

**NACIONES UNIDAS
COMISIÓN ECONÓMICA
PARA AMÉRICA LATINA
Y EL CARIBE – CEPAL**



Distr.
LIMITADA

LC/MEX/L.887
26 de noviembre de 2008

ORIGINAL: ESPAÑOL

**PAÍSES PLAN PUEBLA PANAMÁ: COMPETITIVIDAD
REVELADA, 1990-2006**

ÍNDICE

	<u>Página</u>
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	3
I. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS	5
II. LA COMPETITIVIDAD DE PAÍSES DEL PPP	8
1. Comercio con Estados Unidos	11
2. Comercio con Europa Occidental	15
3. Comercio intrarregional	19
4. Participación de mercado de exportaciones por región	23
III. CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	29

RESUMEN

A partir de la década de los noventa los países miembros del Plan Puebla-Panamá han promovido una estrategia de desarrollo basada en una creciente inserción internacional (PPP) a través del comercio internacional y de la atracción de inversión extranjera directa (IED). Dicha estrategia conllevó un proceso de apertura que generó que la mejora de la competitividad regional fuera un tema relevante para los países que forman parte del PPP. Actualmente los países se enfrentan con el reto de competir en mercados internacionales y diseñar políticas que ayuden a los productores nacionales a lograrlo. Este documento explora la evolución de la competitividad de las exportaciones de los países del PPP en el período 1990-2006 mediante herramientas diseñadas por la CEPAL para identificar y medir el dinamismo y la participación de mercado de productos específicos.

ABSTRACT

Since last decade, countries in the Puebla-Panama Plan (PPP) have promoted an economic developing strategy based in their increasing participation in the international economy through international trade and attraction of foreign direct investment. This strategy led countries to become more open in the international trade arena. Moreover, it placed regional competitiveness at the front of PPP countries' trade policies. Some of the challenges that PPP countries face are competing in increasingly contested markets and designing policies to support local producers to successfully participate in their export markets. This document explores exports' competitiveness in PPP countries during 1990-2006 using analytical tools developed by ECLAC which help to measure markets dynamism as well as market share for specific products.

INTRODUCCIÓN ¹

El Plan Puebla-Panamá (PPP) ² surgió en 2001 como una iniciativa de modernización y transformación de las regiones del sur sureste de México y de los países de Centroamérica. ³ En 2006, este acuerdo se expandió y se incorporó a Colombia. Actualmente, los países de la región PPP impulsan proyectos en forma conjunta que fomentan el desarrollo económico.

A partir de la década de los noventa los países miembros del PPP han promovido una estrategia de desarrollo basada en su creciente inserción internacional a través del comercio internacional y de la atracción de inversión extranjera directa (IED). Dicha estrategia conllevó un proceso de apertura que ha hecho que la mejora de la competitividad regional sea un tema relevante para toda la región de los países del PPP. El propósito de este documento es precisamente explorar el avance de la competitividad de las exportaciones de los países del PPP en el periodo 1990-2006 y con más detalle el subperiodo 2000-2006.

La CEPAL ha realizado diversos estudios con un enfoque de competitividad revelada ⁴ y ha desarrollado instrumentos para su medición basados en datos de comercio. Los utilizados en este estudio son el TradeCAN (Trade Competitive Analysis of Nations), el MAGIC Plus (Module to Analyze the Growth of International Commerce), ambos desarrollados por la CEPAL, y el WITS (World Integrated Trade Solution), que permiten hacer un análisis de la competitividad revelada a través del desempeño comercial de los países. En este sentido, en el presente estudio, el término “competitividad” se refiere a la capacidad de un país de proveer bienes en un mercado de destino, medida en términos del aumento de su participación de mercado en dicho destino, además de su capacidad para abastecer una gama de productos demandados en dicho mercado.

En el capítulo I del estudio se hace una presentación de la metodología utilizada para medir la competitividad revelada de los países del PPP; en el segundo se realiza un análisis de la competitividad revelada de los países del PPP, al tomar en consideración la competitividad de las exportaciones en el mercado de Estados Unidos, de Europa Occidental ⁵ y dentro de la propia región del PPP. Asimismo se establece un análisis de la participación de mercado de las

¹ El análisis de competitividad que se realiza en este estudio continuó la cooperación técnica de la CEPAL sobre este tema en el marco de la solicitud que los países del PPP hicieron a la institución en la reunión de la Comisión Ejecutiva celebrada en Belice los días 19 y 20 de febrero de 2007, Acuerdo CE-1-07-07.

² La primera versión de este documento se concluyó antes de que el PPP se convirtiera en “Proyecto Mesoamérica”.

³ Los países de Centroamérica considerados en este estudio son Belice, El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

⁴ Según Bela Balassa (1965), la competitividad se refleja en el desempeño comercial de un país o de una industria con relación al desempeño del mercado mundial.

⁵ Los países considerados como de Europa Occidental son Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, Islandia, Noruega, Suiza y Liechtenstein.

exportaciones por región de destino. En el capítulo III se presentan las conclusiones y los hallazgos principales con respecto a la competitividad revelada en países del PPP.

La región del PPP es un área que cubre países cuyas economías son muy disímiles. En varios de los análisis realizados el peso comercial de México sesga el panorama de la actividad comercial de la región. Por esta razón, en algunos de estos estudios se hace una diferenciación entre el comercio de la región, incluido México, y otra sin incluirlo. Además, en la parte del comercio intrarregional se considera que los países de Centroamérica forman una subregión dada la similitud de sus economías. También han avanzado comparativamente más en su integración que la que puede advertirse en el conjunto de los países firmantes del PPP.

I. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

Para el presente estudio se utilizan dos herramientas que la CEPAL ha desarrollado para el análisis de la posición competitiva de los países en los mercados internacionales y una desarrollada por la UNCTAD: el MAGIC Plus, el TradeCAN y el WITS, respectivamente.

Los análisis del MAGIC Plus permiten definir la posición competitiva de un país o región en el mercado de Estados Unidos, mientras que el TradeCAN lo hace en los principales mercados mundiales. De esa forma, es posible, entre otros aspectos, estudiar los cambios y las tendencias que experimenta la estructura comercial y su posición en relación con los principales competidores al analizar el desempeño exportador de un país, así como el dinamismo del mercado receptor en otro país (Dussel, 2001; Mortimore, Bonifaz y Duarte, 1997; CEPAL, 2003; Martínez Piva y Cortés, 2004). El análisis de competitividad que se obtiene con ambas herramientas se realiza con base en el comportamiento de la demanda mundial y sirve para analizar la posición de los países y los sectores con respecto a su capacidad de respuesta frente a esa demanda. La competitividad de un país en un sector determinado se genera por la demanda creciente y por la capacidad de un país para aumentar su participación de mercado en algún sector. El WITS por su parte es otra herramienta poderosa que permite identificar los flujos de comercio mundiales, además de realizar simulaciones sobre el comercio ante cambios en las tasas arancelarias. Al utilizar las funcionalidades del WITS se realiza el mismo análisis de competitividad del TradeCAN y del MAGIC.

En este trabajo se emplean dos indicadores para estudiar la competitividad: la participación de mercado y la contribución de producto a las exportaciones.

