



## PLEN ESTRATÉGICO META 2020

### EL SECTOR COMERCIO A NIVEL NACIONAL Y DEPARTAMENTAL

#### 1. El Comercio Mundial

Está previsto que el crecimiento del comercio mundial de mercancías se reduzca en términos de **volumen** hasta sólo 2 por ciento en 2001, en comparación con el 12 por ciento registrado en 2000. De acuerdo con el informe **Estadísticas del comercio internacional, 2001** publicado por la Organización Mundial del Comercio, ni siquiera este crecimiento está garantizado dada la enorme incertidumbre actual en lo que respecta a la evolución económica y comercial.

Se cree que el comercio en Europa Occidental y en las economías en transición aumentó algo más del 2 por ciento, mientras que el de América del Norte puede estar por debajo de la media mundial. Con toda seguridad, el Japón experimentó una reducción de sus exportaciones, junto con un crecimiento moderado de las importaciones.

Estos pronósticos se basan en las cifras preliminares para el primer semestre de 2001 que apuntan que la desaceleración del comercio mundial en el año 2001 será mucho más acusada de lo previsto (a comienzos de 2001 se esperaba que el comercio creciera un 7 por ciento este año). Un factor importante de esta reducción más acusada de lo previsto del crecimiento económico mundial es la excesiva disminución de los gastos en productos de tecnología de la información. Otros factores son la inesperada gran reducción del crecimiento de la demanda en Europa Occidental y el estancamiento de las importaciones de mercancías en los Estados Unidos.

El crecimiento, expresado en **valor**, del comercio de América del Norte se redujo durante el primer semestre de 2001, y en el segundo trimestre tanto las exportaciones como las importaciones estuvieron por debajo de sus niveles del año pasado. Se calcula que el valor de las exportaciones y de las importaciones de mercancías de Europa Occidental ha aumentado sólo un 2,5 y un 1,5 por ciento, respectivamente (si se expresan en euros, los aumentos son del 9,5 y del 8,5 por ciento, respectivamente). A nivel mundial, el valor del comercio de mercancías aumentó sólo un 1 por ciento en el primer semestre, en comparación con un 12,5 por ciento durante el año 2000 en su totalidad.

El informe pone de manifiesto que 2001 contrasta enormemente con el considerable crecimiento de la producción mundial y el comercio en 2000, cuando el aumento de la producción y el comercio de mercancías -un 4,5 por ciento y un 12,5 respectivamente- fue el mayor en más de una década. El crecimiento económico se aceleró en todas las principales regiones en 2000. América del Norte y los países en desarrollo de Asia, que habían registrado un crecimiento del PIB superior a la media mundial en 1999, registraron únicamente aceleraciones moderadas.



En cambio, la actividad económica se incrementó fuertemente en América del Sur y Rusia, tras haberse estancado el año anterior. Se estima que el crecimiento de la producción de África se fortaleció en 2000, pero a un nivel todavía inferior al de los demás países en desarrollo, mientras que el crecimiento económico de Europa Occidental alcanzó el 3,4 por ciento, lo que supuso su mayor incremento en el último decenio. Entre tanto, la recuperación del Japón siguió siendo mesurada y frágil.

Los países en desarrollo realizaron una contribución superior a la media al enérgico crecimiento de la producción y el comercio mundiales en 2000. El aumento estimado del 15 por ciento del volumen de las exportaciones de mercancías de los países en desarrollo fue tres veces superior al crecimiento de su PIB, y sus participaciones en el comercio y la producción mundiales siguieron aumentando como lo habían hecho en la década de los noventa. Además, sólo en pequeña parte es el resultado de precios del petróleo más elevados. Lo anterior se explica mas bien por la capacidad de aumentar su papel en las exportaciones mundiales de productos manufacturados, el sector más dinámico del comercio mundial. Los países en desarrollo alcanzaron el 27 por ciento de las exportaciones mundiales de manufacturas en 2000, un aumento notable comparado con el 17 por ciento que registraron en 1990.

Se tiene además que las tendencias mundiales estudiadas por un grupo de expertos en perspectiva de los Estados Unidos identificó en informe de reciente aparición las 10 innovaciones de mayor desarrollo en la presente década. En ocho años estas tecnologías no solo dejarán de ser exóticas sino que su uso se habrá prácticamente masificado.

