exterior está enfocada en tres estrategias y un eje transversal: el aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales vigentes y mercados estratégicos, la Facilitación del Comercio Exterior y la atracción de inversión extranjera, finalmente un eje transversal, que es el de comercio legal y leal.

sean más las empresas exportadoras y que los beneficios del comercio exterior estén al servicio de todas y no de unas pocas.

Los sectores más participativos siguen siendo el agroindustrial con el café y las flores; sin embargo, vale la pena destacar que todas las cadenas presentaron un crecimiento importante en las ganancias producto de las exportaciones. El mayor incremento se dio en la cadena de metal-mecánica, con un 15,7%, seguido por químicos y ciencias de la vida con el 11,2%, el sistema moda con el 4% y el sector de agro alimentos con el 1,4%.

**Por otra parte, las Pymes colombianas del sector de las Industrias 4.0 presentaron un aumento del 17,4% durante el primer trimestre del 2018. Según el DANE, 10 de los 14 sectores relacionados con la economía naranja incursionaron de manera significativa en otros mercados; especialmente los servicios de telecomunicaciones, call center y los servicios informáticos, quienes lograron exportar sus servicios a Canadá, Estados Unidos y Ecuador.**

## **En materia de fortalecimiento al comercio exterior para el segmento mipyme. ¿Cuáles son las políticas y estrategias que la administración tiene pensado desarrollar?**

**Laura Valdivieso.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y sus entidades adscritas apoyan la actividad empresarial de los diferentes sectores productivos y de las distintas empresas productoras de bienes y servicios de las regiones y las impulsa a llegar a los mercados externos, a través de los programas que ofrecen las diferentes entidades.

Por ejemplo, desde el Ministerio, a través de Colombia Productiva, nos hemos propuesto como meta tener más empresas, más productivas y más innovadoras. Dentro de las estrategias para incrementar la productividad, adelantamos el programa Fábricas de Productividad con el que queremos llegar en 2019 a 1.000 empresas con expertos que les ayudarán a la implementación de acciones para hacer más eficientes sus procesos productivos, en términos de tiempos, disminución de desperdicios, eficiencia energética, flujos de información, servicio al cliente, tecnología, entre otros determinantes de la productividad y por ende, competitividad de las empresas en los mercados externos. Al cierre del gobierno Duque se tendrán 4.000 empresas intervenidas.

En materia de Comercio Exterior, defini-

mos la política para los diferentes sectores productivos y no para uno o unos en particular, tomando en cuenta las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales para distintos bienes, pero especialmente nuestros socios comerciales a través de los TLC y los mercados estratégicos.

Para ello, adelantamos un proceso de validación de la oferta exportable con los actores regionales, que arroja variedad de productos de distintos sectores. Ya lo hemos hecho en 10 regiones que representan más del 80% de las exportaciones no minero energéticas, lo cual nos llevará a diversificar la oferta exportable y a aumentar las exportaciones no minero energéticas.

Y en este proceso es fundamental el trabajo con Colombia Productiva y con ProColombia, entidades que cuentan con varios programas que apoyan al empresario en su proceso de internacionalización.

Otro ejemplo que vale la pena destacar es el programa de formación exportadora de bienes y servicios, que son talleres especializados para aprender o mejorar el proceso de exportación de manera práctica. Igualmente, está la primera asesoría en comercio exterior a empresas no exportadoras con potencial para incursionar en los mercados internacionales. Además, hay seminarios de mercadeo y ventas que brindan información especializada a los empresarios para fortalecer la estrategia de venta y mercadeo para otros países y

seminarios de divulgación de oportunidades comerciales en los mercados internacionales para bienes, servicios, economía naranja, entre otros.

### ¿Cuáles son los sectores exportadores del segmento Mipyme que el gobierno identifica con más alto potencial exportador?

**Laura Valdivieso.** Hemos hecho un trabajo de **validación de la oferta exportable con 10 regiones que representan el 80% de las exportaciones no minero energéticas del país, proceso que realizamos con el acompañamiento del Colombia Productiva, ProColombia y las Comisiones Regionales de Competitividad, de las respectivas regiones.** En este trabajo se tomó en cuenta la oferta exportable en los sectores de manufacturas, agro y servicios con mayor potencial, pero no el tamaño de la empresa.

Así, hay sectores como frutas y derivados, alimentos procesados, carne bovina, de cerdo, industrias del movimiento, industrias para la construcción, farmacéuticos, pinturas, cosméticos y aseo, sistema moda, BPO, servicios de salud y turismo de salud, bienestar, naturaleza y reuniones, entre otros.

## ¿Cuál ha sido la dinámica de la participación de las mipymes en los tratados de libre comercio implementados?

**Laura Valdivieso.** Los Acuerdos Comerciales vigentes se negociaron para impulsar las exportaciones de los diferentes sectores productivos de la economía nacional.

Este Ministerio brinda todo el apoyo institucional para que más mipymes de todos los sectores y todas regiones se consoliden y exporten bienes con valor agregado y con ello puedan aprovechar las oportunidades que brindan esos Tratados de Libre Comercio.

Un ejemplo de cómo las mipymes han participado en los mercados con los que el país tiene TLC vigentes es el trabajo hecho a través de iNNpulsa. Un informe sobre los Acuerdos con corte a 2017, señala que a través de esa entidad se invirtieron en alistamiento de la oferta exportable \$10.700 millones que permitieron beneficiar a 89 empresas de 16 departamentos. La mayoría de las empresas beneficiarias obtuvieron certificaciones necesarias para el ingreso a los mercados internacionales, logrando exportar más de \$9.000 millones a destinos como Australia, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, México, Canadá, Guatemala, Bolivia, Chile, Perú y Ecuador, entre otros.

De igual manera, a través del programa Rutas Competitivas, de apoyo al desarrollo de iniciativas de clúster, se invirtieron más de \$42.900 millones impactando a más de 2.000 beneficiarios (empresas, productores, familias y asociaciones), a través de 75 proyectos enfocados a la diversificación y sofisticación de productos y servicios y la inserción en nuevos mercados en 23 departamentos.

Desde este Ministerio y sus entidades adscritas seguimos trabajando para impulsar la productividad, la competitividad y las exportaciones.

## ¿Cuáles son los mercados con mayor potencial exportador para el segmento Mipyme?

**Laura Valdivieso.** Nuestra Política de Comercio Exterior está diseñada para impulsar las exportaciones del país. Y una de nuestras estrategias es aprovechar las oportunidades que aún ofrecen los acuerdos comerciales.

Por ejemplo, profundizamos el acuerdo que tenemos con El Salvador, con Guatemala y con Costa Rica y empezamos un trabajo de acercamiento con Curazao.

Igualmente, seguimos trabajando en diplomacia sanitaria para lograr ingresar productos del sector agropecuario a Estados Unidos. Pero también avanzamos en trabajos con mercados con el de África y China.

## EDITORIAL:

# LAS PYMES EXPORTADORAS Y SU FINANCIACIÓN

Por: **Fernando Esmeral Cortés**  
*Presidente Arco Grupo Bancóldex*

**P**ara la mayoría de las pymes colombianas, alcanzar mercados internacionales ha sido un objetivo distante. No obstante, las Pymes con productos y servicios competitivos no pueden conformarse con sus mercados locales, y desaprovechar las oportunidades de crecimiento en los mercados internacionales, de la misma forma que no pueden evadir tanto la competencia internacional, como los efectos de ella en sus mercados.

**Las medianas y pequeñas empresas son importante para el país, no solo en términos de generación de empleo y contribución al PIB, sino en el proceso de internacionalización de la economía.**

Cuando una empresa Pyme quiere participar en el mercado de exportación debe, como cualquier empresa, considerar el por qué lo hace, cuáles son sus objetivos y los medios para lograr su objetivo de interna-



cionalización. Seguramente dentro de estos últimos puede estar el expandir sus ventas, adquirir recursos o incluso minimizar el riesgo. Normalmente mayores ventas significan mayores utilidades. El aumento en ventas es un motivo importante para que una empresa se expanda en el mercado internacional. Igualmente, para minimizar las fluctuaciones de ventas y utilidades, las empresas pueden buscar los mercados extranjeros para aprovechar las diferencias de los ciclos económicos que existen entre países, a la par que para diversificarse.

La participación en el mercado internacional puede realizarse de diferentes formas entre estas las exportaciones directas e indirectas o a través de un tercero localizado tanto en el mercado local como en el mercado de destino, mediante licencias internacionales, franquicias, joint ventures y alianzas internacionales, y en procesos más maduros y con mayor aproximación al cliente, mediante inversión extranjera directa y la localización de filiales en el exterior. El alcance de estas líneas está en la internacionalización mediante la exportación.

Materializar la llegada permanente a mercados internacionales para los exportadores, seguramente demanda inversiones en adaptación de producto o servicios, costos adicionales de logística, incrementos de capacidad de producción o y/o modernización tecnología, capacitación de personal o ensanchamiento de su planta; en resumen, nuevas necesidades de capi-

tal de trabajo y de inversión en capacidad productiva.

Una empresa que requiere expandir sus operaciones o necesita capital adicional puede recurrir a las fuentes internas de recursos dentro de la organización, llámense utilidades retenidas, aporte de los socios o fuentes externas.

En este último caso es recurrente que las empresas definan y opten por fuentes de financiación teniendo como única variable de análisis el costo financiero, sin tener en cuenta su capacidad de pago en términos de la correspondencia entre las distribuciones del servicio de la deuda en el tiempo y el flujo de caja disponible acumulado; es decir la capacidad de la empresa para atender las obligaciones de efectivo a corto, mediano y largo plazo.

De ahí la importancia de recurrir al tipo de financiación acorde con las necesidades y el flujo de caja. Inversión en activos fijos requiere financiación a mediano y largo plazo. Créditos a mediano y largo plazo o instrumentos como el Leasing, que es una alternativa de financiación ideal para la obtención de activos productivos, con amplios plazos, con formas de pago que se adaptan al flujo de caja de los empresarios y con periodos de gracia, que ofrece el sistema financiero colombiano, en especial Arco Grupo Bancóldex, compañía de financiamiento filial de Bancóldex, cuyo propósito fundamental es la atención óptima de las necesidades financieras de las pymes en crecimiento.



**En un ambiente de negocios internacionales, existe una diferencia fundamental entre efectuar un pago en el mercado doméstico o recibirlo del extranjero. En una transacción doméstica se usa una sola moneda, en una transacción de comercio exterior se pueden usar dos o más monedas. Por ello es vital el entendimiento del mercado de divisas.**

Hay que protegerse contra los riesgos cambiarios al participar en los mercados internacionales. Por esta razón, los agentes que intervienen en el mercado, tanto las empresas del sector real como entidades financieras, disponen de instrumentos que les permite cubrirse frente a eventuales pérdidas derivadas de estas fluctuaciones. Las más utilizadas son los Forwards y las opciones. Un Forward es un acuerdo a través del cual se pacta la venta futura de un activo financiero en este caso divisas, en un momento determinado del tiempo. Por su parte, las opciones de compra son contratos a través de los cuales un agente adquiere el derecho de comprar, en nuestro caso divisas, en un plazo determinado, a través del pago de una prima.

Ahora bien, cuando hablamos de la operación misma de exportación, encontramos dos posibilidades o formas de financiación, en función del momento en el que ella se da:

## Pre-embarque:

Financiación para el ciclo productivo, específicamente para la producción, acopio y compra de bienes terminados, materias primas, remuneración laboral, partes y materiales que se incorporen a bienes de producción destinados a Exportación.

## Post-embarque:

Financiación a corto plazo, luego de haberse producido el embarque de los productos, hasta que reciba los fondos del exterior para cancelar el financiamiento.

En financiación de pre-embarque y post-embarque el sistema financiero colombiano cuenta que diferentes alterna-

tivas. Productos como Liquidex, que ofrece Bancóldex. (adicional a su amplio portafolio financiero para exportadores), les permite a los proveedores nacionales optimizar los recursos financieros al oxigenar su flujo de caja, mediante el descuento de facturas de venta y/o letras de cambio, producto de las ventas a crédito de bienes, que cuenten con seguro de crédito de exportación.

Igualmente, los exportadores cuentan con la posibilidad ofrecida por Bancoldex, de financiación al comprador en el exterior de productos colombianos, a través de intermediarios financieros domiciliados dentro o fuera del país del mismo.