Participación o contribución de mercado. Es la participación de un país en un rubro determinado en las importaciones totales del mercado importador. Permite analizar la cuota de mercado que un producto tiene en el país de destino.

Participación o contribución de producto. Es la contribución exportadora de un rubro a las importaciones totales del mercado importador.

La formulación de los indicadores empleados es la siguiente:

- a) M indica el valor total de las importaciones en el mercado del país importador.
- b) M_j es el valor de las importaciones provenientes del país exportador j . En TradeCAN se asume que el total de las exportaciones desde el país exportador j es igual al mercado importador.
- c) M_i es el valor de las importaciones del rubro i en el mercado del país importador.
- d) M_{ij} es el valor de las importaciones del rubro i provenientes del país exportador j .

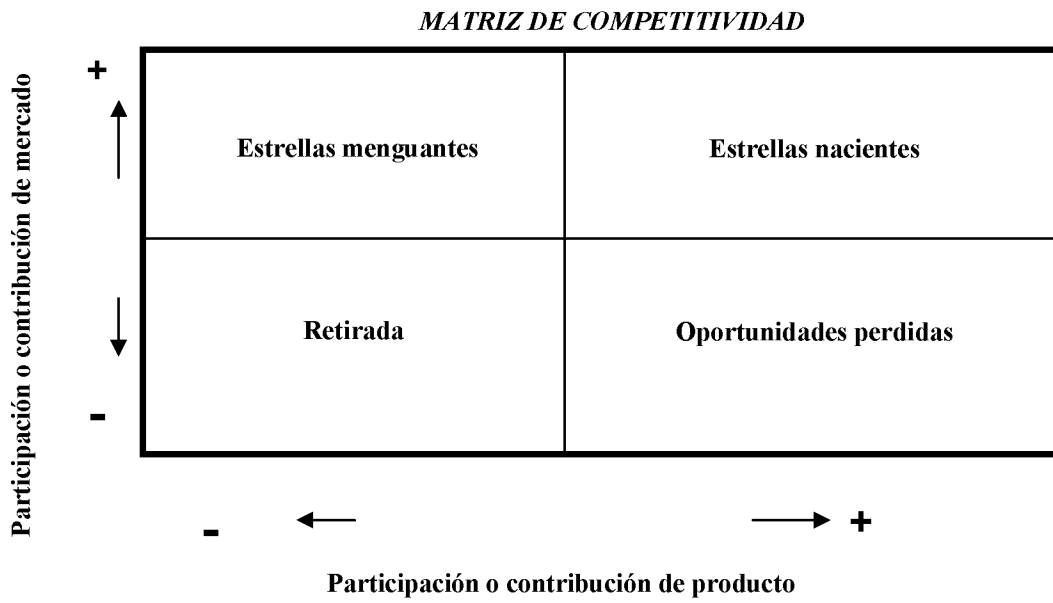
Fórmulas		
Participación o contribución de mercado	=	$\frac{M_{ij}}{M_i} * 100$
Participación o contribución de producto	=	$\frac{M_i}{M} * 100$

Se hace uso de una tipología que facilita identificar la participación de mercado y de producto en el país destino de las exportaciones. Dicha matriz muestra si un producto ha ganado o ha perdido participación de mercado (eje y), y permite saber si el producto pertenece a un sector cuyo dinamismo medido en el monto total en dólares pagado por las importaciones creció o disminuyó relativamente en relación con el monto total en dólares pagado por las importaciones totales (eje x). La matriz de competitividad contiene cuatro tipologías que se basan en los indicadores explicados:

- Estrellas nacies:** El país exportador aumenta la participación de mercado en sectores dinámicos, cuyas importaciones ganan participación relativa en el total importado.
- Estrellas menguantes:** El país exportador aumenta su participación en sectores estacionarios, en los que las importaciones tienen una dinámica menor a la media.
- Oportunidades perdidas:** El país exportador disminuye su participación de mercado en sectores dinámicos, en los que las importaciones crecen a tasas mayores que la media.
- Retiradas:**⁶ El país exportador disminuye su participación de mercado en sectores estacionarios, en los que las importaciones crecen a una tasa menor a la media.

El presente análisis no aborda otros elementos endógenos ni exógenos que pudieran influir en la competitividad y que rebasan la capacidad de penetración en los mercados de exportación medida a través de la participación de mercado.

⁶ El término “retroceso” —utilizado en TradeCAN— es sinónimo del término “retirada” usado en Magic PLUS. El concepto metodológico de cálculo es exactamente el mismo. En este documento se utiliza el término “retirada” para evitar confusiones entre los términos.



Fuente: Elaboración propia a partir de MAGIC, 2008.

II. LA COMPETITIVIDAD DE PAÍSES DEL PPP

Los acuerdos comerciales, si facilitan el acceso a los mercados de destino, son un componente importante de la competitividad revelada. En este sentido, los diversos mecanismos de integración regional en los que participan los países miembros del PPP, así como los diversos acuerdos comerciales firmados, son elementos importantes de la competitividad regional.

De hecho, los países del PPP han suscrito múltiples acuerdos comerciales que han abierto sus fronteras al comercio internacional. En la década de los noventa la región centroamericana profundizó su integración al mercado internacional: los países han firmado acuerdos comerciales con diversos países y regiones; forman parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y todos, con excepción de Belice, han suscrito un tratado de libre comercio con Estados Unidos. Además, el Mercado Común Centroamericano (MCCA) ha sido un elemento que ha permitido integrar comercialmente a la región, que inició su integración formal desde el año 1958 con la suscripción del Tratado Multilateral de Libre Comercio e Integración Económica Centroamericana. Actualmente, Centroamérica negocia un acuerdo comercial con la Unión Europea y firmó un tratado de libre comercio (a nivel regional) con Estados Unidos (DR-CAFTA).

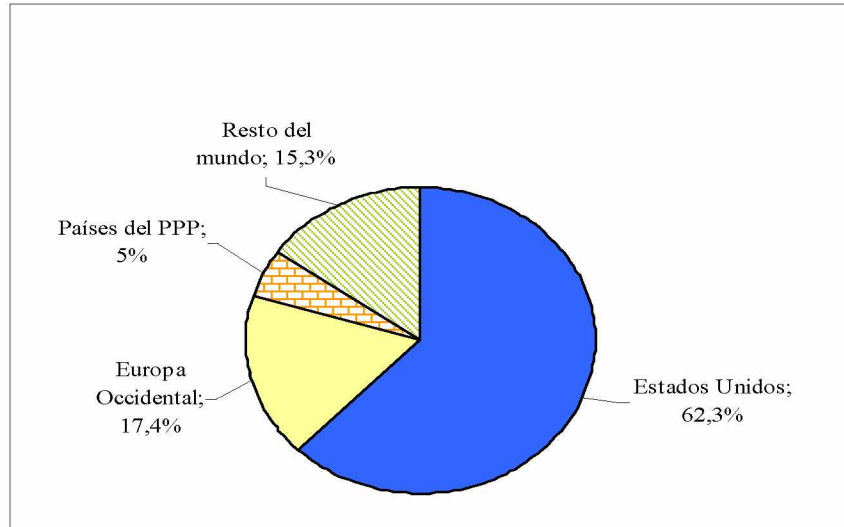
Por su parte, México ha suscrito 15 acuerdos y tratados comerciales, entre los que destacan el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUE). Además, tiene acuerdos comerciales con todos los países centroamericanos y uno con Colombia. Este último también tiene acuerdos comerciales con diversos países y regiones como el Acuerdo de Complementación Económica entre la Comunidad Andina y el MERCOSUR; el Sistema de Preferencias Generalizadas Andinas (SPG), que otorga preferencias arancelarias a casi la totalidad de sus exportaciones a la Unión Europea; acuerdos comerciales con algunos países de Centroamérica y el Caribe, y ha firmado un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

Belice es parte de la Comunidad del Caribe (CARICOM), que a su vez tiene tratados de libre comercio con Costa Rica y Panamá, y acuerdos preferenciales con Venezuela y Colombia. Panamá, por su parte, ha firmado tratados de libre comercio con Estados Unidos, Singapur y la provincia china de Taiwán, además de tener acuerdos preferenciales con varios países del PPP como México, Honduras, Guatemala y Costa Rica.