- ✓ Los aparatos portátiles con gran capacidad de información, sucesores de las computadoras personales.
- ✓ Los automóviles eléctricos que alcanzarán precios comerciales gracias a la introducción de nuevas tecnologías.
- ✓ Se establecerá la agricultura de precisión mediante el manejo computarizado de las cosechas.
- ✓ Existirá la producción masiva de manufacturas individualizadas al gusto de cualquier cliente y en cualquier producto.
- ✓ La televisión vivencial permitirá, por medio de Internet, entrar a todo el acervo de información que utilizamos cotidianamente, participando de manera interactiva desde juegos hasta rezos.
- ✓ Habrá también asistentes virtuales que se encargarán de manejar nuestro entorno informativo.
- ✓ Se registrará la manipulación genética de organismos, en especial en cosechas, dada la necesidad crítica de alimentar crecientes núcleos de población en países en vía de desarrollo.
- ✓ Otro factor será la atención médica computarizada, que logrará reducir costos y errores fatales.
- ✓ Con la utilización y aprovechamiento de fuentes alternas de energía como el viento, la geotermia, la solar, etc, se lograrán incrementos de entre 10 y 30% en la energía que se utilizará actualmente.
- ✓ Deambularán robots móviles dotados de inteligencia artificial y sensores especiales que podrán ver, oír y ofrecer respuestas en el entorno en que estos se desenvuelven.



Así mismo el informe del grupo consultor de Boston (BCG) sobre el dinamismo del comercio electrónico en América Latina, muestra que Brasil es el país líder en la región, con el 71% de las ventas totales vía web al consumidor. Las ventas en Colombia fueron del orden de los 20 millones de dólares.

La principal categoría del mercado electrónico de América Latina es la de automóviles. Aquí se nota un cambio importante del cual Colombia no parece haber sido impactado: Aunque muchos norteamericanos usan Internet para informarse antes de comprar carro, las ventas electrónicas son casi inexistentes. Pero desde finales de 2000 colosos del sector como GM, Ford y Fiat, escogieron al Brasil para experimentar, obteniendo resultados satisfactorios. El segundo lugar en ventas por Internet en Latinoamérica lo ocupan ahora las subastas minoristas, que pasaron de US\$ 12 millones en 1999 a 203 en 2001. Se destacan las firmas Mercado Libre y De Remate. Estos sitios reúnen a las partes las cuales establecen los términos de la transacción. Así pues, lo que más se está vendiendo a través de la web en la región ya no son libros, sino dos categorías que hace dos años no figuraban.

De otro lado, la más reciente previsión de la CEPAL (febrero del 2002) sobre el desempeño de la economía latinoamericana indica que en el año que acaba de concluir el PIB regional creció un 0.5%. El PIB por habitante cayó en 1.1%. En los últimos cuatro años, el promedio de crecimiento anual del ingreso per cápita ha sido de 0.2%, que es lo más parecido a un estancamiento. En el caso colombiano las cosas han sido peores. Rara vez el crecimiento económico de nuestro país era inferior al de la subregión en su conjunto, pero esto se ha convertido en algo usual. Entre 1998 y 2000 nuestro desempeño estuvo por debajo del registrado para el área, pero en el último año nos fue más o menos mal ya que el ingreso medio del colombiano se contrajo menos que en América Latina. Es muy inquietante, y frustrante también que en los últimos cuatro años se haya contraído la generación de riqueza por habitante. Así es muy difícil reducir la pobreza.

### **1.1 Crecimiento Económico y Competitividad 2002.**

De acuerdo con el Anuario Mundial de Competitividad, publicación editada por el IMD en Lausana (Suiza) y que contiene uno de los estudios internacionales más detallados en el tema de la competitividad para 49 países señala que, en el año 2002 Colombia ocupó la posición 44 en el ordenamiento (ranking) general de países de más a menos competitivos. Según este resultado, este año se registra una mejoría de la posición relativa del país en relación con lo ocurrido el año anterior, en el que frente a los mismos 49 países Colombia ocupó la casilla 46. De hecho, la posición que ocupa el país en el 2002 es la mejor desde 1998, y por segundo año consecutivo se presenta una tendencia a mejorar en el ranking.