Los procesos de internacionalización para cada empresa, tanto por sí misma como por sus circunstancias, son diferentes, y por ende, las necesidades financieras son particulares en cada caso. Nuestras Pymes con productos y servicios competitivos, tienen la oportunidad de llegar a los mercados externos, lo importante es hacer la curva de aprendizaje y tener la disciplina para lograrlo.



# PERSPECTIVAS DEL COMERCIO EXTERIOR

» El panorama actual de comercio internacional cada vez genera más incertidumbre en las economías, debido a la guerra comercial entre dos grandes potencias mundiales Estados Unidos y China.

Las políticas comerciales de la administración Trump parten de una cosmovisión neoconservadora que no sólo busca corregir el desequilibrio externo de Estados Unidos, sino que asimismo constituyen un errado intento de contener a China e incluso debilitar a Europa.

Economistas de la OMC prevén que el crecimiento del volumen del comercio de mercancías descienda a un 2,6% en 2019,

frente al 3,0% en 2018, debido a las tensiones comerciales que ocasionan gran incertidumbre económica, en caso de que éstas se alivien, el crecimiento del comercio podría repuntar en 2020, hasta el 3,0%.



Por:  
**Jonathan Ferreira G.**  
*Investigador Económico*



Según estimaciones de la CEPAL el crecimiento de este año está proyectado de la siguiente manera:

**América Central** (excluido México) crezca 3,3%, **América del Sur** 1,4% y el **Caribe** 2,1%.

A nivel de países, la isla caribeña de **Dominica** encabezaría el crecimiento regional, con una expansión de 9,0%, seguida por **República Dominicana**

(5,7%), **Panamá** (5,6%), **Antigua y Barbuda** (4,7%) y **Guyana** (4,6%).

En el otro extremo, **Venezuela** sufriría una contracción de su economía de -10,0%, **Nicaragua** de -2,0% y **Argentina** de -1,8%.

Las mayores economías de la región, Brasil y México crecerían 2,0% y 2,1%, respectivamente.



Ante este panorama de guerra comercial, es oportuno emplear políticas comerciales efectivas para que economías emergentes, como América Latina, puedan abastecer bienes y servicios a mercado internacionales que antes no podían comercializar.

La OCDE en su investigación “Desarrollo en transición Perspectiva Económicas de América Latina 2019”, propone implementar una estrategia llamada “Desarrollo en

Transición”, la cual consiste en apoyar las capacidades económicas nacionales de la región y direccionarlas a las estrategias del desarrollo económico.

### **Algunas de las estrategias planteadas por la investigación que podrían ser tomadas como herramienta, son:**

- Elaboración de políticas públicas para el desarrollo y el fomento de un gasto eficiente para alcanzar consensos políticos y ciudadanos que superen las complejidades de la economía política de la reforma en ALC (América Latina y el Caribe).
- Promover alianzas entre países de diferentes niveles de desarrollo, que participen como pares para afrontar desafíos políticos específicos y compartidos.
- Situar las estrategias nacionales en el centro del debate y fortalecer las capacidades internas de los países para llevarlas a cabo. Esto ayudaría a los países de ALC a establecer la priorización de políticas públicas, implementar y evaluar los planes de desarrollo, y aumentar la armonización entre las prioridades internas e internacionales. Podría también ayudarles a apoyar a los países de la región para que sigan desempeñando una función activa en la agenda global.

Finalmente, en consecuencia, de todos los acontecimientos del comercio internacional, recomendamos que los países de la región refuercen sus rutas exportado-

ras, generen alianzas comerciales e incentiven políticas para fortalecer los bienes que se exporten para ganar mercado internacional.

**Cuadro 1: Volumen del comercio de mercancías y PIB real, 2015-2020I**

|  | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019p | 2020p |
|--|------|------|------|------|-------|-------|
| <b>Volumen del comercio mundial de mercancías.</b> | 2,3  | 1,6  | 4,6  | 3,0  | 2,6   | 3,0   |
| <b>Exportaciones</b>                               |      |      |      |      |       |       |
| Economías desarrolladas                            | 2,4  | 1,0  | 3,6  | 2,1  | 2,1   | 2,5   |
| Economías en desarrollo                            | 1,7  | 2,3  | 5,6  | 3,5  | 3,1   | 3,7   |
| América del Norte                                  | 1,1  | 0,3  | 4,2  | 4,3  | 2,7   | 3,7   |
| América de Sur y América Central                   | -0,4 | 0,7  | 3,0  | 0,6  | 0,7   | 1,0   |
| Europa   | 2,9  | 1,2  | 3,7  | 1,6  | 1,8   | 2,0   |
| Asia   | 1,4  | 2,3  | 6,8  | 3,8  | 3,7   | 4,1   |
| Otras regiones                                     | 3,2  | 2,9  | 1,6  | 2,7  | 3,4   | 3,1   |
| <b>Importaciones</b>                               |      |      |      |      |       |       |
| Economías desarrolladas                            | 4,2  | 2,0  | 3,3  | 2,5  | 1,9   | 1,9   |
| Economías en desarrollo.                           | 0,6  | 1,3  | 6,8  | 4,1  | 3,6   | 3,9   |
| América del Norte                                  | 5,4  | 0,1  | 4,0  | 5,0  | 3,6   | 2,5   |
| América de Sur y América Central                   | -8,4 | -8,8 | 4,6  | 5,2  | 2,6   | 5,8   |
| Europa   | 3,5  | 3,1  | 2,9  | 1,1  | 1,0   | 2,1   |
| Asia   | 3,9  | 3,6  | 8,3  | 5,0  | 4,6   | 3,7   |
| Otras regiones                                     | -4,3 | -1,9 | 2,5  | 0,5  | 0,5   | 1,9   |
| <b>PIB real a tipos de cambio de mercado</b>       | 2,8  | 2,4  | 3,0  | 2,9  | 2,6   | 2,6   |
| Economías desarrolladas                            | 2,3  | 1,7  | 2,3  | 2,2  | 1,8   | 1,7   |
| Economías en desarrollo.                           | 3,7  | 3,7  | 4,3  | 4,1  | 4,0   | 4,3   |
| América del Norte                                  | 2,8  | 1,6  | 2,3  | 2,8  | 2,5   | 2,2   |
| América de Sur y América Central                   | -0,8 | -2,1 | 0,8  | 0,6  | 1,8   | 2,7   |
| Europa   | 2,4  | 2,0  | 2,7  | 2,0  | 1,1   | 1,5   |
| Asia   | 4,3  | 4,1  | 4,5  | 4,3  | 4,2   | 4,0   |
| Otras regiones                                     | 1,2  | 2,2  | 1,9  | 2,2  | 2,4   | 2,6   |

Fuente: OMC



# POLÍTICA COMERCIAL EN FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES

**E**l país aún no ha logrado diversificar su portafolio de exportaciones, y desligarse de la dependencia de productos minero-energéticos, por lo que la caída en los precios de los commodities ha incidido de manera relevante en la disminución de las exportaciones colombianas durante estos últimos cuatro años, esto se refleja en los indicadores actuales de comercio exterior.



**Por:**  
**Edgardo Montes R.**  
*Coordinador de Estudios  
Económicos.*

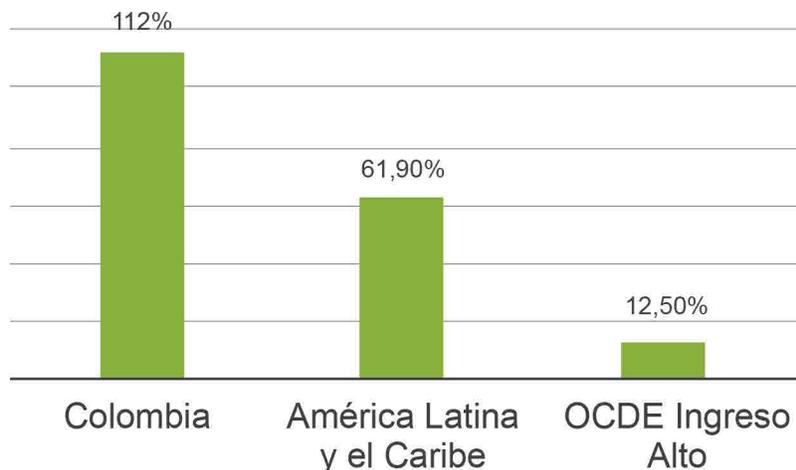
De acuerdo con cifras del DANE, las exportaciones durante el primer trimestre de 2019 presentaron una leve caída de 0,8% en comparación con el mismo trimestre del año anterior, las ventas exter-

nas del país fueron de 3.337,5 millones de dólares, un resultado que se explica principalmente por un descenso de 9,1% en las exportaciones manufactureras.

Por su parte, las exportaciones de productos de las industrias extractivas y combus-

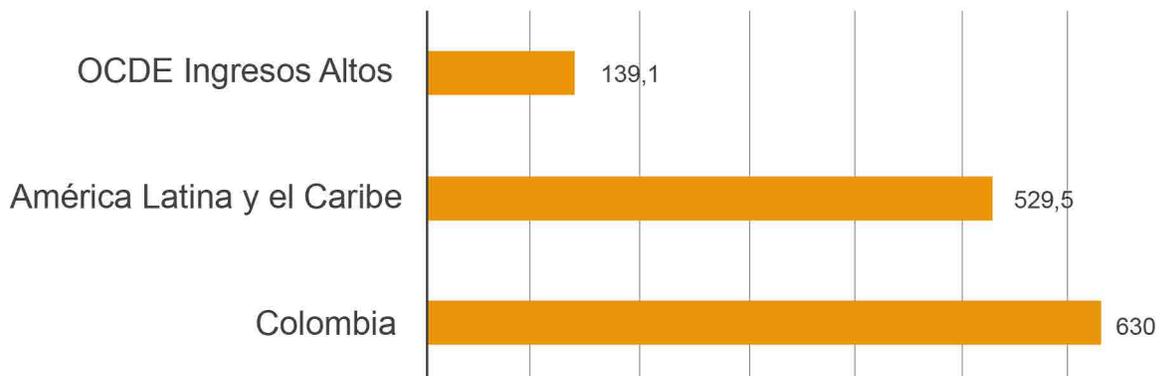
tibles aumentaron un 0,2%, debido a que los productos derivados del petróleo repuntaron un alza en 20,7%, mientras que las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas también cayeron (1,4%).

**Gráfico 1. Tiempo promedio de Exportación.**



Elaboración Centro de Estudios Económicos de ACOPI con datos del Doing Business

**Gráfico 2. Costo promedio de las Exportaciones en dólares.**



Elaboración Centro de Estudios Económicos de ACOPI con datos del Doing Business

Actualmente, los procesos logísticos de comercio exterior del país se encuentran en niveles de eficiencia muy bajos en comparación con los índices internacionales de acuerdo al Índice del Desempeño en Logística (LPI, 2018).

Colombia refleja periodos elevados de tiempo al momento de llevar a cabo el proceso de exportación, los costos relacionados con el cumplimiento de la regulación aduanera, inspecciones y cargamento de cruce de la frontera superan el promedio de América Latina e incluso el de países de la OCDE. Lo anterior, podría deberse a la exigencia en los trámites que deben cumplir los empresarios para exportar.

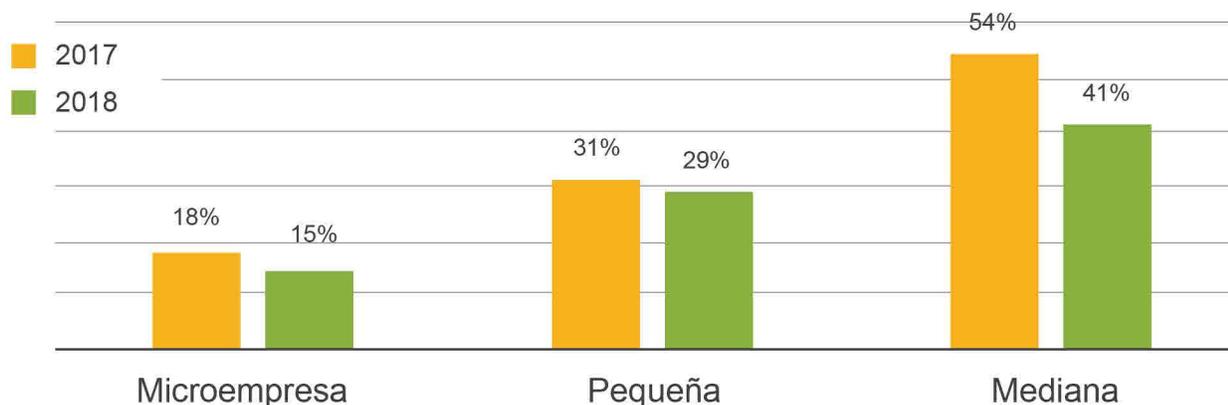
Por consiguiente, el Gobierno actual trabaja en estrategias que no solo simplifiquen los trámites, sino además superen los vacíos actuales en reglamentaciones y normativas que están impactando de manera negativa en el comercio exterior.