A pesar de los múltiples acuerdos y tratados que tienen los países del PPP, la mayoría de las exportaciones se dirigen hacia el mercado estadounidense. Los gráficos 1 y 2 muestran los principales destinos de las exportaciones en 1990 y en 2006. Como se aprecia, en 1990, 62,3% de las exportaciones de los países del PPP se realizaron hacia el mercado de Estados Unidos y 78,8% en 2006. Al mismo tiempo, la proporción de exportaciones hacia Europa Occidental y hacia los mismos países del PPP disminuyó.

Gráfico 1

**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAÍSES
DEL PPP, 1990 a/**

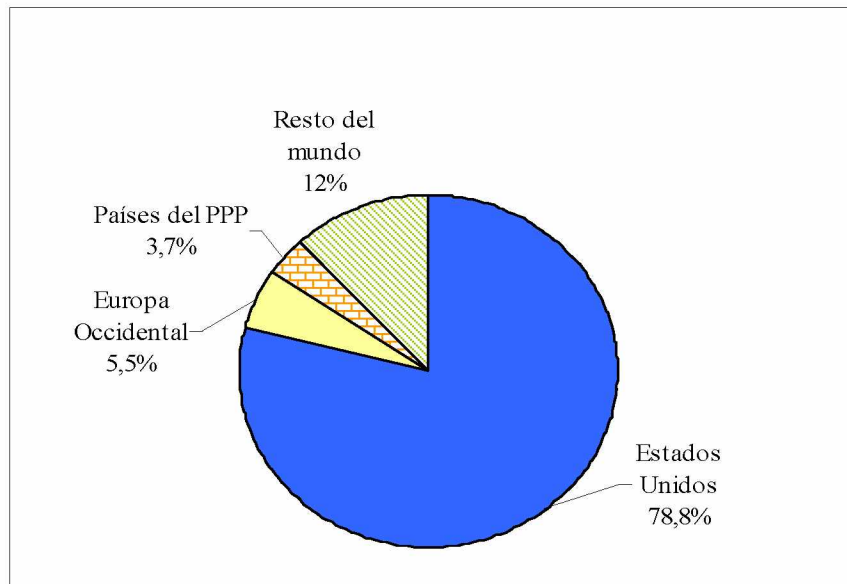


Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

Gráfico 2

**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAÍSES
DEL PPP, 2006 a/**



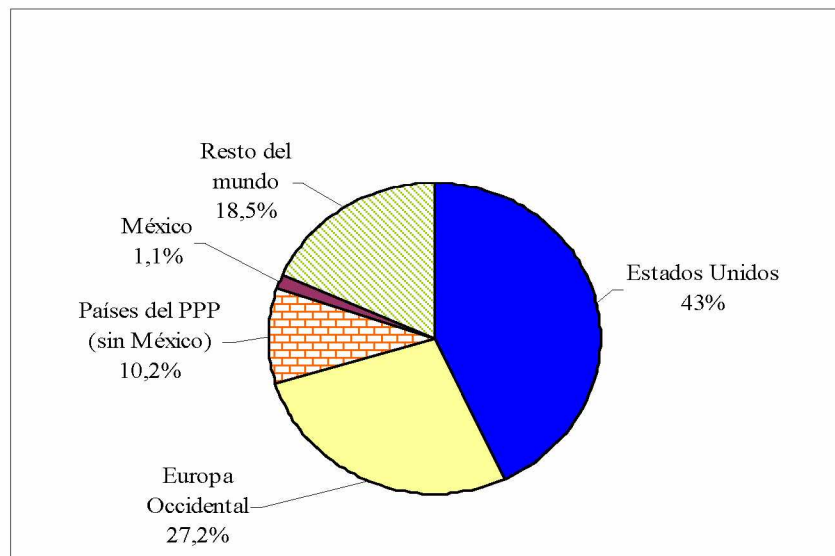
Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

Sin embargo, el peso de México en el total del comercio del área PPP es tan alto que sesga el análisis del comportamiento comercial de los países más pequeños. Si no se incluye a México dentro del grupo de países exportadores del PPP, se observa que las exportaciones a Estados Unidos representaron 43% de las totales en 1990, que disminuyeron a 40,4% en 2006. Asimismo, la proporción de exportaciones hacia Europa Occidental se redujo (véanse los gráficos 3 y 4). Por otra parte, la participación de las exportaciones hacia México dentro del total aumentó de 1,1% en 1990 a 2,9% en 2006, y las exportaciones a otros países del PPP (sin incluir a México) mantuvieron la misma participación en ese lapso (alrededor de 10%). Destaca el hecho de que la proporción de exportaciones hacia otros países del mundo se incrementó de 18,5% en 1990 a 31,9% en 2006. Las regiones más favorecidas por las exportaciones de los países del PPP (sin contar a México como exportador) son la Comunidad de Estados Andinos (al elevar el porcentaje del total de las exportaciones de 3,7% en 1990 a 12,5% en 2006) y el MERCOSUR (al subir de 0,8% a 9,7% en 1990 y 2006, respectivamente).

Gráfico 3

**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAÍSES DEL PPP, 1990 a/
(Sin México como país exportador)**

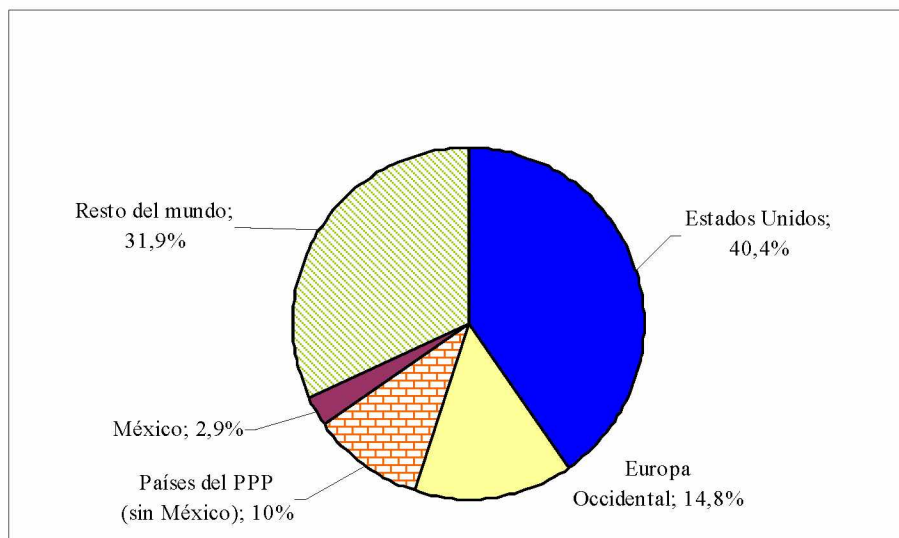


Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP considerados como exportadores en esta gráfica son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