Es precisamente la competitividad uno de los conceptos que ha adquirido mayor relevancia en el análisis económico moderno, ello gracias a su relación con el mejoramiento de las condiciones de vida de los países. Es así como la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) define la competitividad nacional como "el grado en el que un país puede, bajo condiciones justas de libre mercado, producir bienes y servicios cuyas características permitan enfrentar exitosamente los mercados



internacionales, mientras que a la vez se mantengan y expandan los ingresos reales de su población en el largo plazo". La calificación de la competitividad de los países se realiza recurriendo a la medición de cuatro factores determinantes del desempeño y capacidad competitiva de cada economía, a saber: desempeño económico, eficiencia del Gobierno, eficiencia empresarial e infraestructura.

Una observación de lo ocurrido en las primeras casillas del ranking para los últimos dos años permite apreciar que Finlandia, Luxemburgo y Holanda ganan una posición en 2002 como respuesta al descenso de Singapur de la segunda a la quinta posición.

Otros países que pierden tres posiciones son Hong Kong e Irlanda, mientras que Dinamarca presenta una mejoría ostensible al pasar de la 15<sup>a</sup> casilla a la 6<sup>a</sup>. Tal como ya se anotó, en el año 2002 Colombia ocupó la posición 44 en competitividad entre los 49 países, superando a Polonia, Turquía, Indonesia, Venezuela y Argentina. A nivel latinoamericano el país mejor ubicado es Chile (20), seguido por Brasil (35), México (41), Colombia [44], Venezuela (48) y Argentina (49), país que se ubica al final de la lista. Cabe destacar que Colombia y Chile son los únicos países de la región que mejoran su ubicación en el ranking general, ya que Brasil, México y Argentina pierden cuatro, cinco y seis posiciones respectivamente, mientras que Venezuela se mantiene estable en el lugar 48. (MINCOMEX, 2002)

## **2. Comercio Nacional en el 2001**

Durante los primeros once meses del año anterior las ventas del comercio al por menor experimentaron un crecimiento de 3.6%, una variación muy similar a la registrada en igual periodo de 2000. Ha sido significativa la recuperación del comercio en los últimos tramos del año pasado: hasta julio, las ventas reales habían crecido un 2.7%, y ya para noviembre lo hacían al 3.6%. Tres agrupaciones en particular, tuvieron un año crítico: medicamentos, productos de aseo personal y alimentos. Las ventas de víveres en general, efectuadas por los canales detallistas modernos, apenas crecieron 0.5%.

( TABLA 1)

Según los técnicos del DANE, una explicación del pobre comportamiento de las ventas de víveres en el 2001 tiene que ver con la sustitución, por parte de las familias, de alimentos procesados por alimentos con poco grado de elaboración, así como un crecimiento significativo de las ventas efectuadas por los canales tradicionales como las plazas de mercado y las tiendas de barrio.



**Tabla 1. Ventas minoristas en Colombia, Enero-Noviembre 2000-2001. Variación porcentual real**

	2000	2001
Total Comercio	3.5	3.6
Viveres	3.5	0.5
Licores y cigarrillos	3.2	4.0
Textiles y ropa	9.9	3.9
Calzado y articulo cuero	14.1	8.8
Farmacéuticos	-0.7	-1.8
Muebles y electrodomésticos	25.0	6.2
Aseo personal y perfumes	34.0	-0.5
Aseo hogar	5.5	13.3

*Fuente: DANE*

Con relación a los sistemas de pago empleados, muy regular le fue al sistema de tarjetas de crédito en 2001. Las compras efectuadas por los usuarios en los establecimientos que reciben este medio de pago, aumentaron 7.9% en relación con las obtenidas en 2000, lo que en términos reales significa una variación sensiblemente igual a cero. En 2000 se había registrado un incremento real de 3% y en el 99 un desplome superior al 15%. Por tercer año consecutivo las ventas con tarjeta de crédito crecieron por debajo de las ventas del comercio al por menor, y particularmente de aquellos productos que se adquieren de preferencia a crédito como computadores, muebles, electrodomésticos y vestuario. Los hogares colombianos acuden ahora a otras formas de financiamiento como los cheques posfechados o inclusive cupos automáticos que otorgan los bancos con tasas de interés inferiores y cuotas de manejo más razonables. El número de plásticos en el mercado es hoy muy inferior al que había hace cuatro años. De dos y medio millones de tarjetas de crédito activas en 1998 se pasó hoy a 1.9 millones. Es preciso y urgente morigerar las comisiones que se cobran hoy por hoy a los establecimientos de comercio.