Según el informe anual de las Naciones

Unidas y la CEPAL sobre el movimiento de carga en los puertos marítimos de América Latina, en el 2018 los puertos de Cartagena y Buenaventura se ubicaron en la cuarta y décimo segunda posición respectivamente, lo que representa 2,8 millones y 1,3 millones de contenedores. Aunque estos avances son positivos, siguen siendo insuficientes. Los países de la región están rezagados en comparación con los europeos y los pertenecientes al continente asiático.

De este modo, se requiere que el país planee y ejecute una política comercial acompañada del fomento de plataformas multimodales que impulsen un dinamismo en el comercio exterior para Colombia, por ejemplo; no es posible seguir con un puerto en el departamento del Atlántico que no está siendo aprovechado óptimamente por problemas de dragado en el río Magdalena, situaciones de este tipo deben empezar a ser trabajadas para mejorar las condiciones de competitividad del país.

Gráfico 3. Exportaciones promedio en el segmento MiPyme.



Fuente: Encuesta de desempeño empresarial ACOPI



Con base al promedio aplicado a la encuesta trimestral realizada por ACOPI a las MiPymes durante los periodos 2017 y 2018, se encontró una disminución general en las exportaciones del segmento; la Microempresa tuvo una baja en 3 pps, mientras que para la pequeña y mediana empresa la disminución fue en 2 pps y 13pps respectivamente.



Las líneas de acción del Gobierno Santos fomentaron varios acuerdos de libre comercio entre los que se destacaron; la Alianza del Pacífico, Estados Unidos, Unión Europea, EFTA y Canadá, los cuales facilitaron en cierta medida la oferta exportadora. Sin embargo, el país sigue presentando deficiencia en temas de internacionalización.

En este orden de ideas, la política co-

mercial de la actual administración debe incentivar y promover la dinámica exportadora del país. Si bien, el Gobierno de Duque no ha contemplado negociar nuevos acuerdos comerciales, tiene un plan de aprovechamiento con los actuales, concentrado en expandir las exportaciones de productos no minero-energéticos y servicios, además, de diversificar la canasta de productos con potencial exportador a través de un enfoque regional.

**La meta es llegar a los US\$ 27.000 millones en exportaciones de bienes y productos no minero energéticos en el 2022, por lo que algunos de los objetivos en la política comercial del actual gobierno para lograr esta meta son:**

■ **Ampliar la oferta exportable y los mercados de destino, a través de una estrategia de inteligencia y diplomacia comercial y sanitaria:** MinCit realizará un ejercicio de inteligencia de mercados para identificar productos y servicios, destinos y empresas con alto potencial exportador. Además, constituirá un mapa de ruta para identificar, priorizar e intervenir barreras de admisibilidad y mercado a superar, así como barreras a la exportación de servicios, Se tendrá apoyo de Procolombia.

■ **Apoyo al empresario para el aprovechamiento de mercados internacionales:** MinCIT realizará talleres regionales para fortalecer la capacidad de los sectores productivos en el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, en los programas de promoción de exportaciones, como el Plan Vallejo y Sociedades de Comercialización Internacional, así como de los esquemas de compras públicas, entre otros. Los programas deben incluir un componente de asociatividad con fines de comercio exterior.

■ **Automatización de los trámites de comercio exterior:** La DIAN desarrollará e implementará un sistema informático aduanero que permita realizar las operaciones de comercio exterior en línea, que tenga interoperabilidad con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) y los diferentes actores de la cadena logística.

Se fortalecerá la capacidad técnica e institucional de la DIAN de manera que se garantice la prestación oportuna y eficiente de los servicios aduaneros necesarios para soportar la operación logística moderna bajo condiciones de legalidad.

■ **Promoción de mecanismos para facilitación de comercio exterior:** La DIAN, en conjunto con el MinCIT, el ICA, el Invima y la Policía Nacional, promoverá el incremento del número de usuarios habilitados como Operador Económico Autorizado (OEA) y la extenderá a otros miembros de la cadena de comercio exterior. Se avanzará en la gestión de la suscripción de acuerdos de reconocimiento mutuo de la OEA con países de la región y mercados priorizados.

■ **Instrumentos de promoción de la inversión:** Repotenciar el instrumento de Zonas Francas, con el objetivo de promover proyectos empresariales ambiciosos de inserción en cadenas globales de valor, inversión en tecnología e innovación, generación de empleo altamente calificado, cumplimiento de estándares internacionales de calidad, sofisticación de los bienes y servicios ofrecidos, y agregación de valor.



# DINÁMICA EXPORTADORA

**L**a dinámica exportadora colombiana desde 1960 ha concebido un cambio evolutivo en el desarrollo tanto en la creación de herramientas como el Plan Vallejo (1967) durante la presidencia de Carlos Lleras Restrepo que fue creada para la facilitación del comercio, en motivo de incentivar exportaciones. Este plan permitía el ingreso al territorio nacional de materias primas, bienes de capital, repuestos e insumos libres de derechos de aduana y otros impuestos a cambio de realización de exportaciones del mismo



**Por:**  
**Ritzi Calderon García**  
*Coordinadora de Comercio Exterior*

valor y a través la ley 444 se estableció al Banco de la República como el único ente para ejercer el control cambiario. Herramientas como esta y creación de instituciones bajo la presidencia de Cesar Gaviria alrededor de 1990 como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN, 1993), Proexport (1992) hoy Procolombia, Bancoldex

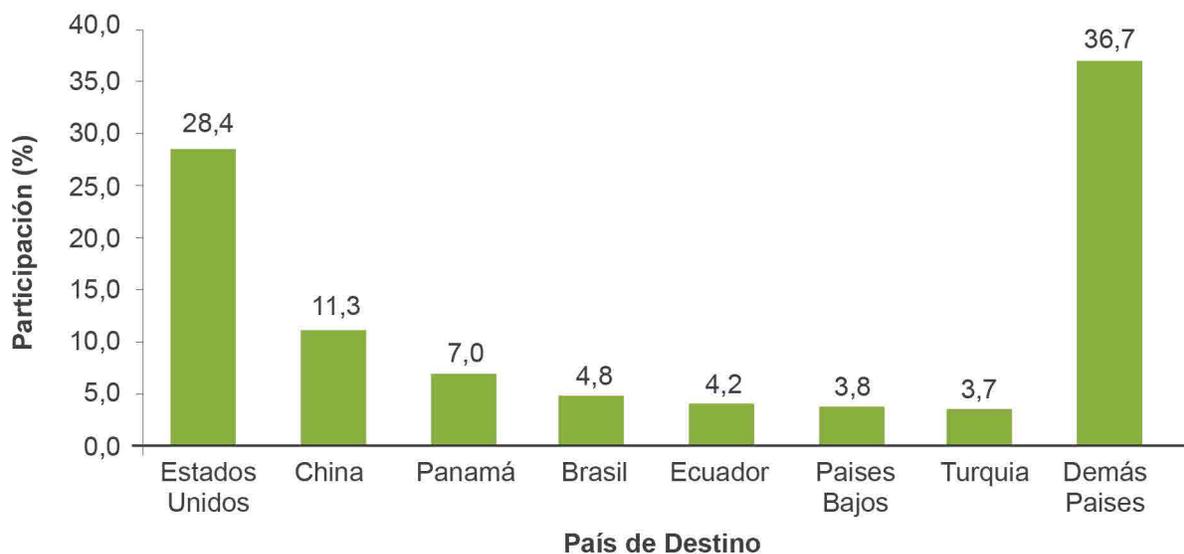
(1991) y Fiducoldex (1992) y MinCIT (2002) y que, a su vez, se establece la libre tenencia y posesión de divisas. Aquí se demuestra el interés de Colombia de internacionalizarse y hacer conocer sus bienes y sus ventajas competitivas hacia el exterior.

Actualmente, por medio de esta apertura económica se logró que empresas realizaran en maquinaria y pensarán en el consumidor y sus necesidades. Esta competencia que ingresa al país por a la apertura fue tan fuerte, que las empresas dejaron de ser conformes con lo que ofrecían y se generó innovación tanto en procesos de calidad, como de producción, planes de mejora, entre otros desarrollos brindando nuevas oportunidades a exportadores naciona-

les, inversión extranjera, generación de empleo, importaciones de materias primas para creación de bienes y productos terminados para exportación haciendo que la economía colombiana desarrolle su diversidad y diversifique sus mercados.

Colombia se encuentra en puesto número 55 de mayor economía de exportación, con las principales exportaciones de petróleo crudo, briquetas de carbón, café, refinado de petróleo, medicamentos envasados y coches. Según el DANE, los principales destinos de exportaciones de Colombia el principal es Estados Unidos, siguiéndole China en segunda posición y Panamá de tercero (2019).

Gráfico 4. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Enero 2019



Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

Cabe resaltar que, el interés de que muchos empresarios están explorando los mercados para diversificación de productos no minero-energéticos y bienes que puedan ser exportados para aprovechamiento de los acuerdos comerciales que tiene Colombia con las distintas organizaciones y países. En una reciente búsqueda con las herramientas que proporciona Procolombia con el “identificador de oportuni-

des” en la que simulas que tienes la producción de un bien y cómo sería la exportación de éste, se logra identificar las diferentes necesidades que las organizaciones y países tienen y que, como empresario obtienen una oportunidad de diversificación de mercados. En la siguiente imagen se encuentran una lista de necesidades de los mercados siendo un potencial de exportación de parte de Colombia.

| Países/TLC firmados     | Necesidades de bienes/productos/servicios  |
|-------------------------|--|
| <b>Canadá</b>           | Turismo, Turismo ecológico   |
| <b>CARICOM</b>          | Alimentos procesados, Cafés especiales, obleas sin gluten, instrumentos y aparatos electrónicos, dotación hotelera, cosméticos, bio cosméticos, joyería y bisutería, envases y empaques, infraestructura energética, ropa íntima de control. |
| <b>Costa Rica</b>       | Confitería, galletas, obleas, instrumentos médicos, dotación hotelera, ecoturismo, ropa íntima y de control, infraestructura energética.   |
| <b>Triángulo Norte</b>  | Galletas y snacks, aparatos electrónicos, materiales de construcción, manufacturas en cuero, jeans, ingeniería y sistemas de construcción.   |
| <b>Alianza Pacífico</b> | Grasas y aceites vegetales, quesos, manufactura en cuero, aceros, frutas y hortalizas.   |
| <b>EFTA</b>             | Alimentos procesados, industria textil y confecciones, software, BPO, prendas de vestir.   |
| <b>Corea</b>            | Confitería, frutas y hortalizas procesadas, galletas, barquillos, obleas sin gluten, hojuelas, joyería y bisutería.  |
| <b>Mercosur</b>         | Textiles, confecciones, plásticos, metalmecánicos, agroquímicos.   |

Fuente: Elaboración propia. Datos: Legiscomex marzo 2019.



Con base en esta información, se resalta que gracias a estos tratados de libre comercio firmados se muestra necesidades que el mercado colombiano puede satisfacer y empresarios identificar estas oportunidades para realizar procesos de exportación o de internacionalización de su empresas para diversificar sus mercados, expansión de portafolio de productos y de servicios, abriéndose a oportunidades de crecimiento empresarial tanto de producción como de innovación y aportar

significativamente tanto a la economía local como nacional.

Además de estos principales destinos de exportación, conocimiento y oportunidades de mercado, cabe reconocer que las zonas francas en Colombia tienen unos beneficios de gran importancia que muchos empresarios desconocen o no encuentran suficiente información para el uso de estas zonas especiales reconocidas por sus beneficios tributarios. En el siguiente cuadro

propiciado por “Asuntos Legales”, que es una rama informativa donde se trata temas jurídicos del diario La República, encontramos una lista de los principales beneficios de las zonas francas resaltando los siguientes:



Tarifa del impuesto de renta y complementarios de 20%, para usuarios y operadores de zonas francas; a diferencia de la tarifa general de 33% quienes aplican para personas jurídicas y usuarios comerciales.