Gráfico 4

**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAÍSES DEL PPP, 2006 a/
(Sin México como país exportador)**



Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP considerados como exportadores en esta gráfica son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

1. Comercio con Estados Unidos

Como ya se ha mencionado, Estados Unidos es el principal socio comercial de los países del PPP. Las exportaciones entre la región del PPP y Estados Unidos registraron un incremento importante entre los años 1990 y 2006 de 32,2% promedio anual y las importaciones crecieron a un ritmo de 22,5% promedio anual en el mismo período. El dinamismo de las exportaciones se demostró sobre todo en los años noventa, aunque en el período 2004-2006 se desaceleró a 12,8% promedio anual, una tasa de todas formas significativa. Por otra parte, las importaciones de los países del PPP provenientes de Estados Unidos también se desaceleraron en el último lapso al crecer a una tasa promedio anual de 11,4% ⁷ (véase el cuadro 1). El dinámico desempeño comercial es atribuible tanto a las preferencias comerciales con las que ha contado parte de la región del PPP desde los años ochenta, como a los tratados de libre comercio con Estados Unidos y los flujos de IED que llegaron a los sectores exportadores de estos países, precisamente para aprovechar las facilidades de exportación al mercado estadounidense.

Todo ello ha facilitado el posicionamiento de los países de la región en uno de los principales mercados del mundo y ha elevado la participación de mercado de algunos rubros de

⁷ El crecimiento del comercio (exportaciones e importaciones) con Estados Unidos fue alto en el período 2004-2006; sin embargo fue menor al crecimiento de las exportaciones de los países del PPP al mundo durante el mismo lapso (16,3% promedio anual) y que el de las importaciones de los países del PPP del mundo (16,8% promedio anual).

exportación. Sin embargo, aún existen retos en el corto y mediano plazo para los países de la región con respecto al comercio con Estados Unidos; por ejemplo, lograr una mayor diversificación de sus productos de exportación, así como incrementar el valor agregado de éstos.

En términos del balance comercial, en el cuadro 1 se puede observar que la región mantiene un saldo superavitario con Estados Unidos. Además, entre 2004 y 2006 el saldo positivo de la balanza comercial aumentó 16,6% en promedio anual. No obstante, si no se incluye a México dentro del grupo de países miembros del PPP, el saldo de la balanza comercial varía considerablemente. Aunque en 2004 y 2005 los países del PPP (excepto México) registraron una balanza comercial positiva con Estados Unidos, en 2006 fue negativa. En parte esto se debe a la apreciación de las divisas de los países de Centroamérica respecto del dólar estadounidense en 2006.

La participación de las exportaciones de los países del PPP en el total de las importaciones de Estados Unidos fue alrededor de 12% entre 2004 y 2006, porcentaje mayor al registrado a principios de los noventa cuando dicha cifra era cercana a 7%. Sin considerar a México, las importaciones de Estados Unidos de los países del PPP representaron en 2006 una cifra moderada de 1,28% muy similar a la de principios de la década de los noventa. Esto muestra que mientras México ha incrementado su participación de mercado en Estados Unidos, los demás países no han logrado aumentar esta participación de manera sustancial.

Cuadro 1

EVOLUCIÓN GENERAL DEL COMERCIO ENTRE ESTADOS UNIDOS Y PAÍSES DEL PLAN
PUEBLA-PANAMÁ, 1990-2006

	1990	1995	2000	2004	2005	2006
	Millones de dólares					
Exportaciones países PPP a Estados Unidos	36 141	71 684	155 045	176 728	192 942	222 092
Importaciones países PPP de Estados Unidos	34 324	58 458	126 296	128 639	139 968	158 077
Balance comercial	1 817	13 226	28 749	48 089	52 974	64 015
Exportaciones países PPP a Estados Unidos (sin México)	5 977	9 979	19 135	20 885	22 744	23 834
Importaciones países PPP de Estados Unidos (sin México)	5 948	12 146	14 575	17 864	19 919	23 909
Balance comercial	29	-2,67	4 560	3 021	2 825	-75
Exportaciones países del PPP/importaciones totales de Estados Unidos (con México) (%)	7,30	9,64	12,74	12,03	11,55	11,97
Exportaciones países del PPP/importaciones totales de Estados Unidos (sin México) (%)	1,21	1,34	1,57	1,42	1,36	1,28

Fuente: Elaboración propia con datos del Magic Plus, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

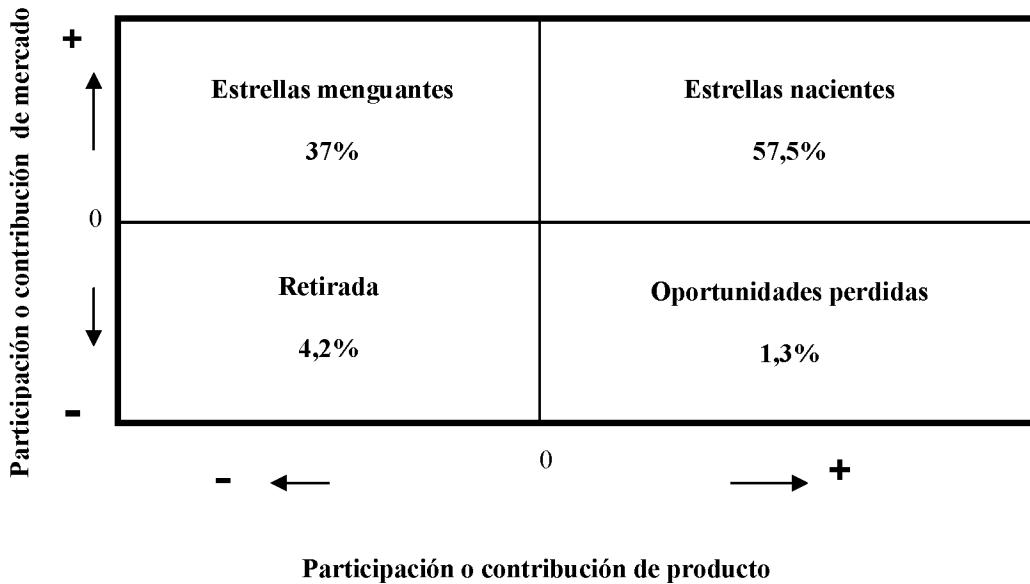
En el cuadro 2 se muestra la matriz de competitividad en la que se aprecia que 57,5% de las exportaciones de países del PPP fueron “estrellas nacientes”. Esto indica que más de la mitad de los productos que exportaron los países del PPP a Estados Unidos fueron productos que ese país demandó más relativamente ⁸ en 2006 que en 1990, además de que los países del PPP ganaron participación de mercado en ese mismo período. Existe también una presencia considerable de “estrellas menguantes” que representaron 37% del total de las exportaciones en 2006. En este caso, si bien los productos exportados por la región lograron una presencia mayor en el mercado de Estados Unidos, el crecimiento de dichos mercados es poco dinámico.