Otra señal del comportamiento general del sector se encuentra en las cifras que el DANE divulgo los resultados de la Encuesta Anual Manufacturera del 2000 y al comparar las cifras con las de encuestas de años anteriores se obtienen interesantes hallazgos. En primer término, se advierte una fuerte caída en el empleo generado por la industria colombiana del tipo moderno: mientras que en 1995 trabajaban en el sector 649.163 personas, en 2000 la cifra baja a 514.016.

En tan sólo cinco años se redujo en forma notoria la participación del personal permanente y un aumento en el personal temporal. En 1995 el 83% del personal ocupado era de planta y en 2000 el 69%. Se observa igualmente un avance de las pymes: en 1992 este segmento aportaba el 40% de la producción bruta industrial, en el 95 el 39.3% y en 2000 dicha contribución subía al 47.4%. Las pymes generaban en 1992 el 36% del valor agregado industrial y en 2000 el 44%. Sorprende a primera vista que en los últimos años para el conjunto de la industria colombiana se haya desconcentrado un tanto la



producción y que las grandes firmas hayan perdido participación, a pesar de la mala situación económica que vivía la nación en el último lustro.(TABLA 2)

**Tabla 2. Distribución del empleo en la industria Manufactur ara en Colombia 1995 -2002(en porcentaje)**

	1995	2000
Propietarios, socios y familiares	0.8	0.7
Personas permanentes	83.1	69.1
Temporal agencia	10.4	15.3
Temporal directo	5.7	14.9
Total empleados	649.163	514.016

*Fuente : DANE*

La Encuesta Mensual Manufacturera del DANE desglosa los resultados por tamaño de empresa. Y no debe pasar desapercibido el hecho de que en este año a la pequeña industria le ha ido mucho mejor que a la gran industria en cuanto a ventas se refiere. En el primer bimestre del 2002, las ventas totales de la industria colombiana cayeron un 0.5%, pero las de la pequeña factoría aumentaron 3.4%. Ello denota la enorme capacidad que tienen las pequeñas organizaciones para amoldarse a las cambiantes realidades del mercado. Algo similar puede estar ocurriendo en el comercio. Sorprende que las ventas detallistas de viveres en el último tiempo, según reporte del DANE, tengan un crecimiento sensiblemente igual a cero(-1.2% en enero).

Como se descarta la posibilidad de que los hogares colombianos estén dejando de nutrirse, cabe conjeturar que las ventas de alimentos efectuadas por canales tradicionales, que el DANE no consulta, se han comportado de manera aceptable.(TABLA3)

Tabla 3. Desempeño de la industria. Variaciones porcentuales reales .Primer bimestre 2002

Tamaño de la Industria	Variaciones Producción	Ventas
Gran industria	0.74	-0.09
Mediana industria	-6.99	-5.22
Pequeña industria	-1.42	3.40
Total industria	-0.20	-0.49

*Fuente : DANE*



Igualmente, llama la atención que la industria se está desconcentrando, desde el punto de vista regional. Existe un proceso de descentralización al interior del sector, tal como se ilustra (TABLA 4). Las cuatro principales Áreas metropolitanas de Colombia perdieron terreno en los últimos cinco años. Bogotá, que generaba el 26.6% de la producción industrial del país en 1995 redujo su cuota al 23.6%, es decir, una pérdida de tres puntos porcentuales. Medellín y Cali perdieron cada una dos puntos. Barranquilla también cedió al igual que otras áreas metropolitanas importantes como Pereira y Bucaramanga. La única ciudad industrial que avanzó fue Cartagena. La cuota del resto de ciudades mejoró cinco puntos, lo que sugiere que los industriales ya estarán aprovechando las ventajas tributarias que brindan ciertas zonas del país.

El notorio avance de Cartagena se explica por la localización allá de industrias exportadoras. El Corralito de Piedra no es sólo turismo: si se divide el valor de la producción industrial por el número de habitantes, se obtiene que Cartagena es la ciudad más industrializada de Colombia. (TABLA 4).

