

REPORTES DEL EMISOR

INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN ECONÓMICA

Bogotá, D. C., junio
de 2008 - Núm. 109

EDITORA:
Diana Margarita Mejía A.

ISSN
0124-0625

REPORTES DEL EMISOR es una publicación del Departamento de Comunicación Institucional del Banco de la República.

Las opiniones expresadas en los artículos son las de sus autores y no necesariamente reflejan el parecer y la política del Banco o de su Junta Directiva.

REPORTES DEL EMISOR puede consultarse en la página electrónica del Banco de la República: http://www.banrep.gov.co/publicaciones/pub_emisor.htm

Diseño:
Asesores Culturales Ltda.



El sector exportador colombiano en el mercado de los Estados Unidos*

1. Evolución reciente de las exportaciones colombianas a los Estados Unidos

Desde 2005 el valor de las exportaciones colombianas hacia su principal socio comercial, los Estados Unidos, ha venido registrando una desaceleración, al reportar tasas de crecimiento de 28,5%, 13,8% y 7,5%, en los últimos tres años. En 2007 se exportaron US\$10.373 millones (m), con un aumento de US\$723 m frente a 2006 (Gráfico 1). Esta dinámica se refleja en la menor participación de este mercado en la suma total exportada por el país, la cual cae desde 50% en el año 2000 a 34,6% en 2007. En términos del PIB colombiano, las mercancías vendidas a ese mercado pasaron de representar el 7,8% en el año 2000 a 6,1% el último año.

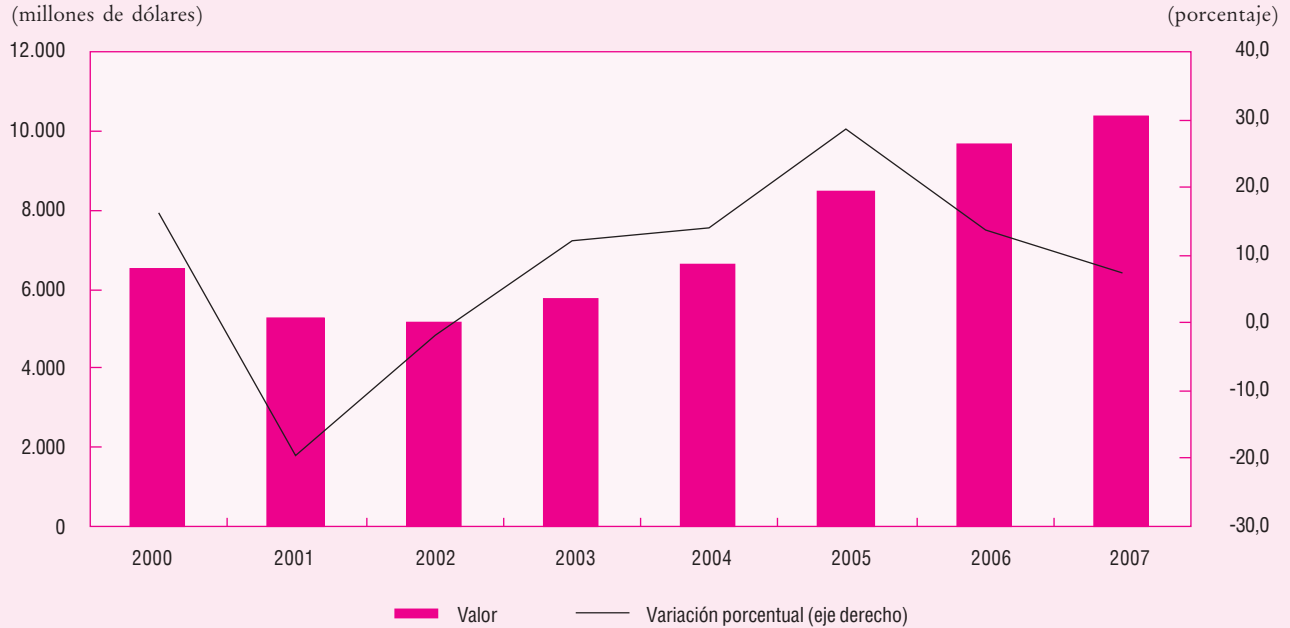
La desaceleración en la dinámica exportadora hacia los Estados Unidos se explica por el menor ritmo de crecimiento de las ventas de