La mayoría de los principales productos de exportación de países del PPP a Estados Unidos, tanto en 1990 como en 2006, fueron manufacturados. Aun cuando en 1990 cinco de las principales 20 categorías eran artículos agrícolas o agropecuarios (café, bananas, animales bovinos, crustáceos y tomates), en 2006 ninguno de estos productos aparece en la lista de los principales 20 productos de exportación, y, en cambio, aparecen los bienes de confección como suéteres, trajes y t-shirts que no figuraban entre los 20 principales rubros de exportación en 1990.

A lo anterior hay que agregar que las exportaciones se encuentran altamente concentradas, ya que en 2006, 59,4% del total de exportaciones de la región PPP se agrupa en los 20 primeros productos.

Cuadro 2

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PAÍSES DEL PPP A ESTADOS UNIDOS, 1990 -2006 a/



Fuente: Elaboración propia con datos de Magic Plus, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

⁸ La mayor demanda relativa de estos productos indica que las importaciones de éstos crecieron por encima de la media de las importaciones totales de Estados Unidos.

Si se analizan los principales 20 rubros de exportación se puede observar que en todos ellos los países del PPP incrementaron su participación de mercado en Estados Unidos. Trece de estos productos pertenecen a sectores dinámicos (estrellas nacientes). Sobresalen especialmente artículos que no figuraban dentro de los principales rubros de exportación a principios de la década de los noventa y que no son bienes primarios. En el rubro de “estrellas nacientes” aparecen aparatos receptores de televisión, hilos y cables, máquinas automáticas para tratamiento de información, aparatos eléctricos de telefonía, asientos, instrumentos y aparatos de medicina, aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión, refrigeradores y motores eléctricos (véase el cuadro 3). Los siete renglones restantes dentro del grupo compuesto por los 20 principales productos son “estrellas menguantes”, entre los que se encuentran vehículos, partes de vehículos y productos textiles.

Los productos que han incrementado en mayor medida su participación de mercado (los vehículos automóviles para el transporte de mercancías, refrigeradores, t-shirts y motores eléctricos) son “estrellas nacientes”, salvo los vehículos para transporte de mercancías que son “estrellas menguantes”.

Cuadro 3

PAÍSES DEL PPP: MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS
EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS, 1990-2006 a/ b/

Código	Producto	Porcentaje de contribución c/	Tipología
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	15,46	Estrella naciente
8703	Automóviles y otros vehículos para transporte de personas	6,39	Estrella menguante
8528	Aparatos receptores de televisión, incluso con un aparato receptor de radiodifusión o un aparato de grabación o reproducción de sonido o de imagen incorporados; video monitores y video proyectores	6,36	Estrella naciente
8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705	4,15	Estrella menguante
8704	Vehículos automóviles para el transporte de mercancías	3,82	Estrella menguante
8544	Hilos, cables (incluidos los coaxiales) y demás conductores aislados para electricidad, aunque estén anodizados; cables de fibras ópticas constituidos por fibras enfundadas individualmente, incluso con conductores eléctricos o piezas de conexión	3,28	Estrella naciente
8471	Máquinas automáticas para tratamiento de información y sus unidades; lectores magnéticos y ópticos, máquinas para proceso de esta información codificada, no expresadas ni comprendidas en otras partidas	2,51	Estrella naciente
9801	Exportaciones de artículos importados para reparaciones, importaciones de artículos exportados y regresados, importaciones de animales exportados y regresados	2,20	Estrella menguante

/Continúa

Cuadro 3 (Conclusión)

Código	Producto	Porcentaje de contribución c/	Tipología
8517	Aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos, incluidos los teléfonos de abonado de auricular (combinado con micrófono) inalámbrico y los aparatos para telecomunicación por corriente portadora o telecomunicación numérica (digital) videófon	1,71	Estrella naciente
9401	Asientos (con exclusión de los de la partida 9402), incluso los transformables en cama, y sus partes	1,66	Estrella naciente
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos; preparaciones n.c.o.p. con un contenido de aceites de petróleo o de minerales bituminosos \geq al 70 % en peso, en las que estos aceites constituyan el elemento base	1,52	Estrella naciente
9018	Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de escintigrafía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales	1,39	Estrella naciente
8525	Aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión, incluso con un aparato receptor o un aparato de grabación o reproducción de sonido, incorporados; cámaras de televisión; videocámaras, incluidas las de imagen fija	1,30	Estrella naciente
9999	Objetos recuperados; estimado de transacciones de importaciones de bajo valor	1,28	Estrella naciente
6110	Suéteres, jerseys, «pullovers», «cardigans», chalecos y artículos similares, incluso con cuello de cisne, de punto	1,17	Estrella menguante
6203	Trajos o ternos, conjuntos, chaquetas, pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos (excepto los de baño), para hombres o niños	1,15	Estrella menguante
8418	Refrigeradores, congeladores-conservadores y demás material, máquinas y aparatos para la producción de frío, aunque no sean eléctricos; bombas de calor, excepto los acondicionadores de aire de la partida 8415	1,11	Estrella naciente
8536	Aparatos para el corte, seccionamiento, protección, derivación, empalme o conexión	1,04	Estrella menguante
8501	Motores y generadores, eléctricos, con exclusión de los grupos electrógenos	0,94	Estrella naciente
6109	T-shirts y camisetas de punto	0,93	Estrella naciente

Fuente: Elaboración propia con datos de MAGIC Plus (2008).

a/ Año base 2006.

b/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

c/ El porcentaje de contribución se refiere a la contribución de un rubro a las exportaciones totales de la región del PPP a Estados Unidos.

2. Comercio con Europa Occidental

El comercio entre los países del PPP y Europa Occidental es considerablemente menor que el que se tiene con Estados Unidos, pero ha ido en aumento paulatinamente. Las exportaciones entre los países del PPP y Europa Occidental crecieron a un ritmo de 9,1% promedio anual entre 1990 y

2006 y las importaciones a un ritmo mayor al incrementarse 21,9% promedio anual en el mismo lapso. En contraste con el período 1990-2006, en 2004-2006 el crecimiento promedio anual de las exportaciones fue mayor que el de las importaciones. Así, las exportaciones de los países del PPP a Europa se expandieron 23,2%, promedio anual, entre 2004 y 2006. Durante este mismo período las importaciones de países del PPP provenientes de Europa también se elevaron 17,8%, promedio anual. Sin incluir a México, las exportaciones de países del PPP a Europa crecieron en promedio 25,9% anual entre 2004 y 2006 y las importaciones, 21,1%, promedio anual. A pesar de que en los últimos años las exportaciones hacia Europa Occidental han crecido más vigorosamente que las importaciones, la región en su conjunto mantiene un déficit comercial con esa zona (véase el cuadro 4). De hecho, a diferencia de lo que ocurre en comparación con el comercio entre los países del PPP y Estados Unidos, el déficit comercial del PPP (México incluido) es mucho mayor que sin México.