Exención del impuesto sobre las ventas, con derecho a devolución bimestral para insumos, materias primas y bienes terminados que se vendan desde el territorio aduanero nacional (TAN) a usuarios industriales de bienes o servicios de zonas francas o entre estos, siempre y cuando sean necesarios para el desarrollo del objeto social.



No hay lugar al pago de derecho e impuestos a la importación (arancel e IVA) por el ingreso de mercancías desde el exterior a zonas francas.



Los usuarios industriales y comerciales podrán mantener en sus instalaciones las mercancías necesarias para el desarrollo de actividades o servicios en forma indefinida.



Considerándose exportación definitiva, la introducción a zona franca desde el TAN de materias primas, partes, insumos y bienes terminados sean nacionales o en libre circulación que se necesiten para el desarrollo del objeto social de la organización o del usuario industrial, se considera de la misma forma la venta y salida a otros países de los bienes producidos y transformados de esta materia prima, partes, insumos y bienes terminados o almacenados por los usuarios industriales y comerciales.

Estos beneficios ofrecen una oportunidad que pueden ser un atractivo para contemplar por parte de las empresas, especialmente las nuevas (considerando las 4.0) para el desarrollo empresarial, teniendo en cuenta que son compromisos en materia de inversión y generación de empleo que el usuario o empresario sienta que los beneficios

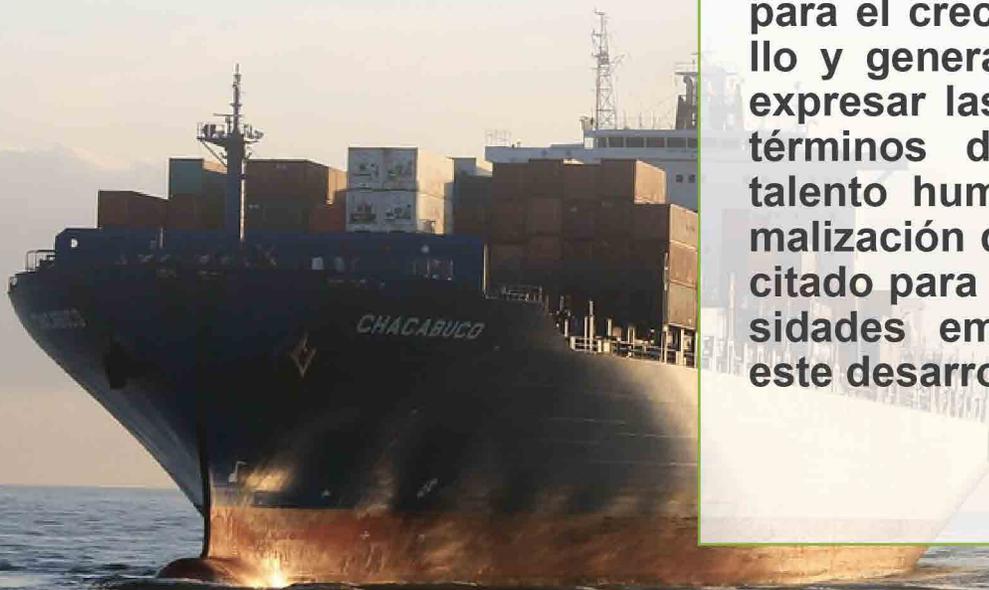
para pertenecer a una zona franca. También, evaluar los pros y contras que pueda tener dentro y fuera de una zona franca dependiendo del objeto social en el que esta esté desarrollando.

Es importante mencionar que las zonas francas generan alrededor de 307.447 empleos y que actualmente existen 112

zonas francas en 19 departamentos y 64 municipios en donde se han instalado alrededor de 961 nuevas empresas, de las cuales el 70% son MiPymes. En términos de tamaño de las zonas francas con capacidad del país por número de empresas instaladas, las más importantes son: Bogotá 203, Rionegro 81, Barranquilla 78, Candelaria 54 y pacífico 49 empresas. Actualmente, se destaca la relevancia de las actividades y mejoras en la economía que las zonas francas han tenido. Anteriormente su participación era menor y, aun así, se opina que la promoción de este régimen debe ser mayor por el potencial que genera y que puede llegar a ser.

**La dinámica exportadora colombiana a través de los años presenta mejoras en términos de internacionalización de MiPymes. Cada día, la necesidad de diversificar mercados y ampliar el alcance de las industrias se ha vuelto necesidad para muchas empresas, que quieran tener un mayor crecimiento empresarial y desarrollo económico para el conocimiento de nuevos mercados y reconocimiento a nivel tanto nacional como internacional.**

**Las MiPymes ya no se conforman con conocer el mercado local. La necesidad de expansión y conocimiento del mercado internacional se convierte en oportunidad para el crecimiento, desarrollo y generación de empleo, expresar las necesidades en términos de formación de talento humano para la formalización de personal capacitado para cumplir las necesidades empresariales para este desarrollo internacional.**



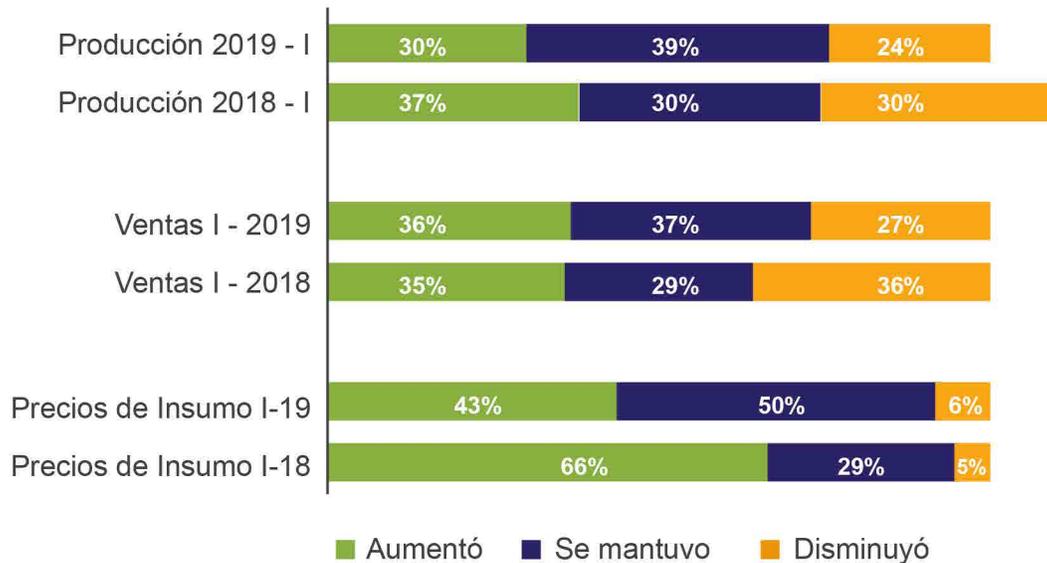
# ENCUESTA DE DESEMPEÑO EMPRESARIAL

**F**rente al comportamiento de las variables de producción, ventas y precios de los insumos se tiene como balance una disminución en la producción 30% para el primer trimestre de 2019 (vs. 37% registrado en el 2018 - I), no obstante, se presentó un leve aumento en las ventas de un punto porcentual con respecto al mismo trimestre del año anterior (vs un 35% del 2018-I).

Consecuentemente, existe una disminución de las perspectivas de producción en 7 puntos porcentuales con relación al periodo anterior a pesar de haberse presentado una baja en los precios de los insumos de 23pps.



Gráfico 5. Producción, ventas y precios de insumos en MiPymes Primer Trimestre de 2019 – 2018

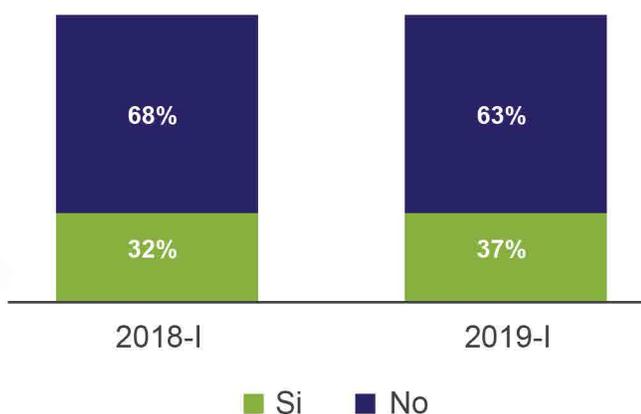


Adicionalmente, el bajo desempeño del índice de confianza del consumidor (-2,8%) elaborado por Fedesarrollo, y el deterioro de algunos otros indicado-

res han incidido como factor externo en el bajo crecimiento del país durante el primer trimestre del año.

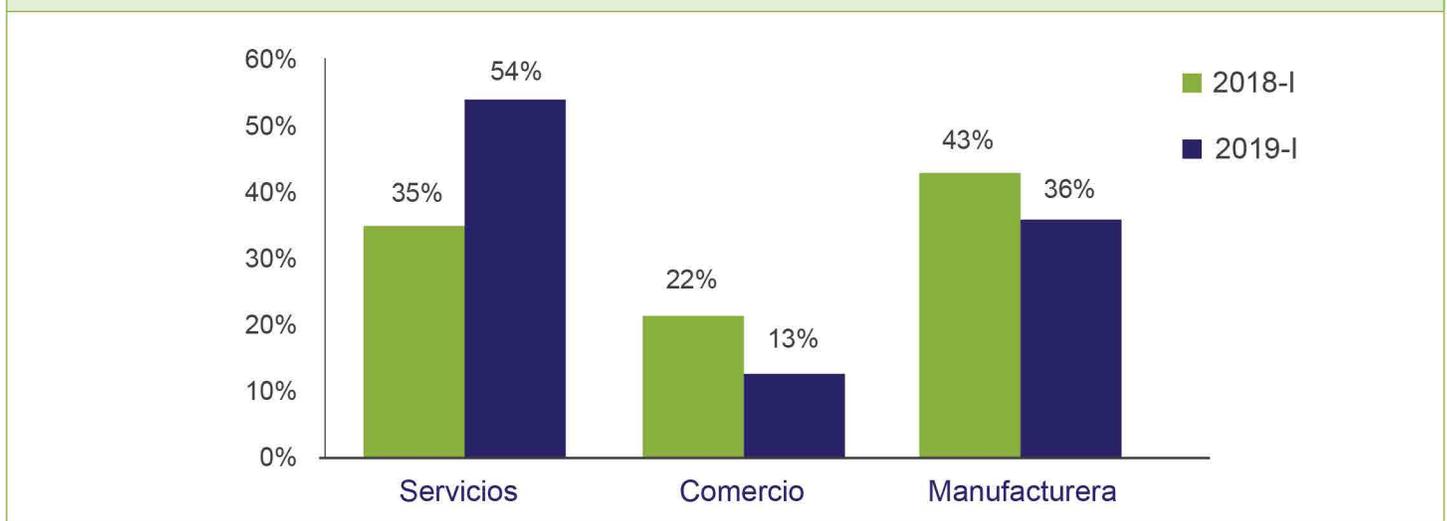
## INVERSIÓN 2019-I VS 2018-I

Gráfico 6. Inversión en las MiPymes (2019 - I vs 2018 - I)



El comportamiento de la inversión se incrementó en 5 puntos porcentuales con respecto al mismo trimestre del año anterior, lo cual es un avance para el financiamiento de las MiPymes (Ver gráfico 6).