productos primarios tradicionales, en particular, petróleo y carbón; y por la caída de las ventas de refinados de crudo, productos que en conjunto representan un poco más del 60% de las ventas globales hacia esta economía. Otros productos que contribuyeron en menor grado a la desaceleración fueron las exportaciones de productos industriales, que en 2007 presentaron una tasa negativa de 9,9%, tales como las de metalúrgicos básicos (oro, hierro y acero), confecciones, alimentos y minerales no metálicos.

Los Estados Unidos son el principal comprador de los bienes tradicionales, al adquirir un poco más de la mitad de éstos en lo corrido de la presente década; y el segundo mercado, detrás de Venezuela, para las exportaciones no tradicionales, al comprar el 19,8% de los despachos al exterior de estas

* Recuadro publicado en el *Informe de la Junta Directiva al Congreso de la República*, marzo de 2008, disponible en http://www.banrep.gov.co/junta-directiva/jd_direc_inf_princ.htm.

Gráfico 1
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE COLOMBIA
HACIA LOS ESTADOS UNIDOS, 2000-2007



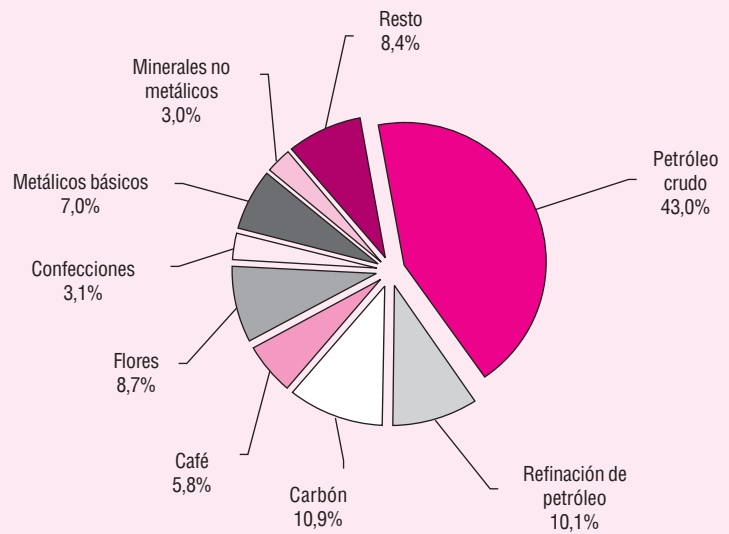
Fuente: DANE.

mercancías. A nivel de productos, las mayores exportaciones se concentran en las ventas de petróleo y sus derivados, carbón, café, flores, oro, confecciones y manufacturas de cerámica. A continuación se describe por grupos de productos la importancia que tiene el mercado estadounidense para nuestras exportaciones (Gráfico 2).

2. Exportaciones de productos tradicionales a los Estados Unidos

Del valor total de bienes tradicionales vendido al exterior (US\$14.207 m) durante el año pasado, el 52,7% fue comprado por

Gráfico 2
PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN:
PARTICIPACIÓN PORCENTUAL EN EL VALOR
TOTAL EXPORTADO A LOS ESTADOS UNIDOS, 2007



Fuente: DANE.

los Estados Unidos; de hecho, este mercado compró el 81% de nuestras exportaciones de petróleo, el 59,2% de derivados del petróleo, el 35,4% de café, el 34,3% de carbón y el 7,9% de ferróniquel.