Cuadro 4

EVOLUCIÓN GENERAL DEL COMERCIO ENTRE EUROPA OCCIDENTAL Y PAÍSES DEL PLAN PUEBLA-PANAMÁ, 1990-2006

	1990	1995	2000	2004	2005	2006
	Millones de dólares					
Exportaciones países PPP a Europa	6 499	8 589	9 355	10 927	13 411	15 999
Importaciones países PPP de Europa	7 864	11 565	19 059	26 151	31 484	35 481
Balance comercial	-1 365	-2 976	-9 704	-15 224	-18 073	-19 482
Exportaciones países PPP a Europa (sin México)	3 018	4 629	3 559	3 828	4 815	5 809
Importaciones países PPP de Europa (sin México)	2 472	4 419	3 940	5 043	6 333	7 168
Balance comercial	546	210	-381	-1 215	-1 518	-1 359
Exportaciones países del PPP/importaciones totales de Europa (con México) (%)	0,39	0,42	0,43	0,34	0,38	0,40
Exportaciones países del PPP/importaciones totales de Europa (sin México) (%)	0,18	0,23	0,16	0,12	0,14	0,14

Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

En lo que se refiere a la participación de las exportaciones de países del PPP en el mercado europeo, ésta ha mantenido niveles muy bajos (alrededor de 0,4% del total de las importaciones de Europa). Sin embargo, la región tendría la oportunidad de introducir una mayor variedad de productos y un mayor volumen si se llegara a firmar el acuerdo comercial que Centroamérica está negociando con la Unión Europea.

El análisis de la competitividad de las exportaciones de países miembros del PPP a Europa Occidental muestra que la tipología de productos con mayor peso porcentual son las “estrellas nacientes” que representaron 40,4% de las exportaciones en 2006. En segundo lugar se ubicaron las “estrellas menguantes” con 28,1% (véase el cuadro 5). La suma de estas dos categorías indica que 68,5% de las exportaciones de los países del PPP aumentaron su participación de mercado en 2006 comparado con 1990. Sin embargo, 15,2% de los productos fueron “oportunidades perdidas” (rubros cuya demanda relativa en Europa aumenta y no fueron aprovechados por los países del PPP), lo que podría ser una oportunidad futura para los países de la región.

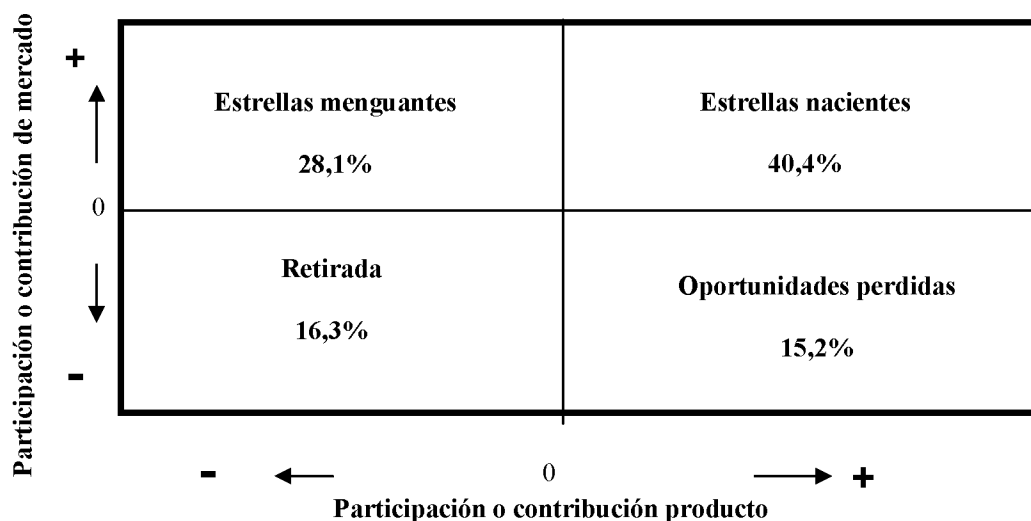
El cuadro 6 permite analizar con mayor detalle los principales rubros de exportación. En un principio se nota una alta concentración de las exportaciones en pocos rubros. Los seis principales productos de exportación representaron en su conjunto 52% del total de las exportaciones de los países del PPP a Europa. Entre estos productos, dos son “estrellas nacientes” (microcircuitos y automóviles). También se puede identificar que entre los principales 20 rubros de exportación existen ocho productos primarios que en suma representan 41,1% del total de las exportaciones. Esto contrasta con el tipo de exportaciones que los países del PPP realizan a Estados Unidos, ya que entre los veinte principales rubros de exportación a ese mercado sólo hay un producto primario (aceites crudos de petróleo) en 2006. De todas formas, se nota claramente un cambio en la estructura de exportaciones de la región PPP a Europa. Los microcircuitos electrónicos fueron el principal rubro de exportación en 2006 y representaron 11,8% de las exportaciones; los automóviles, 5,3%; partes y accesorios para máquinas 2,3%, e instrumental médico, 2,1%.

Con referencia a la tipología de los principales 20 rubros de exportación se encuentran 10 “estrellas nacientes”, entre los que destacan los microcircuitos electrónicos, automóviles y otros productos manufacturados. Existen cinco “estrellas menguantes”, cuatro de ellas constituyen productos primarios. En el rubro de “oportunidades perdidas” están el petróleo y partes de vehículos⁹ y en las “retiradas” se encuentran bananas y café.

⁹ El petróleo y partes de vehículos son rubros de exportación, que sólo son relevantes para México.

Cuadro 5

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PAÍSES DEL PPP
A EUROPA OCCIDENTAL, 1990 -2006



Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

Cuadro 6

PAÍSES DEL PPP: MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRINCIPALES
PRODUCTOS EXPORTADOS A EUROPA OCCIDENTAL,
1990-2006 a/ b/

Código	Producto	Porcentaje de contribución c/	Tipología
7764	Microcircuitos electrónicos	11,79	Estrella naciente
3330	Petróleo y sus derivados	11,66	Oportunidad perdida
0573	Bananas	11,19	Retirada
3222	Carbón y otros	6,50	Estrella menguante
0711	Café	5,50	Retirada
7810	Automóviles	5,33	Estrella naciente
0579	Frutas, frescas o deshidratadas	3,11	Estrella menguante
7599	Partes y accesorios para máquinas	2,31	Estrella naciente
8720	Instrumental médico	2,14	Estrella naciente
6716	Ferroaleaciones	1,75	Estrella menguante
7721	Aparatos eléctricos	1,36	Estrella naciente
2927	Flores y follaje	1,29	Estrella menguante
7641	Aparatos telegráficos y telefónicos	1,23	Estrella naciente
7528	Equipo de procesamiento de datos	1,21	Estrella naciente
0360	Crustáceos y moluscos	1,05	Estrella naciente
7932	Botes y embarcaciones	0,87	Retirada

/Continúa

Cuadro 6 (Conclusión)

Código	Producto	Porcentaje de contribución c/	Tipología
0371	Pescado, preparado o en conserva	0,82	Estrella menguante
9310	Transacciones especiales y bienes no clasificados	0,81	Estrella naciente
7849	Partes y accesorios de vehículos automotores	0,80	Oportunidad perdida
7649	Partes y accesorios de equipos	0,80	Estrella naciente

Fuente: Elaboración propia con datos de WITS (2008).

a/ Año base 2006.

b/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

c/ El porcentaje de contribución se refiere a la contribución de un rubro a las exportaciones totales de la región PPP.