**Tabla 4.**  
**Producción industrial por áreas metropolitanas (%) en Colombia**

	<b>1995</b>	<b>2000</b>
Bogota	26.6	23.6
Medellín	17.2	15.3
Cali	12.9	10.7
Cartagena	4.8	7.0
Barranquilla	5.7	5.5
Pereira	2.3	2.0
Bucaramanga	1.9	1.8
Manizales	1.7	1.7
Resto	27.1	32.4

*Cálculos de FENALCO con base en DANE*

Otra lectura nos permitió ver que la intensa actividad edificadora llevada a cabo por los comerciantes en los últimos años ha contribuido a suavizar el desplome de la construcción. Durante el 2001, en las principales siete áreas metropolitanas, se finalizaron obras con destino al comercio equivalentes a 577.000 metros cuadrados, que representaron un aumento del 120% frente a las del año inmediatamente anterior. En 1977 y en los años anteriores era usual que el metraje construido para oficinas y para bodegas superara ampliamente el de locales comerciales; dicha tendencia se ha revertido. No cabe duda que el auge de los hipermercados ha contribuido a una todavía incipiente reanimación de la actividad constructora con todos sus efectos multiplicadores sobre la economía.



## **2.1. Panorama del Comercio en el 2002**

El primer trimestre del 2002, según el reporte del DANE, ha sido uno de los más flojos recientemente, ya que la economía apenas creció 0.5%. El consumo de los hogares creció sólo un uno por ciento, y en ciertos rubros como alimentos y bebidas, y servicios recreativos y culturales se registró disminución. Las cifras fragmentadas sobre la actividad económica en el segundo trimestre sugieren una ligera reanimación. El consumo de bebidas, frente al mismo lapso del 2001 mejoró, así como la facturación con tarjetas de crédito y el movimiento de pasajeros en los aviones. Un cálculo muy aproximado indica que en el periodo abril-junio la economía creció cerca de un 2%. En el primer semestre el crecimiento del PIB colombiano fue de 1.2% y el de Estados Unidos de 4.3%. Las firmas internacionales han corregido a la baja la estimación del crecimiento económico de los países latinoamericanos. El BBV lo fijó en 1.7% y la alemana Deutsche en uno por ciento. El país de peor desempeño será Argentina, que sufriría un desplome de más de diez puntos porcentuales en su crecimiento, así como Venezuela, que no solamente vive una profunda recesión sino que también siente como se disparan la inflación y la devaluación.

La Encuesta mensual del comercio al por menor del DANE indica que las ventas durante los primeros cinco meses del 2002 han crecido en un 3%. Llama la atención el buen comportamiento de agrupaciones relacionadas con bienes de consumo duradero, como los vehículos, muebles y equipamiento del hogar, mientras que no levantan cabeza subsectores como las librerías, artículos de ferretería, textiles y confecciones, y alimentos. En el caso de esta última agrupación, las ventas crecen por debajo del uno por ciento, y al comparar este dato con el de las ventas nacionales de la industria alimenticia, según la encuesta de la ANDI, cuyo crecimiento real en el mismo periodo es de un cinco por ciento, se observa una apreciable disparidad en la tendencia.

Nuestra hipótesis explicativa es que dicha diferencia la explican las ventas que se efectúan a través de los canales detallistas tradicionales, en particular tiendas de barrio. En otras palabras, durante este año las ventas de alimentos realizadas por las tiendas y graneros de las ciudades están creciendo a un ritmo bien sugestivo.

Por eso al tomar en cuenta un horizonte de tiempo mayor, se observa un cambio en las tendencias de compra de los hogares colombianos, derivado de la difícil situación que vive el país desde hace ya casi un lustro. Ante la reducción de los ingresos familiares, el aumento del desempleo y las dificultades para procurarse el sustento diario, se percibe un reacomodo de las familias a la nueva realidad. De acuerdo con nuestras consultas con líderes empresarios industriales y comerciantes del país, en esta prolongada fase recesiva, se advierte un aumento en la participación en el gasto familiar de bienes y servicios como los cereales, las carnes frías, los servicios públicos y combustibles, el teléfono, servicios de lavandería, chance, teléfono y TV privada. Los colombianos encuentran un refugio al estrés en el control remoto del televisor. En cambio, se ha reducido el peso de bienes como la leche y sus derivados, ropa, servicio doméstico, revistas, libros y productos farmacéuticos.