Como ya se mencionó, la evolución del valor exportado de bienes tradicionales hacia el mercado estadounidense muestra una reducción en su ritmo de crecimiento durante 2007 frente a lo ocurrido en años anteriores. La tasa de variación en 2007 fue de 12,3%, nivel muy inferior a las de 2005 (36,2%) y 2006 (22,3%).

La pérdida de dinamismo de las exportaciones tradicionales a los Estados Unidos obedeció principalmente a la reducción en los incrementos de los precios de exportación del petróleo y sus refinados, y del carbón. De hecho, el precio del petróleo aumentó

13%, en promedio, en 2007, frente a 17% en 2006.

Las firmas que exportan este grupo de bienes se caracterizan en su mayoría por ser sucursales de empresas extranjeras (y que cuentan con el respaldo de sus casas matrices), las cuales cumplen un papel determinante en la estructura y evolución del comercio exterior del país con los Estados Unidos. Las más relevantes son aquellas dedicadas a la exploración, explotación y exportación de petróleo y carbón, y a la comercialización de café.

De las 94 firmas que exportaron bienes tradicionales a los Estados Unidos, 33 despachan petróleo y sus derivados, carbón y ferróniquel. En diez de ellas se encuentra el 92% del valor total vendido en 2007 de estos productos. En el caso del café, los despachos son realizados por 61 firmas, y el

74,3% fue vendido por diez de éstas.

El análisis de la información contable de 2006 reportada por 67 firmas que concentraron el 98% del valor exportado muestra su dependencia del mercado de los Estados Unidos. En 45 de ellas, más del 20% de los ingresos operacionales depende de sus exportaciones a ese país (Cuadro 1). Cabe anotar que entre estas últimas se encuentra Ecopetrol, que exporta derivados de petróleo.

Con este nivel de dependencia del mercado de los Estados Unidos de las firmas analizadas, una posible recesión en esta economía podría afectar el flujo de caja de éstas, bajo el supuesto de que no consigan otros mercados. De igual forma, el impacto dependerá del respaldo que reciban de sus casas matrices.

Cuadro 1
EXPORTACIONES TRADICIONALES A LOS ESTADOS UNIDOS
SEGÚN RANGOS DE PARTICIPACIÓN EN LOS INGRESOS OPERACIONALES

	Millones de dólares			Total
	<20%	>20% y <40%	>40%	
Café	39	199	189	426
Ferróniquel	65	0	0	65
Carbón	219	0	813	1.032
Coquización y refinación de petróleo	9	1.148	0	1.156
Petróleo crudo y gas natural	0	1.059	2.651	3.710
Total	332	2.406	3.652	6.390

Fuentes: DANE y Superintendencia de Sociedades.

3. Exportaciones no tradicionales hacia los Estados Unidos

En cuanto al valor total de las exportaciones no tradicionales del último año (US\$15.784 m), los Estados Unidos adquirieron el 19,8% de este tipo de productos, con lo que dicho país se constituyó en el segundo destino de estas ventas. En lo corrido de la presente década el mercado estadounidense redujo progresivamente su participación en el valor total vendido de estos productos de 34,7% en 2003, a menos del 20% en 2007.

En los dos últimos años la tasa de crecimiento del valor exportado de productos no tradicionales a los Estados Unidos es negativa (-0,5% y -5,1%), contrastando con los incrementos observados entre 2003 y 2005: 19,6% promedio año. El descenso en el ritmo de crecimiento de este grupo de exportaciones se originó en la reducción de las ventas de productos industriales (oro, confecciones, minerales no metálicos y alimentos), que parcialmente se contrarrestó por los mayores despachos de bienes agropecuarios, en particular de flores.

La distribución sectorial de las exportaciones no tradicionales a los Estados Unidos indica que en promedio en la presente década

el 67% corresponde a manufacturas y el 33% a bienes de origen agropecuario.