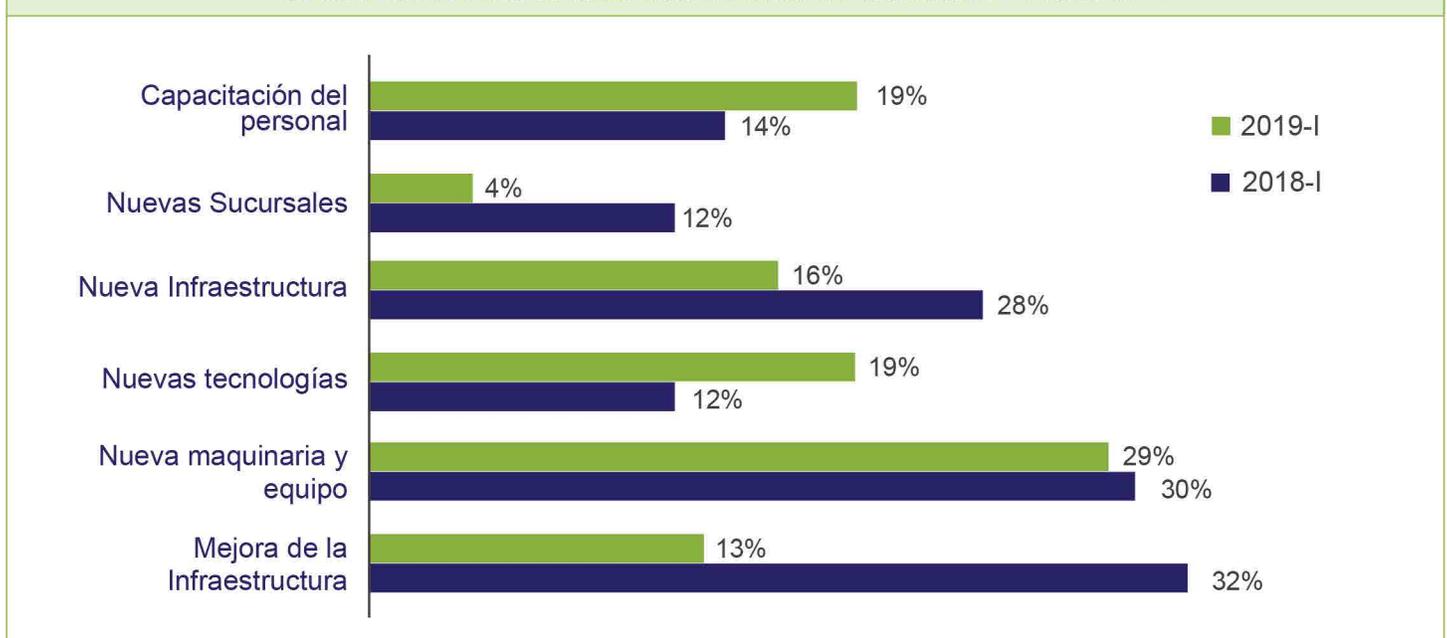
Gráfico 7. Inversión por sector de empresa Primer Trimestre de 2019 - 2018



De una manera segregada, se encuentra que la inversión ha disminuido en los sectores de comercio y manufacturera, presentándose variaciones negativas de -9 y -7 puntos porcentuales respectivamente (Véase Gráfico 7). Asimismo, se observa una recuperación

en el sector servicios de 19pps (35% en el 2018-I vs 54% en el 2019-I). Es necesario resaltar que la inversión de capital es un factor fundamental para aumentar la tecnificación, productividad y competitividad de las empresas.

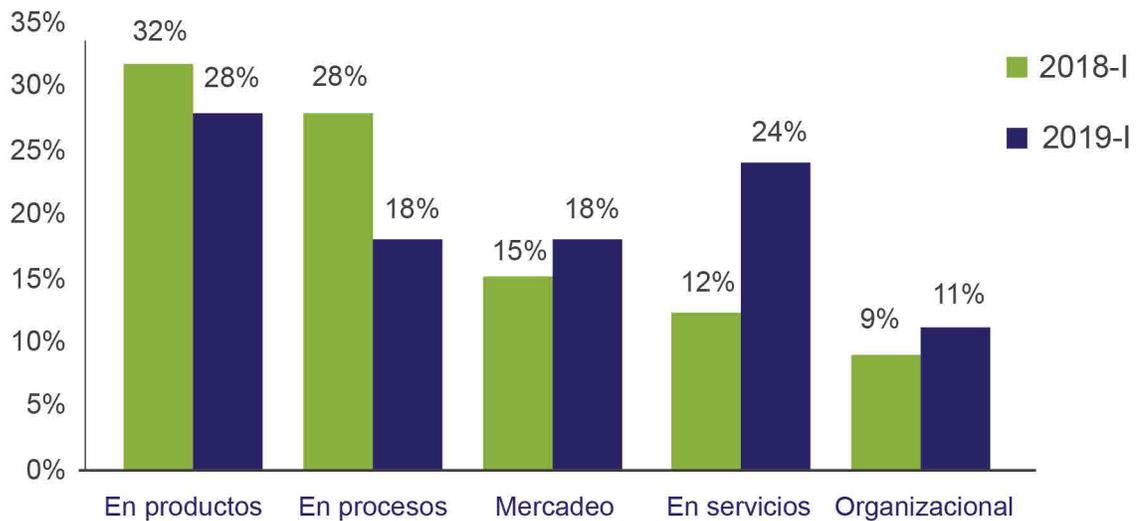
Gráfico 8. Destinos de la inversión Primer Trimestre 2018 - I vs 2019 - I



En relación a los destinos de inversión se observa que, para el primer trimestre del año, esta ha estado encaminada a la capacitación de personal, nuevas tecnologías e infraestructura con respecto al mismo trimestre del año anterior. Los empresarios afirman que la finalidad de invertir es para aumentar

los niveles de competitividad de sus empresas y contribuir al crecimiento económico del país. Cabe resaltar, que la mejora en infraestructura presentó la mayor disminución (19 pps) en cuanto las destinaciones que hicieron los empresarios MiPymes en el primer trimestre.

Gráfico 9. Inversión en innovación MiPymes Primer Trimestre de 2019 y 2018

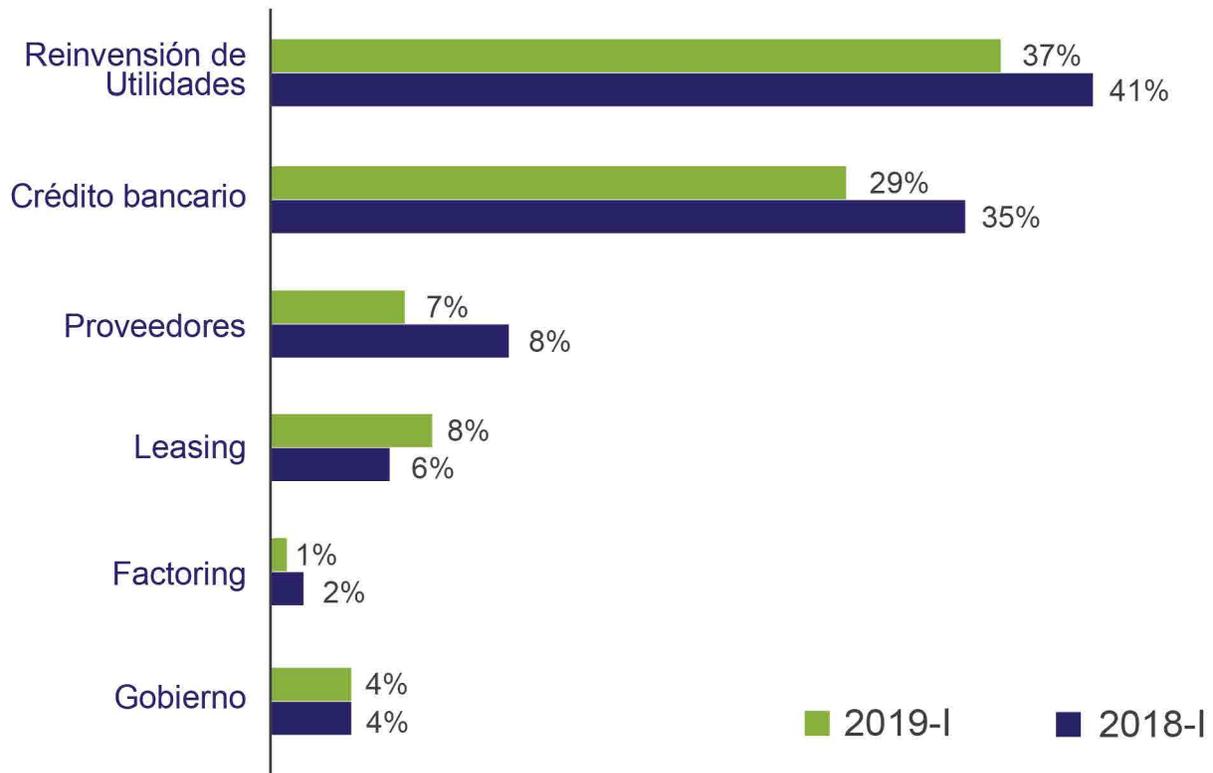


Como se observa en la Gráfico 9, el direccionamiento de la inversión en innovación de las Mipymes se ha comportado en términos generales similar entre los dos períodos analizados, en lo que respecta a productos (disminución de 4pps), mercadeo (aumento de 3pps), e innovación organizacional (aumento de 2pps). Lo cual refleja que las Mipymes están trasladando parte de su visión innovadora a impulsar de

manera eficiente la productividad de sus empresas.

Cabe resaltar los datos más relevantes: en cuanto a la innovación en servicios aumentó considerablemente en un 12pps (12% en el 2018-I vs 24% en el 2019-I), por su parte la innovación en procesos tuvo una disminución de 10pps (28% en el 2018-I vs 18% en el 2019-I).

Gráfico 10. Fuente de recursos invertidos Primer Trimestre de 2018 vs 2019



Es importante examinar la evolución de las fuentes de financiación para las MiPymes, se observan entre los cambios más significativos, una disminución en la reinversión de utilidades de 4pps (41% en el 2018-I vs 37% en el 2019-I) y de igual forma una reducción en el uso del crédito bancario en 7pps (35% en el 2018-I vs 29% en el 2019-I).

Al observar este comportamiento en dos de las más comunes fuentes de inversión, se puede concluir que la baja reinversión de los recursos es resultado de la pérdida de liquidez por la que

pueden atravesar las empresas con respecto a las cuentas por cobrar de más de 60 días dado su relacionamiento comercial con la gran empresa, altos costos impositivos y pérdidas de confianza del consumidor.

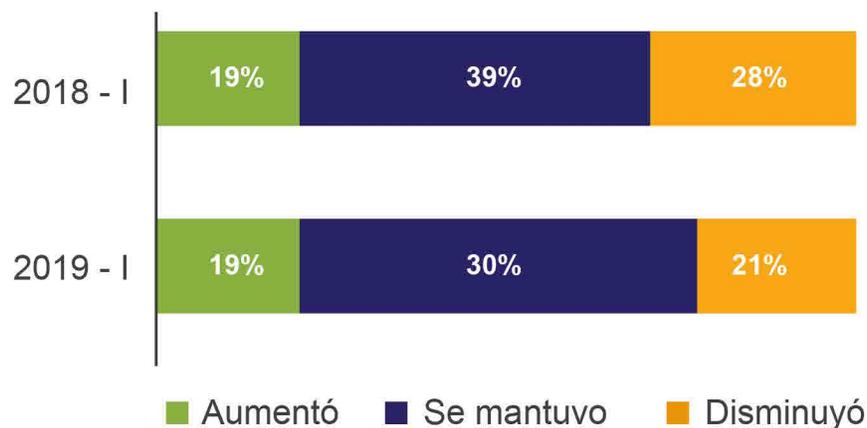
Por su parte, los eventos señalados anteriormente, también son causal de recurrir a otras fuentes de financiación, entre las cuales resalta el repunte de herramientas financieras como el leasing, quienes incrementaron su participación en 2pps.

Cabe señalar, que este panorama se podría explicar por el comportamiento de la inversión durante el periodo analizado, pues no se ha visto un aumento significativo en la utilización de herramientas financieras que ayuden al desarrollo y proporcionen mejorías en los

procesos productivos empresariales. Por un lado, vemos un Factoring cuyo comportamiento ha disminuido entre las Mipymes (2% en el 2018-I y 1% en el 2019-I), seguido del financiamiento con proveedores, lo cuales fue de un 1 pps.