La Encuesta de la ANDI desglosa el comportamiento de la industria según se trata de ventas totales, al exterior o nacionales. Al extraer las variaciones de las ventas reales de la





industria en el territorio colombiano y compararlas con las variaciones de las ventas reales del comercio detallista moderno, se obtienen hallazgos interesantes, que se muestran en el cuadro adjunto. En primer lugar, el incremento es idéntico en ambas series: 1.7%. También se observan tendencias similares en varias agrupaciones como productos de ferretería, libros y confecciones. Las ventas de alimentos procesados crecen más en el caso de la industria, lo que sugiere un aumento en las ventas efectuadas por los canales tradicionales. Con licores y cigarrillos sucede lo contrario, situación que se explica por las importaciones. Las ventas de las farmacias han sufrido una caída más pronunciada que las ventas de los laboratorios farmacéuticos, ya que éstos también despachan pedidos a las EPS y hospitales. Estos resultados se encuentran al comparar las ventas del comercio y de la industria en Colombia entre enero-junio del presente año.

## **2.2. Comercio exterior de bienes en Colombia**

Durante el año 2001 la balanza comercial de Colombia arrojó un saldo superavitario de US\$280 millones (m), resultado que contrasta en su magnitud con el obtenido el año anterior cuando se registró un superávit de US\$2.337 m. El menor superávit comercial se explicó por el aumento de las importaciones totales FOB (US\$ 1.226 m, 11.4%) frente al decrecimiento de la exportaciones (US\$ 831 m, 63%). La dinámica importadora se asocia con las mayores compras externas de equipo rodante de transporte, bienes de capital para la industria y bienes de consumo; mientras que la caída en las ventas externas se explica por los menores valores exportados de petróleo y café.

**Exportaciones.** Durante el año 2001 las ventas externas totalizaron US\$ 12.290 m, con un decrecimiento de US\$ 831 m (63%), resultado contrario al observado en 2000 cuando registraron un aumento de US\$ 1.546 m (13.4%). El descenso de las exportaciones se originó en los menores ingresos externos por conceptos de petróleo y café que en parte fueron compensados parcialmente por el aumento de la ventas al exterior de bienes no tradicionales del sector industrial y de carbón

**Destino Geográfico de las Exportaciones.** Los mercados de destino mas importante para los productos colombianos se concentraron en el grupo de los países desarrollados y los de la ALADI. Las naciones industriales absorbieron el 59.0% del valor total exportado en 2001, sobresaliendo las ventas a Norteamérica con una participación del 44.6% y a la Unión Europea con 13.1%. Al mercado regional de la ALADI se destino el 27.7% de las exportaciones, destacándose Venezuela con una participación del 14.1%, Ecuador 5.7%, y Perú, México y Chile, que en conjunto, participaron con 5.7%.

El decrecimiento de las exportaciones totales en el año 2001 respecto al año anterior, se originó, principalmente, por las menores ventas en el mercado de los Estados Unidos (US\$ 1.291m, 19.5%). Por su parte, se presentaron incrementos en las exportaciones Colombianas despachadas a Venezuela (US\$ 438 m, 33.70%) y Ecuador (US\$ 241 m, 52.1%), entre otros.



**Importaciones.** Por segundo año consecutivo las importaciones registraron crecimientos. Así durante el año 2002 presentaron un aumento de US\$ 794 m (7.9%) y en 2001 de US\$ 1.226 m (11.4%). En el año 2001 este comportamiento estuvo vinculado al crecimiento observado en los precios implícitos de importaciones(9.8%) y al incremento en las cantidades adquiridas del exterior que fueron de 1.4%.

### 3. Comercio exterior en el Meta

Las **exportaciones**<sup>1</sup> no tradicionales totales del departamento muestran un continuo descenso en los últimos 5 años, al pasar de US\$2.8 millones en 1996 a US\$ 0.6 millones en el 2000. Para el año 2000 se evidencia una recuperación al crecer 50%, pero aún muy por debajo de los montos alcanzados en los años anteriores.

Las exportaciones efectuadas por el departamento del Meta en el segundo trimestre del 2001, alcanzaron a US \$0.3 millones resultando mayores en 354.4% en comparación con el mismo trimestre del año anterior. De la misma manera en el acumulado a junio de las ventas externas, se registro un incremento del 82.3%, al pasar US \$0.3 millones en el año 2000 a US \$0.5 en el 2001.(TABLA 5).

El crecimiento de las exportaciones de los años 2000 y 2001 se debe principalmente al buen desempeño de los sectores de caza, pesca y sustancias químicas industriales; los principales productos de importación del departamento son los peces ornamentales vivos, las pieles y cueros de reptil y herbicidas y abonos entre otros. Los principales países de destino son: Tailandia, Ecuador, Venezuela, Japón y Francia.