En 2007 las exportaciones agropecuarias del país alcanzaron un valor de US\$2.658 m (9% del total), de las cuales más de la mitad fue adquirida por los Estados Unidos. El último año adquirió el 42% de estas ventas externas, siendo las de mayor proporción las de flores y banano.

Del total exportado por manufacturas en la presente década, el 23,2% fue vendido a los Estados Unidos. Este monto alcanzó su máximo en 2003, cuando se situó en 30%, y su mínimo en 2007, al ubicarse en 13,7%.

En 2007, más del 50% de las exportaciones de tabaco, equipo de transporte y maquinaria de oficina se concentró en el mercado estadounidense. Paralelamente, entre el 25% y el 50% de las ventas externas de muebles, minerales no metálicos, productos de metal, confecciones, textiles y metalúrgicos básicos, se destinan a este mercado.

En general, a nivel de firmas existe un alto grado de concentración del valor exportado de productos no tradicionales a los Estados Unidos. De los 4.287 exportadores, menos del 1% (39 firmas) concentró el 50% del valor exportado en 2007. El 80% de este valor fue vendido por 209 empresas.

El análisis de la información contable de 2006 reportada por 1.447 empresas, que vendieron cerca del 80% del valor exportado de productos no tradicionales a los Estados Unidos en 2007, indica que sus exportaciones son una fuente importante para sus ingresos operacionales. En particular, para las empresas que en 2006 vendieron a este mercado flores, prendas de vestir, metalúrgicos básicos, banano y textiles, sus exportaciones representaron más del 40% de sus ingresos operacionales (Cuadro 2). Dado este nivel de dependencia, una eventual crisis en la economía de los Estados Unidos podría afectar el flujo de caja de estos exportadores. Su impacto dependería del margen de maniobra y la capacidad de diversificar mercados de estas empresas. De otro lado, las firmas que despacharon productos químicos, alimentos, bebidas, minerales no metálicos, entre otros, reportaron una dependencia menor.

En conclusión, los Estados Unidos es el principal comprador de los bienes tradicionales, y el segundo mercado, después de Venezuela, para las exportaciones no tradicionales. A nivel de productos, se destacan las exportaciones de petróleo y sus derivados, carbón, café, flores, oro, confecciones y manufacturas de cerámica. Vale la pena resaltar que el valor

Cuadro 2
**EXPORTACIONES NO TRADICIONALES A LOS ESTADOS UNIDOS
 SEGÚN RANGOS DE PARTICIPACIÓN EN LOS INGRESOS OPERACIONALES**

	Millones de dólares			Total
	<20%	>20% y <40%	>40%	
Flores	9	56	622	687
Metalúrgicos básicos	66	15	397	478
Prendas de vestir	10	13	243	266
Minerales no metálicos	157	8	52	217
Alimentos y bebidas (procesados)	118	16	26	160
Químicos	110	0	0	110
Banano	0	42	53	95
Textiles	24	27	37	87
Caucho y plástico	34	12	29	74
Muebles	10	3	56	69
Multisector	21	2	31	54
Cuero y zapatos	9	1	24	34
Productos de metal excepto maquinaria y equipo	21	4	1	26
Maquinaria y aparatos eléctricos	26	0	0	26
Papel y cartón	19	0	0	19
Tabaco	16	2	0	18
Resto	44	3	9	56
Total	692	204	1.580	2.476

Fuentes: DANE y Superintendencia de Sociedades.

de las exportaciones colombianas hacia su principal socio comercial, Estados Unidos, ha venido registrando una desaceleración en su ritmo de crecimiento.

El análisis de la información contable para 2006 indica una importante dependencia del mercado de los Estados Unidos para las empresas que venden productos tradicionales. Más del 20% de los ingresos operacionales de estas

firmas dependen de sus exportaciones a este país, excepto para los que venden ferroníquel. Las empresas que revelan una mayor dependencia son las que exportan petróleo y carbón.