3. Comercio intrarregional

El comercio intrarregional es menor que el que existe con Europa Occidental y con Estados Unidos. Sin embargo, las exportaciones intrarregionales aumentaron 29,1% promedio anual entre 1990 y 2006, cifra comparable con el crecimiento anual promedio de las exportaciones a Estados Unidos durante esos años. En el período 2004-2006 el ritmo de crecimiento de las exportaciones intrarregionales se ralentizó al registrar un incremento promedio anual de 14,1%, tasa superior a la de las exportaciones hacia Estados Unidos, pero inferior a la tasa de crecimiento de las exportaciones hacia Europa Occidental en el período mencionado. Además, en términos relativos, la participación de mercado de las exportaciones de países del PPP en el mercado intrarregional disminuyó (véase el cuadro 7). En 1990 las exportaciones intrarregionales alcanzaron 4,3% del total importado y su participación disminuyó al situarse en 3,3% en 2006. Por lo tanto, aunque las exportaciones en términos absolutos han aumentado, en términos relativos existe un retroceso en la participación de mercado.

Cuadro 7

EVOLUCIÓN GENERAL DEL COMERCIO INTRARREGIONAL, 1990-2006

(Millones de dólares)

	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Exportaciones intrarregionales	1 875	3 610	6 163	8 276	10 817	10 611
Participación de exportaciones de países del PPP en las importaciones globales totales (%)	4,34	3,58	2,96	3,44	3,87	3,30

Fuente: WITS (2008).

El análisis de la balanza comercial de cada país miembro del PPP del comercio intrarregional entre 2004–2006 muestra que la mayoría de los países registran déficit. Costa Rica en 2004 y 2005 tuvo un superávit en 2004 y 2005, y Colombia uno en 2004. En los últimos años, México ha sido el que mejor ha aprovechado el mercado regional, ya que es mayor exportador; su balanza comercial es positiva y el superávit ha crecido con el tiempo (véase el cuadro 8).

Cuadro 8

BALANZA COMERCIAL POR PAÍS DEL COMERCIO
INTRARREGIONAL, 2004-2006 a/

(Millones de dólares)

	2004	2005	2006
Belice	-85,35	-94,76	-152 55
Colombia	190 49	-932 63	-1,752 51
Costa Rica	134.30	168 84	-245 84
El Salvador	-611 46	-752 35	-871 96
Guatemala	-540 85	-186 73	-599 91
Honduras	-673 61	-933 90	-927 10
México	682 21	2 234 17	3,416 76
Nicaragua	-392 71	-467 20	-631 28
Panamá	n.d.	-508 71	-589 08

Fuente: Elaboración propia con datos de WITS (2008).

- a/ La sumatoria del balance comercial agregado intrarregional de todos los países debe ser cero. Los datos han sido obtenidos de WITS y la posible causa de que la sumatoria no sea cero se debe a errores y omisiones en los datos de comercio reportados.
n.d. = No disponible.

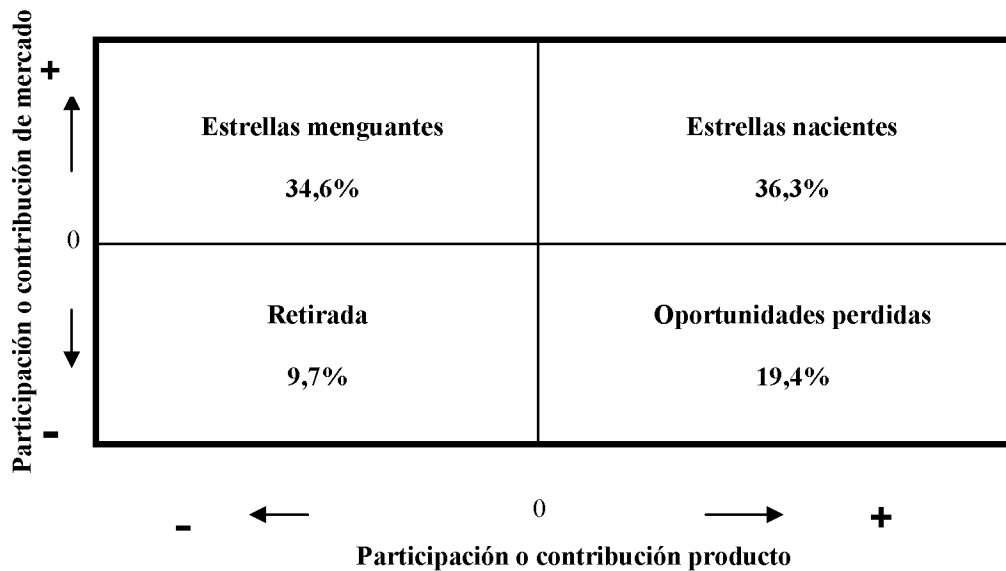
Con relación a la competitividad de las exportaciones, la categoría con mayor peso en las exportaciones es la de “estrellas nacientes”, si bien la diferencia con “estrellas menguantes” es mínima. Entre las “estrellas nacientes” destacan rubros como equipo de telecomunicaciones, productos de polimerización y perfumería y cosméticos. Por otra parte, se observa una presencia alta de “oportunidades perdidas”, principalmente en los productos farmacéuticos (véase el cuadro 9).

Entre los principales artículos de exportación intrarregional se observa que predominan bienes manufacturados. Sólo uno entre los primeros 20 productos de exportación es un bien primario (petróleo). En 2006 los dos primeros productos de exportación eran equipo de telecomunicaciones y televisores, que no figuraban aún entre los primeros 20 rubros de exportación intrarregional en 1990. También resalta que el porcentaje de contribución que hizo el sector farmacéutico a las exportaciones disminuyó en 2006 respecto del registrado en 1990 y se cataloga como una “oportunidad perdida” (véase el cuadro 10.) Otras “oportunidades perdidas” son los artículos de plástico, cable y alambre recubierto, preparaciones alimenticias, automóviles, pinturas y lacas, y ropa y accesorios (véase el cuadro 10).

En el comercio intrarregional destaca la mayor diversidad de productos intercambiados en comparación con las exportaciones que realiza la región a Estados Unidos o a Europa. Ello se refleja en el hecho de que los primeros 20 rubros de exportación explicaran el 35,3% de las exportaciones intrarregionales en 2006, mientras que la concentración era mayor para las exportaciones dirigidas a las otras dos regiones. Sin embargo, la presencia de varios rubros considerados como “oportunidades perdidas” constituye un reto para aprovechar mejor los mercados en el futuro.