Las exportaciones del departamento del Meta, representan 0.004% de las ventas totales del país en el año 2000.<sup>2</sup>

**Tabla 5. Exportaciones registradas por valores FOB en el departamento del Meta. Año 2000 a junio 2001**

AÑO 2000	VALORES FOB	
	Pesos Colombianos (miles)	US\$ Dolares (Miles)
I TRIMESTRE	350.140	180
II TRIMESTRE	143.358	68

<sup>1</sup> No se incluye las exportaciones de petróleo, en razón que el DANE no las discrimina por departamento.

<sup>2</sup> Mincomex Colombia , abril 2001



AÑO 2001	VALORES FOB	
	Pesos Colombianos (miles)	US\$ Dolares (Miles)
I TRIMESTRE	322.670	143
II TRIMESTRE	720.011	309

Fuente: Informe de Coyuntura Económica Regional II Trimestre 2001

El departamento no ha logrado recuperarse de la caída sostenida que ha venido presentando en sus egresos por **importaciones**. Durante el año 2000 el valor de sus importaciones estuvieron representadas en US \$6.4 millones

Durante el segundo trimestre del año 2001, **las importaciones** FOB en el departamento ascendieron a US \$5.2 millones registrando un crecimiento de US \$3.5 millones, 195.3% con respecto del mismo trimestre del año anterior, el cual se origino principalmente en el aumento de la compra de tubo y maquinaria de perforación para extracción del petróleo y gas, maquinaria agrícola, pescado, sardina y arroz. Según el origen las mayores importaciones tiene su procedencia de países como Estados Unidos, Ecuador y Tailandia.

Durante el primer trimestre del año 2002, **la balanza comercial del Departamento** del Meta arrojó un saldo deficitario por US\$4.416 miles FOB, derivado de las mayores compras externas efectuadas en el periodo, frente a las ventas hechas en el exterior. Los mayores descensos se registraron, por un lado en las importaciones de productos alimenticios, bebidas y tabaco y, por otro lado en las exportaciones de productos relacionados con industrias metálicas básicas.

**Tabla 6. Importaciones registradas por valores en el departamento del Meta. Año 2000 a enero – junio 2001**

AÑO 2000	CIF		FOB
	Pesos Colombianos (miles)	US\$ Dolares (Miles)	US\$ Dolares (Miles)
I TRIMESTRE	5.088.767	2.613	2.525
II TRIMESTRE	3.785.673	1.852	1.773

AÑO 2001	CIF		FOB
	Pesos Colombianos (miles)	US\$ Dolares (Miles)	US\$ Dolares (Miles)
I TRIMESTRE	7.343	3.259	3.138
II TRIMESTRE	12.870	5.548	5.236

Fuente: Informe de Coyuntura Económica Regional II Trimestre 2001



### **3.1. El Comercio departamental**

Durante el año 2001, en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio se crearon 512 sociedades comerciales, con un capital de \$11.872 millones de pesos, lo que significa un crecimiento en capital de 141.7%.

La actividad económica que más creció durante el año 2001 fue el sector de comercio, restaurantes y hoteles, con un capital de 8.491 millones de pesos; seguida del sector servicios, con un capital de \$1.219 millones de pesos; en tercer lugar, los sectores agricultura y transporte con la constitución, con un capital de \$515 y \$746 millones de pesos, respectivamente. Las actividades que menos crecieron corresponden al sector electricidad, gas y vapor, la explotación de minas y canteras, finanzas y seguros, industria y la construcción.

Se reformaron 38 sociedades, con un capital de 9.631 millones de pesos, lo que representó un aumento de capital del 200.4%, con respecto al año 2000, cuando se reformaron 41 sociedades, con un capital de \$3.206 millones de pesos.

Se liquidaron 108 sociedades en los sectores comercio y servicios, con un capital de \$6.088 y \$2.450 millones de pesos respectivamente, seguido del sector construcción, con un capital de \$1.927 millones de pesos<sup>3</sup>.

### **4. Mirada al comercio de Villavicencio 2001**

Durante el 2001, la economía Colombiana presentó un crecimiento del PIB de un 1.57%, decreciendo en un 1.27% en comparación al año 2000, este descenso se presentó, dado que sectores tan importantes como la industria solo crecieron un 0.75%, y la explotación de petróleo decreció en un 0.6%, entre otros sectores que no tuvieron el mejor desempeño, durante el año pasado.