Para el caso de las empresas que exportan productos no tradicionales, el análisis de la información contable de 2006 indica que sus exportaciones son una fuente importante para sus ingresos

operacionales. En particular, para las empresas que en 2006 vendieron a este mercado flores, prendas de vestir, metalúrgicos básicos, banano y textiles, sus exportaciones representaron más del 40% de sus ingresos operacionales. De otro lado, las firmas que despacharon productos químicos, alimentos, bebidas, minerales no metálicos, entre otros, reportaron una dependencia menor.

El sector exportador colombiano en el mercado venezolano*

Un estudio elaborado por el Banco de la República sobre la dependencia de las firmas exportadoras colombianas del mercado venezolano¹ destacó lo siguiente:

- Venezuela es el segundo destino en importancia de las exportaciones colombianas (superado por los Estados Unidos), y es el principal mercado de las ventas externas de productos no tradicionales. La participación del vecino país en el valor de las exportaciones colombianas ha reportado cambios importantes a lo largo de la presente década. Esta cifra cayó de 14,1% en 2001 a un mínimo de 5,3% en 2003, año cuando la economía venezolana registró una fuerte contracción. Posteriormente, su contribución aumentó progresivamente hasta alcanzar un máximo de

15,3% en los nueve primeros meses de 2007.

- La evolución de las exportaciones a Venezuela en los primeros años de la presente década exhibió una tendencia decreciente, la cual se revirtió a partir de 2004. La crisis económica e institucional, junto con las restricciones cambiarias y comerciales ocurridas en dicho país en 2002 y 2003 afectaron el comportamiento

de nuestras exportaciones a ese destino, al producirse un descenso de 35% y 38% en 2002 y 2003, respectivamente. Entre 2004 y 2007 el valor exportado se multiplicó tres veces, al pasar de US\$1.623 m a US\$5.210 m. En este período las ventas aumentaron anualmente por encima del 28%, alcanzando su mayor incremento en 2007 (87%) (Gráfico 1).

- Por su contribución en el valor total exportado al mercado venezolano sobresalen las ventas de vehículos automotores y sus partes (20,0%), alimentos y bebidas (13,7%: carne de res, chocolate, cacao, lácteos, azúcar y productos de

Gráfico 1
EXPORTACIONES DE COLOMBIA
CON DESTINO A VENEZUELA



a/ enero-septiembre de 2007.

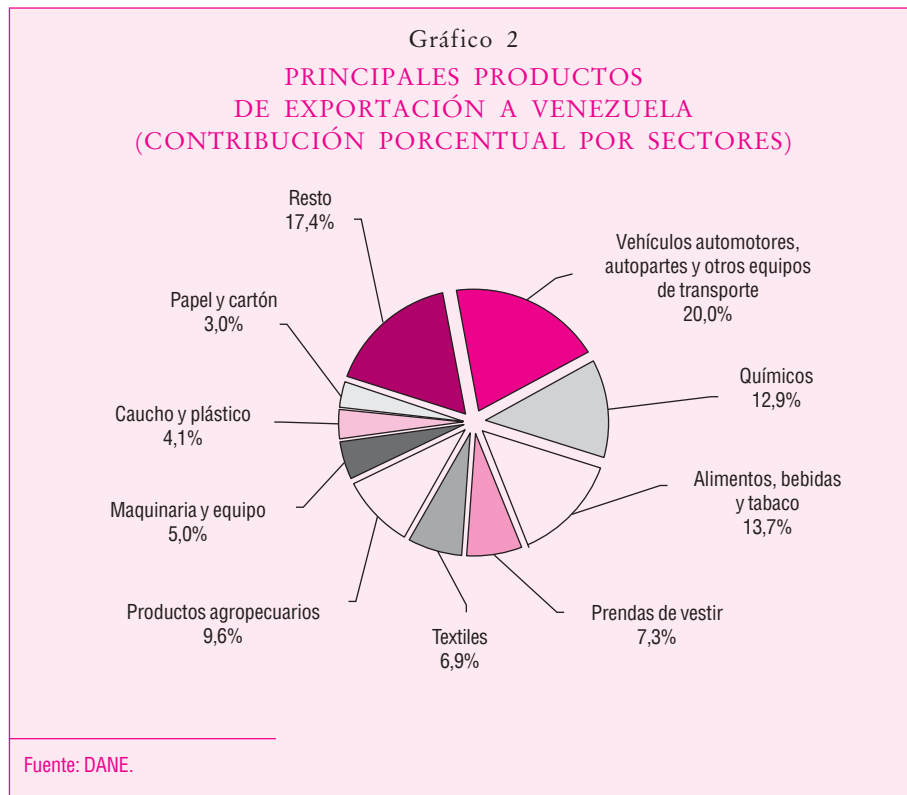
Fuente: DANE.