## CAPITAL HUMANO 2018-I VS 2019-I

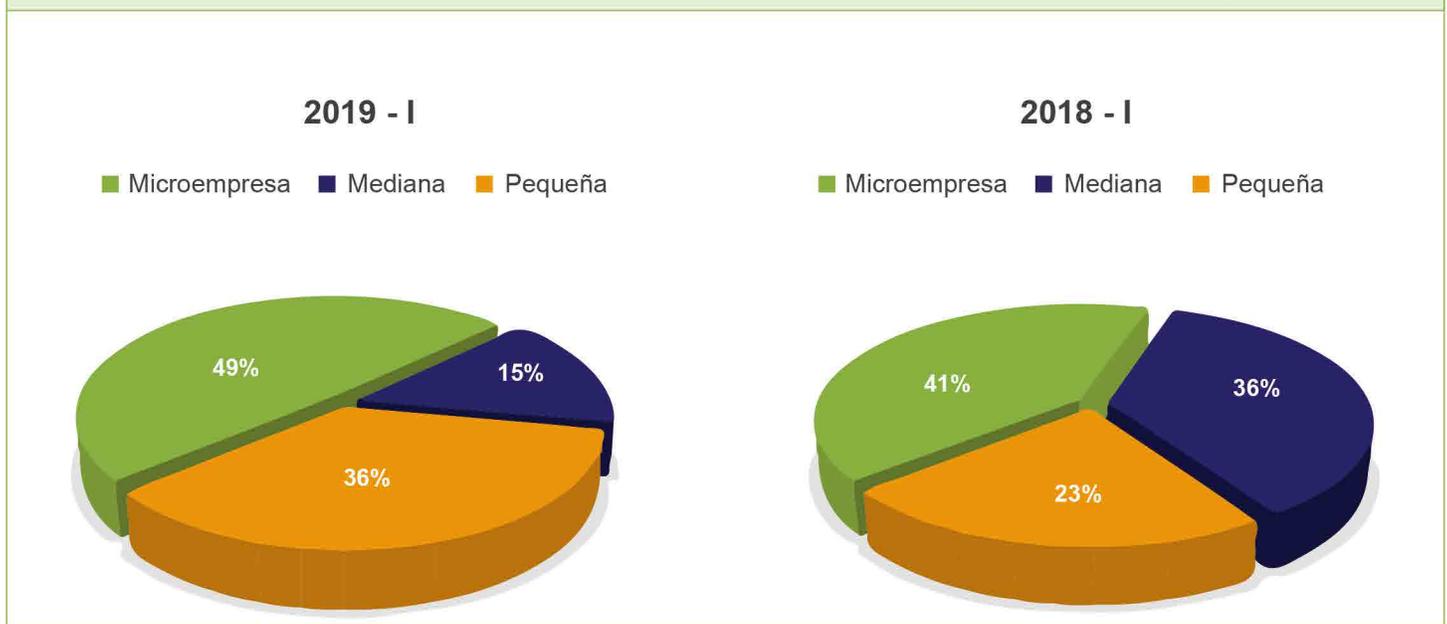
Gráfico 11. Comportamiento de la planta de personal MiPymes Primer Trimestre de 2019



Se presenta una estabilidad de la percepción de aumento de empleabilidad en los dos periodos estudiados, en un 19%. El número de contratados por las MiPymes fue en promedio de 3 nuevos trabajadores por empresa; sin embargo, hay que tener en cuenta que el contexto nacional muestra aumento en el desempleo, y se insiste en que el segmento genera alrededor del 80% de empleo del país.

Por otra parte, se espera, que las medidas adoptadas desde el gobierno nacional hacia el fomento del desarrollo empresarial dirigido hacia MiPymes se reflejen en el empleo y dinamización de la economía colombiana. Según datos de CONFECAMARAS para el primer trimestre del 2019 se crearon más 90 mil empleos, cifra que no contrarresta los niveles de desempleo actual.

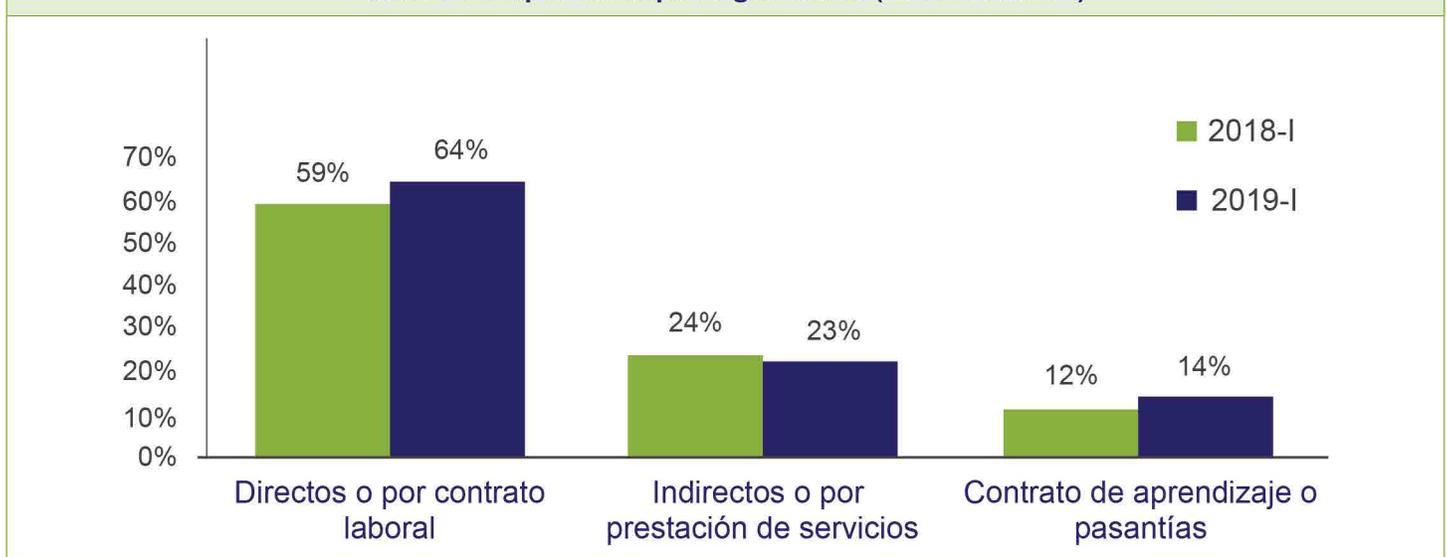
Gráfico 12. Generación de empleos por tamaño de empresa Primer Trimestre de 2018 y 2019



Acorde al tamaño de las empresas, la generación de empleo entre el Primer trimestre del 2019 y 2018 cambió, puesto que la participación de la mediana empresa ha sido de menor (15%) en comparación con el año anterior (36%);

esto se puede explicar por el comportamiento del desempeño económico del país durante el periodo de estudio. Sin embargo, las micro siguen liderando como segmento que mayor empleo aporta al país.

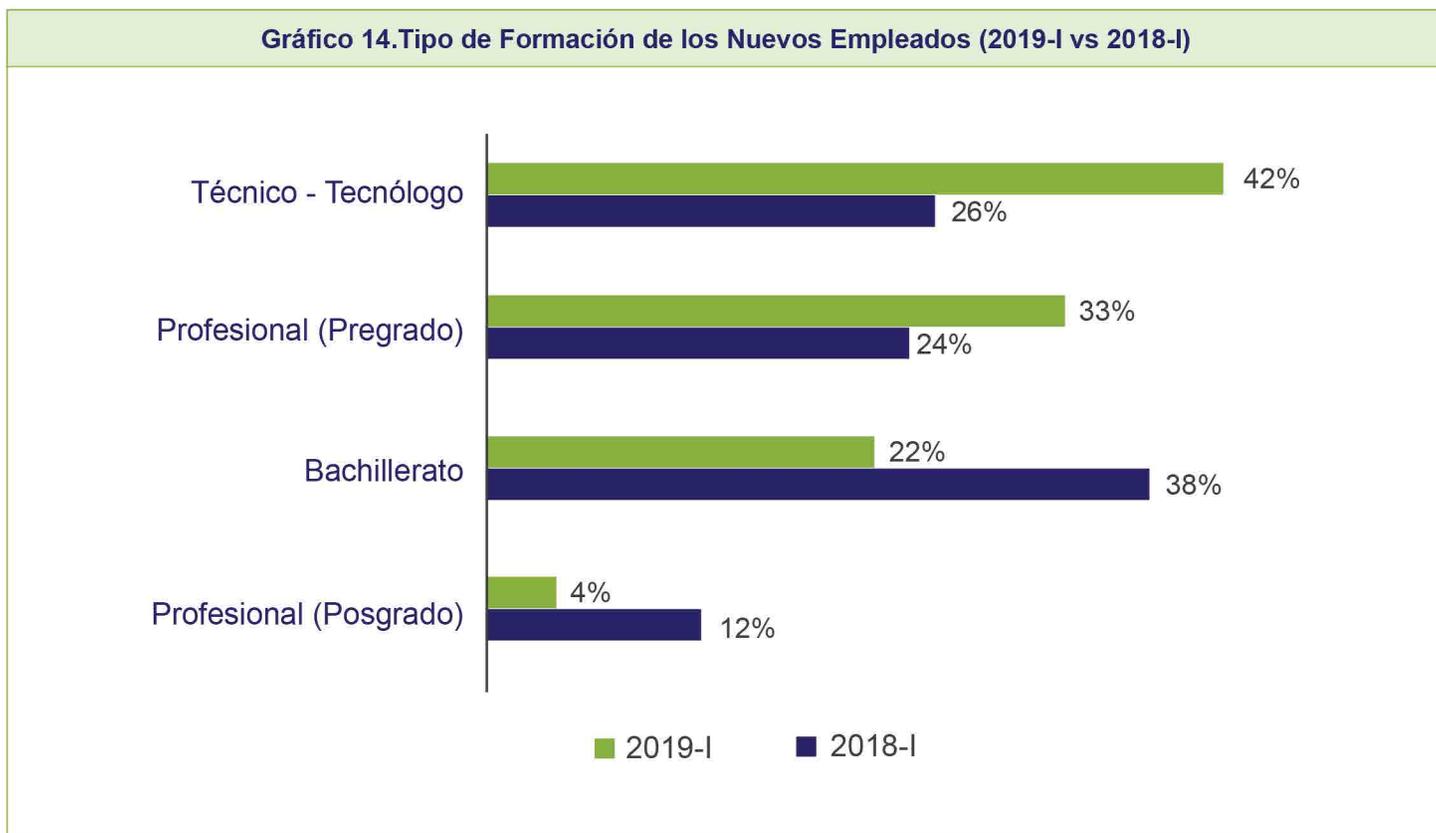
Gráfico 13. Tipos de empleos generados (2018-I vs 2019-I)



Las cifras presentadas en el Gráfico 13 muestran un aumento en los contratos laborales directos o por contrato laboral en 5 pps (59% en el 2018 - I vs 64% en el 2019 - I) y una disminución poco significativa de los contratos indirectos de

1 pps (24% en el 2018-I vs 23% en el 2019-I). Por otro lado, los contratos de aprendizaje o pasantías aumentaron en el segmento (12% en el 2018-I vs 14% en el 2019-I).

Gráfico 14. Tipo de Formación de los Nuevos Empleados (2019-I vs 2018-I)

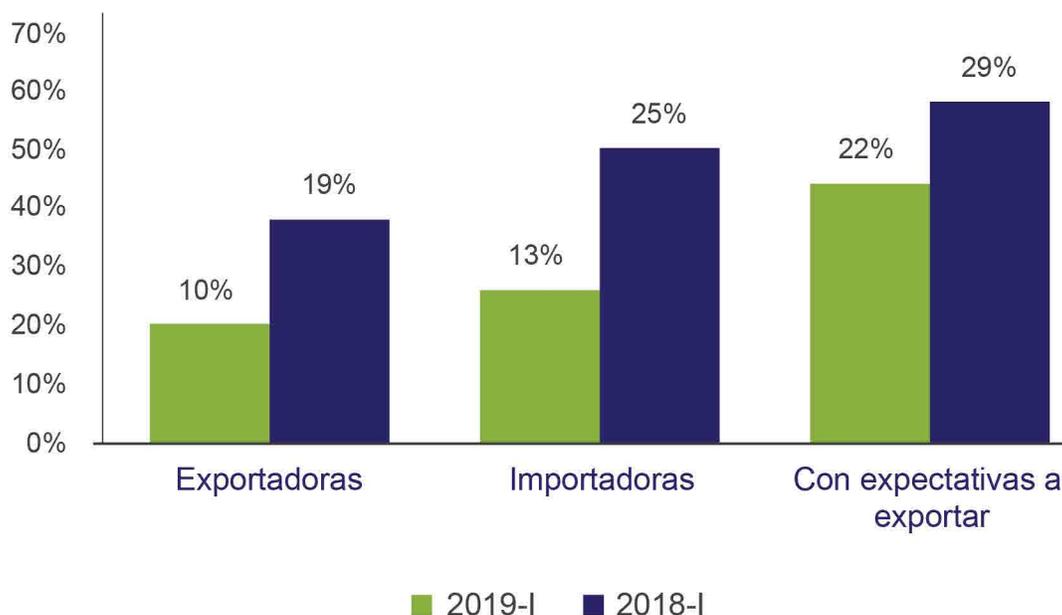


Con respecto al tipo de formación del personal contratado, se observa que los nuevos puestos creados, requieren de más tecnólogos con respecto al pe-

riodo anterior (26% para el 2018 – I vs 42% para el 2019 - I), le sigue los profesionales, pasando del 24% en el 2018 – I a 33% en el 2019 – I.