No obstante, algunos sectores tuvieron un comportamiento positivo, tal es el caso del comercio que creció en un 2.06% , la construcción de edificaciones un 10,57% y sector el transporte y comunicaciones un 3,55%. Esto permitió que el descenso en el PIB no fuera mayor.

De igual modo el entorno macroeconómico, se vio enmarcado por una baja inflación ubicándose en un 8.65% y un galopante desempleo el cual cerró el año en 18,7%. De otro lado el crecimiento de las exportaciones, tuvo un descenso de más del 11.1% comparado con las del año 2000, debido no sólo a la crisis de algunos importantes socios comerciales, sino también al descenso en la devaluación promedio del año, que cerró en 10,2%.

Una variable que mostró un comportamiento positivo para la economía, fue la tasa de interés que mantuvo una tendencia a la baja, permitiendo la recuperación del sistema

---

<sup>3</sup> Cámara de Comercio, 2001



financiero, aunque la efectiva irrigación de capital al sistema productivo, todavía no es evidente.

El comportamiento del comercio de Villavicencio, para este periodo tuvo una tendencia positiva finalizando el año, teniendo su punto máximo en el mes de Diciembre, y obteniendo los mejores resultados operacionales para las empresas del sector.

Según los resultados de la encuesta realizada al comercio de Villavicencio, el 50% de los comerciantes encuestados opinó que su situación durante el 2001 fue buena, aunque en algunos meses del año tuvo un comportamiento regular. El restante 40% manifestó que su situación fue regular y un 10% consideró que fue mala.

Las ventas reales del sector comercio durante el año 2001, crecieron un 2.2%, manteniendo un comportamiento similar al año pasado, pero sin llegar a los niveles óptimos de crecimiento para el sector.

La inseguridad continua siendo uno de los más grandes problemas, para el comercio de Villavicencio, no solo por la violencia generalizada que vive el país, sino también por la delincuencia común. De igual forma el alto índice de desempleo, es un grave problema para el comercio, que registró una cifra de 17.9% de desocupados, para el año 2001 e incide en la caída de la demanda, que es otro problema, reiterativo en el sector.

Otros problemas que mencionaron los comerciantes fueron:

- ? Contrabando
- ? Costos de Operación Altos
- ? Acceso al Crédito

El 50% de los comerciantes encuestados, manifestó haber aumentando su planta de personal durante el 2001, principalmente en las épocas de mayor demanda, como lo son las fechas especiales y la época desembrida. Un 32% mantuvo igual el número de empleados en el año, sin realizar ninguna variación y el restante 18% disminuyó la cantidad de empleos en su empresa.

Durante el año 2001, no se registraron mayores variaciones en el comportamiento de la inversión en relación al año 2000, presentándose el mayor volumen en el área comercial y de tecnología.

El 52% de los comerciantes encuestados, realizaron algún tipo de inversión en su negocio, representada en: arreglos locativos, ampliaciones, incremento en la inversión de publicidad, soporte tecnológico, capacitación para los empleados, entre otros. El restante 48% no realizó ningún tipo de inversión, en su negocio.

El 80% de los comerciantes encuestados, mantienen expectativas positivas, para su desempeño en el año 2002, dado que han planteado diferentes estrategias, entre las que están: El mejoramiento del servicio al cliente, consecución de capital para inversión, diversificación de productos, nuevos mercados, internacionalización, entre otros. El restante 20% está incierto a su desempeño durante este año, ya que existen varios



factores de desconcierto que afectan el comportamiento del sector empresarial, como: La ruptura del proceso de paz y el descenso en la economía internacional.

## BIBLIOGRAFÍA

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS- ANIF-** " Para creer se necesita tener mayor competitividad". En: Carta financiera 122. Agosto de 2002. Bogota D.C. Pp.7-9.

**CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO.** Indicadores económicos regionales 2001. Villavicencio. Meta. Agosto de 2002.

**FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES- FENALCO** - Bitácora Económica, Enero- Septiembre de 2002.

**GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL META** Secretaria de Planeación y Desarrollo Territorial. Perfil Socioeconómico del departamento. Villavicencio, Agosto de 2002. pp. 16-18 y22.

**MONTENEGRO, SANTIAGO Y ROBERTO STEINER.** Colombia: el desafío de la competitividad. Universidad de los Andes y Corporación Andina de Fomento(en prensa)

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO -OMC-** [www.wto.org/](http://www.wto.org/) Consultada el 23 de Septiembre de 2002.