* Recuadro publicado en el *Informe de la Junta Directiva al Congreso de la República*, marzo de 2008, disponible en <http://www.banrep.gov.co/junta-directiva/jd_direct_inf_princ.htm>.

¹ Enrique Montes, Aarón Garavito, Carolina Pulido, Mónica Hernández y Gustavo Caballero, «El mercado venezolano en las exportaciones colombianas: dependencia de los exportadores en 2006», Borradores de Economía, núm. 492, Banco de la República, 2008.

panadería), químicos (12,9%: farmacéuticos, detergentes, jabones, plásticos en formas primarias, plaguicidas y sustancias químicas), prendas de vestir (7,4%), textiles (6,9%), y maquinaria y equipo (5,0%: máquinas y aparatos de uso doméstico, y equipo de uso industrial) (Gráfico 2).

- Con excepción de los años 2001 a 2003, el número de empresas que le vendieron al mercado venezolano se ha mantenido relativamente estable, registrando un promedio de 2.440 firmas entre 1996 y 2006. Entre las firmas exportadoras predominaron aquellas que tienen una relación comercial de carácter permanente con Venezuela, las cuales precisamente realizaron la mayoría de las exportaciones, con lo que determinaron el comportamiento de las ventas totales a ese mercado. Pese al alto número de exportadores, la mayor parte de las ventas a Venezuela son efectuadas por un número relativamente reducido de empresas. De 2.555 exportadores, 72 de éstos generaron el 60% del valor total exportado.
- Además de identificar el carácter permanente de las firmas como rasgo predominante en la relación comercial con Venezuela, otro hallazgo importante radica en que existe un



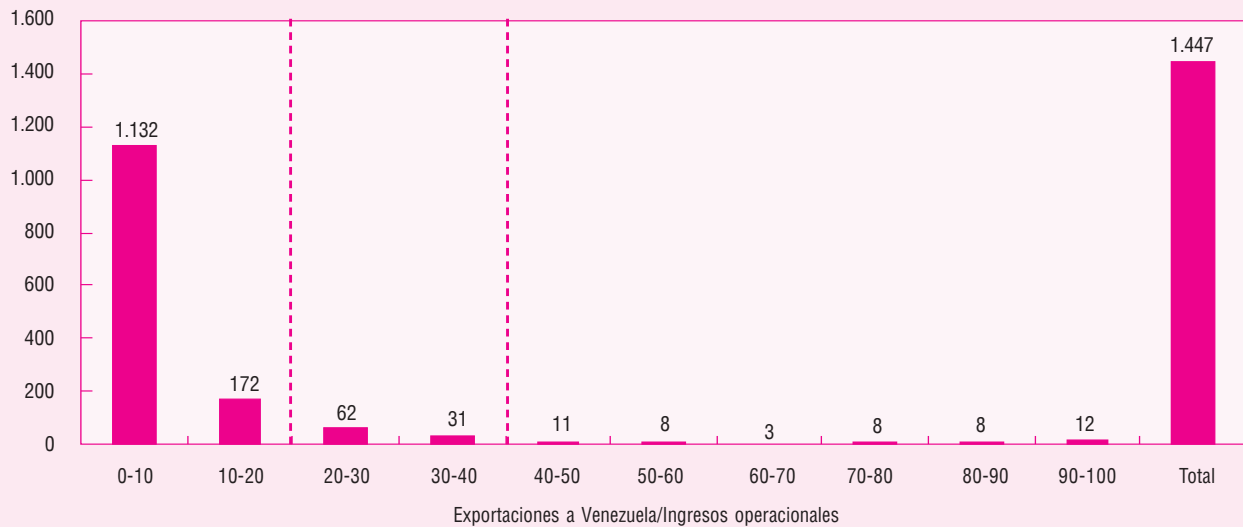
gran número de firmas experimentando en este mercado venezolano (cerca del 30% del total de firmas por año), al igual que en el resto de destinos.