## CAPITAL HUMANO 2018-I VS 2019-I

Gráfico 15. Comercio Exterior MiPymes Primer Trimestre de 2019 vs 2018

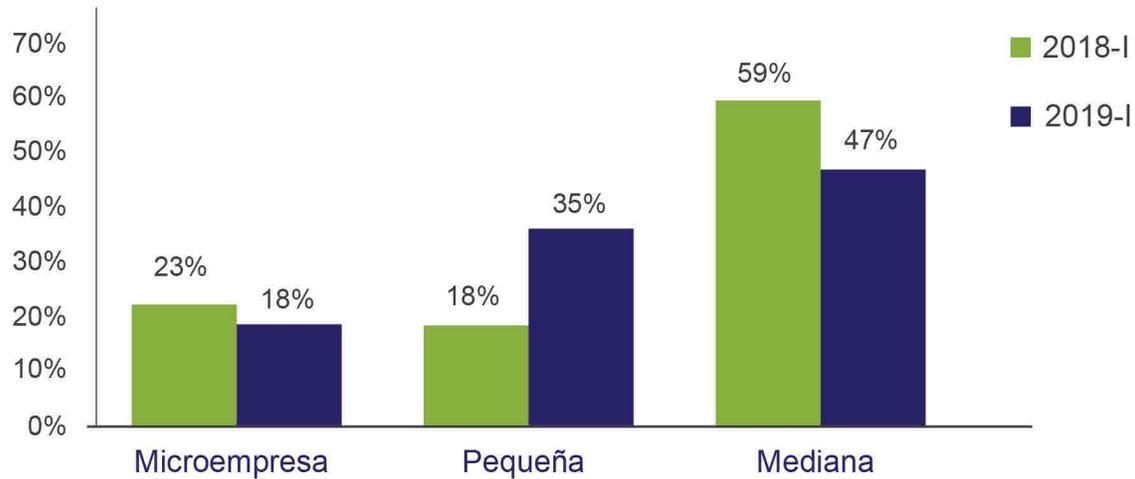


A partir de los resultados mostrados en el Gráfico 15 se observa una disminución en las exportaciones de las MiPymes, representada por un 10% para el 2019-I vs un 19% para el mismo período del 2018 - I, lo cual refleja una baja participación del segmento en los procesos de internacionalización. De este modo, se resalta la existencia de obstáculos que no permiten exportar como lo son vacíos jurídicos y acceso al financiamiento.

Por otra parte, disminuyó el porcentaje de empresas con expectativas a expor-

tar en 7pps con respecto al trimestre anterior; por ello, sigue siendo de carácter fundamental el fortalecer los programas institucionales que intervienen en la exportación al igual que identificar qué productos de la compañía pueden ser de gran acogida en el mercado, incrementando las posibilidades de éxito y flexibilizando los posibles obstáculos que puedan presentarse dentro del proceso, todo esto en sentido de brindar un fácil acceso a otros mercados y fomentar la exportación como motor de desarrollo para el país.

Gráfico 16. Comportamiento de las exportaciones del Primer Trimestre de 2018



Acorde con lo anterior se tiene que la exportación por tamaño de empresas presentó cambios significativos, pues la participación entre las empresas quedó de la siguiente manera: microempresas (23% en el 2018-I VS 18% en el 2019-I); pequeñas empresas

(18% en el 2018-I vs 35% en el 2019-I) y medianas empresas (59% en el 2018-I vs 47% en el 2019-I) hecho en concordancia con el sostenimiento de los niveles de exportación presentados entre períodos.

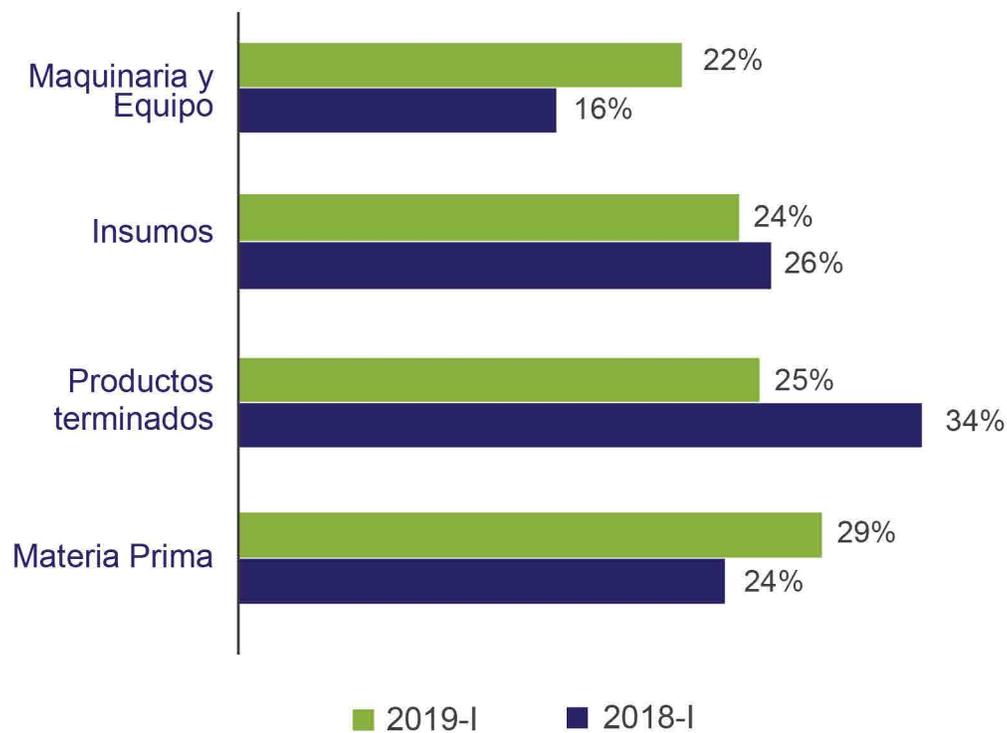
Gráfico 17. Principales motivos que impiden la exportación (2019-I vs 2018-I)



Entre las problemáticas que impiden la exportación de productos y/o servicios de las empresas nacionales, encontramos que se han agravado algunos aspectos generales como el no tener un

producto exportable (39% en el 2018-I vs 23% en el 2019-I); seguidamente las empresas se centran en el mercado local (39% en el 2018-I vs 26% en el 2019-I).

Gráfico 18. Principales Importaciones 2019-I vs 2018-I



Con respecto a las importaciones presentadas durante el primer trimestre del 2018, es llamativo observar que las importaciones de materia prima siguen en aumento durante el periodo estudiado (24% en el 2018-I vs 29% en el 2019-I) a pesar de tener un dólar a 3.400 pesos, lo cual está ocasionando sobrecostos para los importadores del

país. De igual manera, la importación de maquinaria y equipo incrementó solo 6pps (18% en el 2018 – I vs 22% en el 2019 – I).

Por otro lado, los productos terminados e insumos traídos del extranjero han presentado disminución en 9 y 2 puntos porcentuales respectivamente.

## EXPECTATIVAS

De acuerdo al comportamiento histórico del índice de confianza al consumidor, este ha mostrado una tendencia negativa desde el mes de septiembre del año anterior, y su efecto se ha visto reflejado en el comportamiento de la economía colombiana.

Durante el mes de marzo este indicador presentó un parte positivo, sin embargo, esto ha sido insuficiente para lograr los resultados de crecimiento económico que espera el país, por lo que se muestra un estancamiento a nivel general.

La fuerte Revaluación del dólar, los altos niveles de desempleo, la guerra

comercial y la aprobación del Plan Nacional de desarrollo, son factores que prometen incidir en el dinamismo de la economía colombiana.

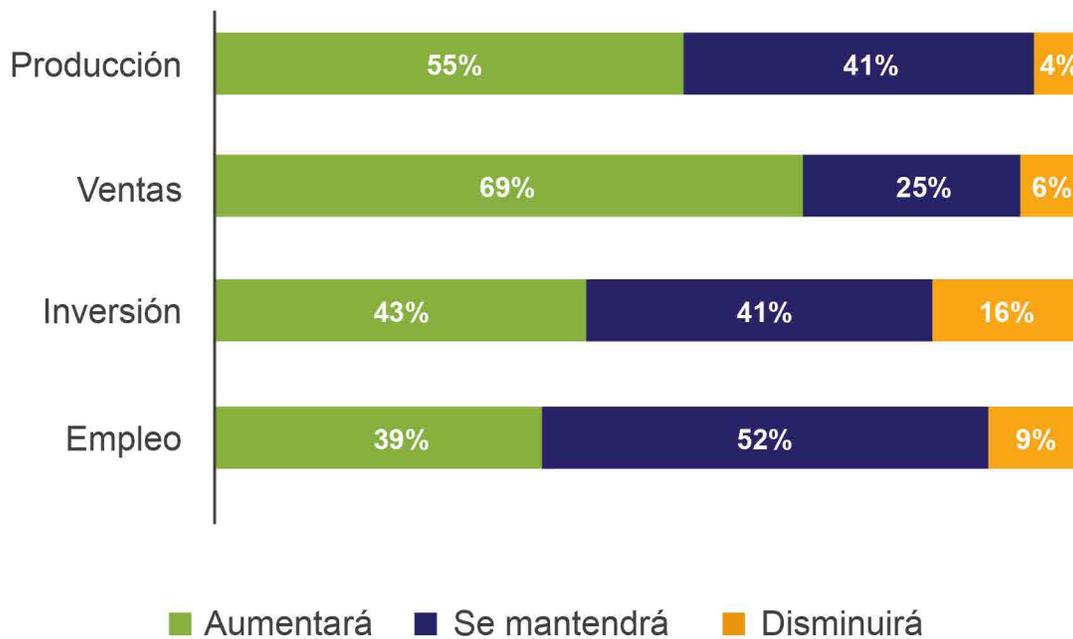
Por un lado, mientras permanezca la guerra entre China y Estados Unidos y un dólar sobre \$3000 COP, los importadores acarrearán sobrecostos para traer mercancía del extranjero, dicho anteriormente, el segmento si por un lado participa más en las importaciones que en las exportaciones, lo cual afecta en una balanza comercial, en estado de deficit, así mismo lo que más importa de acuerdo a la encuesta de desempeño, son: Materia prima 29%, Insumos 24% y Maquinaria y equipos 22%.

Gráfico 19. Índice de confianza del consumidor



Fuente: Dato de Fedesarrollo

Gráfico 20. Comportamiento esperado de la Producción, Ventas Inversión y Empleo para el año 2019



Los empresarios consultados, manifiestan expectativas positivas para este 2019. En términos generales, el 55% de encuestados espera que la producción aumente, 41% que se mantenga y el 4% que disminuya. Para el caso de las ventas, el 69% de empresarios esperan aumentarla, 25% en mantenerla, y el 6% restante pronostica una disminución (Ver Gráfico 20).

Así mismo, los encuestados se mantienen prudentes en cuanto a las expectativas en las variables inversión y empleo. Para el caso de la inversión el 43% espera aumentarla, 41% mantener el nivel actual y el 16% disminuirla.

Mientras que, el 39% espera aumentar los niveles de empleo en su planta de personal, 52% mantener el personal actual y el 9% cree que incurrirá en despidos. (Ver Gráfico 20).