- El análisis de 1.447 firmas, para las cuales se tiene información detallada, mostró que para la mayoría de ellas (1.304) sus ventas a Venezuela en 2006 no fueron la principal fuente de sus ingresos operacionales (Gráfico 3). Esto se cumple incluso para aquellas empresas que concentraron más del 40% de sus exportaciones en el mercado venezolano. Sólo para un grupo pequeño de firmas (86) las exportaciones a Venezuela representaron entre el 20% y el 40% de sus ingresos operacionales. Adicionalmente se encontró que un número aún menor de firmas (50) se localiza en el área de mayor dependencia, tanto en términos de sus exportaciones como en sus ingresos operacionales.
- En 2006 los sectores de automotores y sus partes, prendas de vestir, alimentos, bebidas, maquinaria y equipo, textiles, muebles y calzado, presentaron la mayor dependencia del mercado venezolano; de hecho, más del 70% de sus exportaciones se concentran en el vecino país.
- De acuerdo con lo reportado para 2006 a la Superintendencia de Sociedades, 1.253

Gráfico 3

PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES A VENEZUELA EN LOS INGRESOS OPERACIONALES DE CADA FIRMA

(número de firmas, 2006)



Fuentes: DANE y Superintendencia de sociedades.

firmas que exportaron a Venezuela emplearon 268.621 trabajadores, de los cuales el 92% fue generado por empresas cuya dependencia del mercado venezolano es baja. El 8% restante corresponde a empresas con una mayor dependencia de sus exportaciones del vecino país.

- Se encontró que quienes venden a Venezuela tienden a especializarse en un par de mercados, en lugar de diversificar destinos. Este comportamiento se profundizó durante el auge exportador de los últimos años, cuando una proporción alta de empresas se concentró en el mercado venezolano, abandonando

otros destinos ya conquistados. Lo anterior, en términos de exportaciones, generó una mayor dependencia del mercado venezolano para las empresas analizadas, lo cual las hace más vulnerables al ciclo de la demanda venezolana.

En conclusión, para la mayoría (90%) de las 1.447 firmas analizadas, los resultados indican que en 2006 no existió una dependencia alta frente al mercado venezolano, en el sentido de que sus exportaciones a Venezuela no constituyeron la principal fuente de sus ingresos. Esto sugiere que ante el evento de un cierre del mercado del vecino país esas empresas tendrían un buen margen de maniobra para ajustarse a las

nuevas condiciones. Para el resto de las firmas (145), que aportaron en 2006 el 22% del valor total exportado a ese país, sí se observó una alta dependencia de sus ingresos de tales exportaciones, lo que implica que un deterioro comercial con Venezuela podría afectarlas en mayor medida. ■

Fe de erratas:

En el *Reportes del Emisor* anterior “Encuesta de expectativas de abril de 2008” (edición número 108) el eje temporal de los gráficos 2, 7 y 8 no es Mar-06 Sep-06 Mar-07 Sep-06 Mar-08 Sep-08 Mar-09, sino Mar-06 Sep-06 Mar-07 Sep-07 Mar-08 Sep-08 Mar-09.