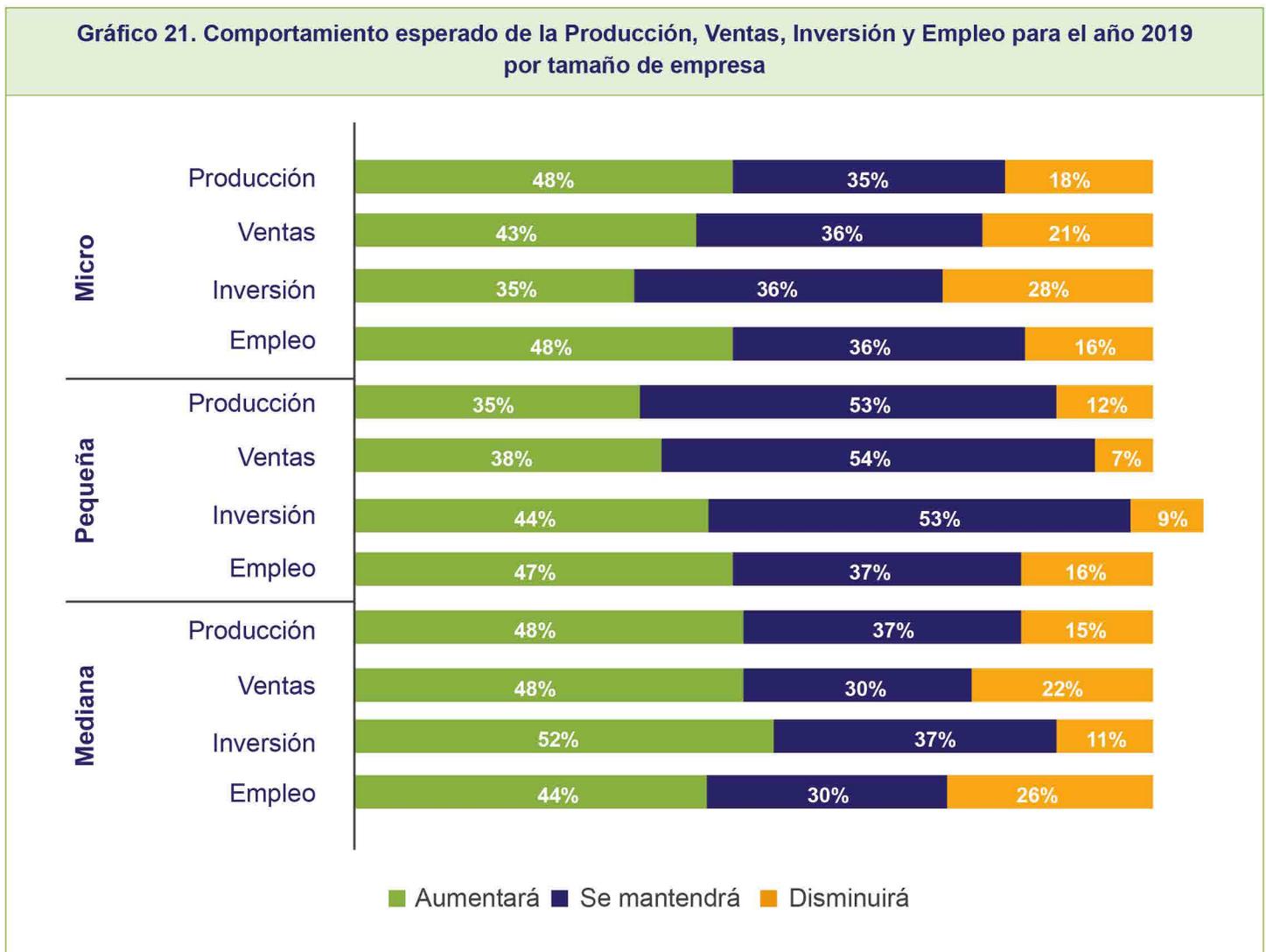
**Si se analizan los resultados partiendo del tamaño de las empresas, podemos resaltar:**

- **Las microempresas** los resultados muestran que el 48% espera que aumente su producción, otro 43% prevé un crecimiento en las ventas, el 35% cree que se incrementará la inversión y el 48% espera aumentar el empleo actual.

- **En las pequeñas,** el 35% espera aumento en la producción, 38% en ventas, el 44% en la inversión y el 47% en la planta de personal.

- **En las medianas,** tenemos que el 48% espera que su producción aumen-

te, el 48% estima crecimientos en las ventas, mientras que el 52% y el 32%, esperan que este mismo comportamiento se presente en la inversión y el empleo, respectivamente (Ver Gráfico 21).

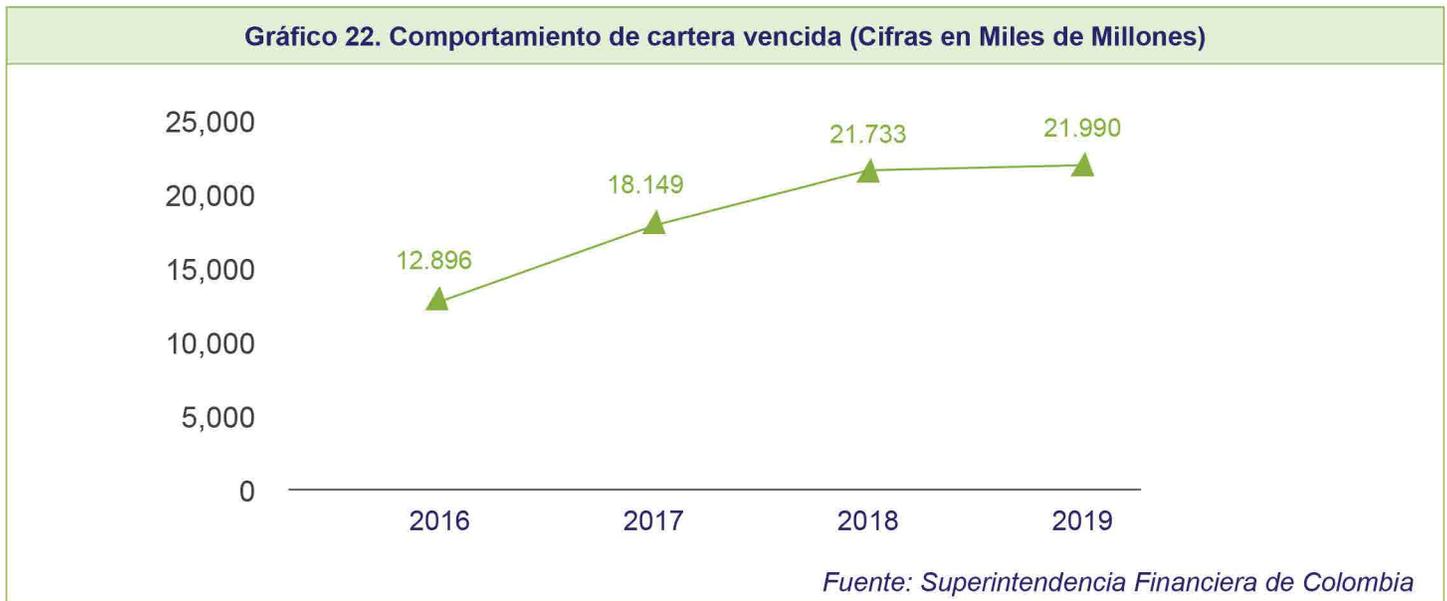


En cuanto a la cartera de las empresas en los bancos, se muestra un comportamiento preocupante, desde el 2016

viene una tendencia de incremento de deudas de manera progresiva, lo cual es señal de un bajo ritmo de crecimien-

to que ha venido presentando la economía, si bien las tasas de interés siguen estando estables y una inflación contra-

lada, esto no da resultados, pues en el último trimestre de este año, en promedio, se sigue viendo un incremento.

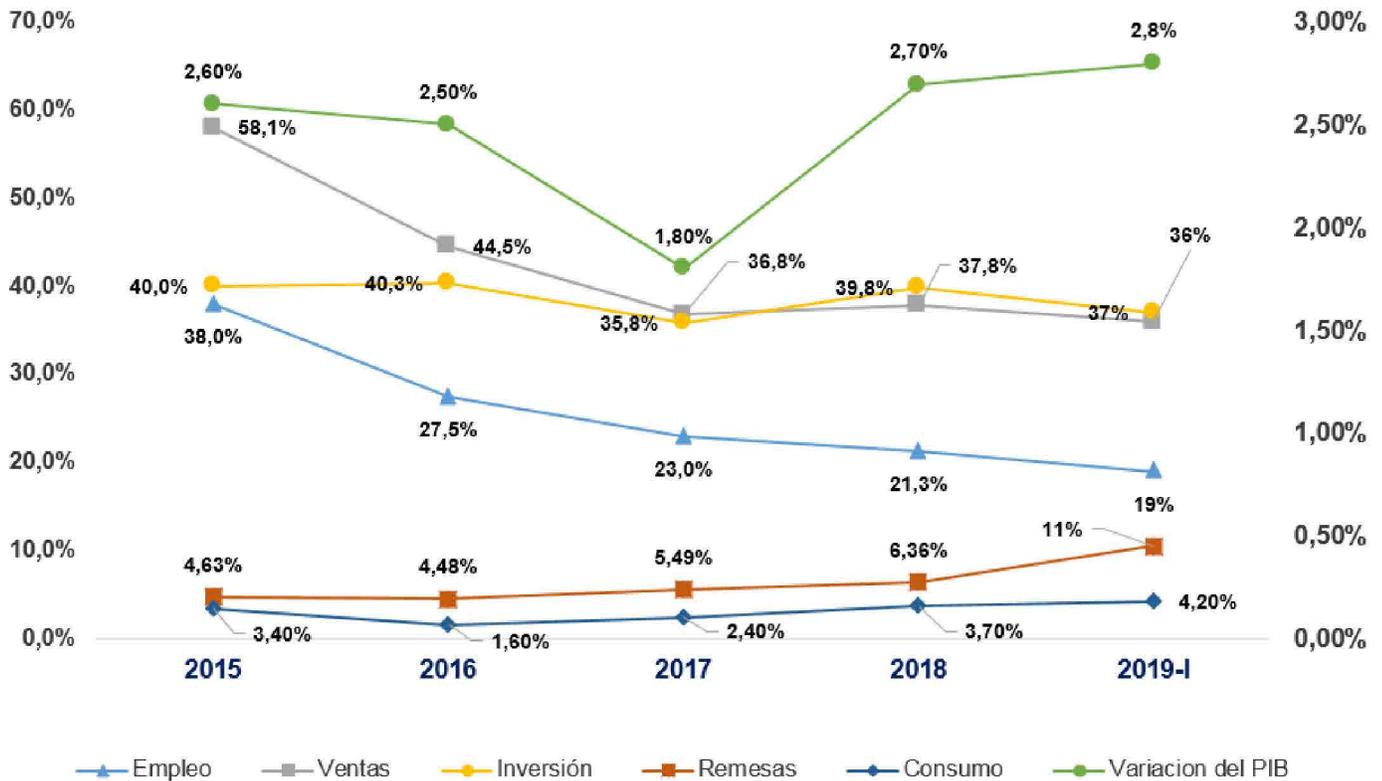


En cuanto a la tasa de desempleo, se ve un exponencial crecimiento de esta, para el primer trimestre del actual periodo, lo cual es muestra de que existe

una alta preocupación para el futuro crecimiento del país para este año. Afectando de manera directa al poder adquisitivo y los ingresos.



# PROYECCIÓN ECONÓMICA



Fuente: Estudios Económicos de ACOPI con datos la Encuesta de desempeño empresarial y Banrep.

**D**e acuerdo a datos del Banco de la República, se observa que las remesas en la economía colombiana han presentado un crecimiento desde el año 2016, aumentando en promedio 1,7%. Así mismo, en lo corrido del año, al país han ingresado 2.101 millones de pesos por concepto de remesas, lo que se traduce en un crecimiento de 11% para el primer trimestre del año.

Lo anterior, contribuye de manera directa en el aumento del ingreso de los hogares y el consumo para quienes cuentan con

familiares en el exterior y son receptores de estos capitales, estos giros representan el 2,3% del ingreso disponible y el 2,7% del consumo de los hogares en el país (Banrep, 2017), a su vez, estos ingresos recibidos por concepto de remesa impactan en el comportamiento de las ventas Nacionales, tal como se observa en el gráfico anterior, estas han presentado un leve incremento de 4,20% para el primer trimestre del 2019.

En este orden de ideas, esperamos que la tendencia positiva en las remesas continúe durante el segundo trimestre año, y

aumente en promedio 3,5%, a su vez, se estima que esto se verá reflejado en un crecimiento para el segmento MiPyme en este segundo trimestre.

Por otra parte, persiste la disminución del empleo en la economía colombiana, lo cual concuerda con la última investigación de Manpower (Encuesta de Expectativas de Empleo), adicional a esto, el comportamiento que ha tenido el desempleo, se prevé que este continúe en ascenso para este próximo trimestre del año, e igualmente, se podrían presentar algunas disminuciones en la producción a pesar de

que los empresarios se encuentran optimistas para este segundo trimestre, esto podría presentarse por la carencia de la mano de obra, e importaciones de bienes y servicios más económicos provenientes del exterior.

En cuanto a la inversión, esta podría disminuir, debido a la fuerte revaluación del dólar que impactaría la inflación del país, en cuanto a las ventas, estimamos un leve incremento con base a las cifras de la encuesta de desempeño empresarial 2019-I y en el contexto económico actual.





## Nuestras Redes



acopi\_nacional



Acopi Nacional



@Acopi\_Nacional