Cuadro 9

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES
INTRARREGIONALES DE PAÍSES DEL PPP, 1990-2006 a/



Fuente: Elaboración propia con datos de WITS, 2008.

a/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

Cuadro 10

PAÍSES DEL PPP: MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRINCIPALES
PRODUCTOS EXPORTADOS INTRAREGIONALMENTE,
1990-2006 a/ b/ c/

Código	Producto	Porcentaje de contribución	Tipología
7249	Equipo de telecomunicaciones	3,48	Estrella naciente
7241	Televisores	3,44	Estrella menguante
5417	Medicamentos	3,03	Oportunidad perdida
5812	Productos de polimerización	3,03	Estrella naciente
3310	Petróleo crudo y parcialmente refinado	2,23	Estrella menguante
5530	Perfumería y cosméticos	2,15	Estrella naciente
7325	Tractores y tractocamiones	1,98	Estrella menguante
8930	Artículos de materiales plásticos artificiales	1,41	Oportunidad perdida
7231	Cable y alambre recubierto	1,22	Oportunidad perdida
990	Preparaciones alimenticias	1,15	Oportunidad perdida
7143	Máquinas automáticas para tratamiento de información	1,02	Estrella naciente
4222	Aceite de palma	1,01	Estrella menguante
5992	Insecticidas, fungicidas y desinfectantes	1	Retirada
7321	Automóviles	0,99	Oportunidad perdida
5125	Ácidos y derivados halogenados	0,99	Retirada
7250	Equipo electrodoméstico	0,91	Estrella menguante
6748	Chapas metálicas cubiertas de hierro o acero	0,90	Estrella menguante
6429	Artículos de papel o pulpa de papel	0,87	Estrella menguante
5333	Pinturas y lacas	0,83	Oportunidad perdida
8414	Ropa y accesorios	35,28	Oportunidad perdida

Fuente: Elaboración propia con datos de WITS (2008).

a/ Año base 2006.

b/ Los países del PPP son Belice, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

c/ El porcentaje de contribución se refiere a la contribución de un rubro a las exportaciones totales de la región PPP.

4. Participación de mercado de exportaciones por región

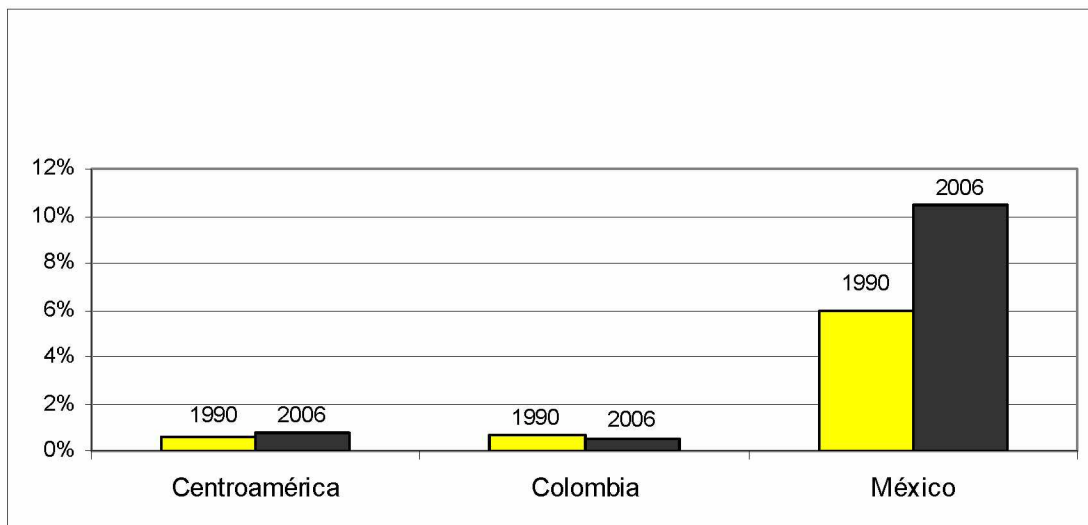
Los principales avances en la participación de mercado de los países del PPP se dieron en el mercado estadounidense en el período 1990-2006. Sin embargo, se debe considerar que otros países alcanzaron una presencia aún mayor en dicho mercado durante el mismo período. Por ejemplo, las importaciones provenientes de China representaron 3,1% en 1990 y 16% en 2006.

En el capítulo II se mostró un aumento de la participación de mercado de los países PPP en Estados Unidos, un estancamiento para Europa Occidental y un retroceso en el mercado intrarregional. En el siguiente capítulo se hace un análisis más detallado para identificar qué países del PPP realmente han sido protagonistas en el desempeño comercial en sus mercados de exportación más importantes. Para hacer dicho estudio se crean tres bloques: uno formado por los países de Centroamérica, otro por México y un tercero por Colombia. Como se puede apreciar en el gráfico 5, México fue el propulsor de la participación de mercado de la región en Estados Unidos al pasar de 6% a 10,4% entre 1990 y 2006. Centroamérica aumentó su participación de mercado de 0,6% a 0,8% y Colombia en cambio disminuyó su presencia de 0,7% a 0,5% en el mismo período.

En lo que se refiere a la participación de mercado en Europa Occidental se nota que Centroamérica redujo su peso en el mercado de 0,18% a 0,17% entre 1990 y 2006; Colombia también retrocedió de 0,12% a 0,10%, y México, en cambio, elevó su participación de 0,24% a 0,32% dentro del total. A pesar de estos avances, todavía se observa que los porcentajes son muy bajos (véase el gráfico 6).

Gráfico 5

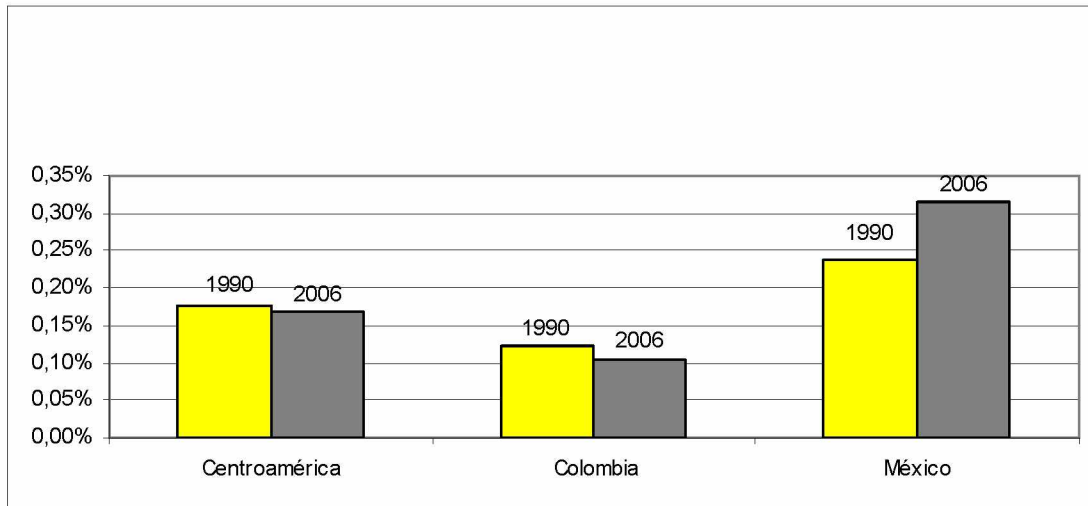
PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE CENTROAMÉRICA, COLOMBIA Y MÉXICO EN ESTADOS UNIDOS, 1990-2006



Fuente: Elaboración propia con datos de WITS 2008.

Gráfico 6

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE CENTROAMÉRICA, COLOMBIA Y MÉXICO
EN EUROPA OCCIDENTAL, 1990-2006**



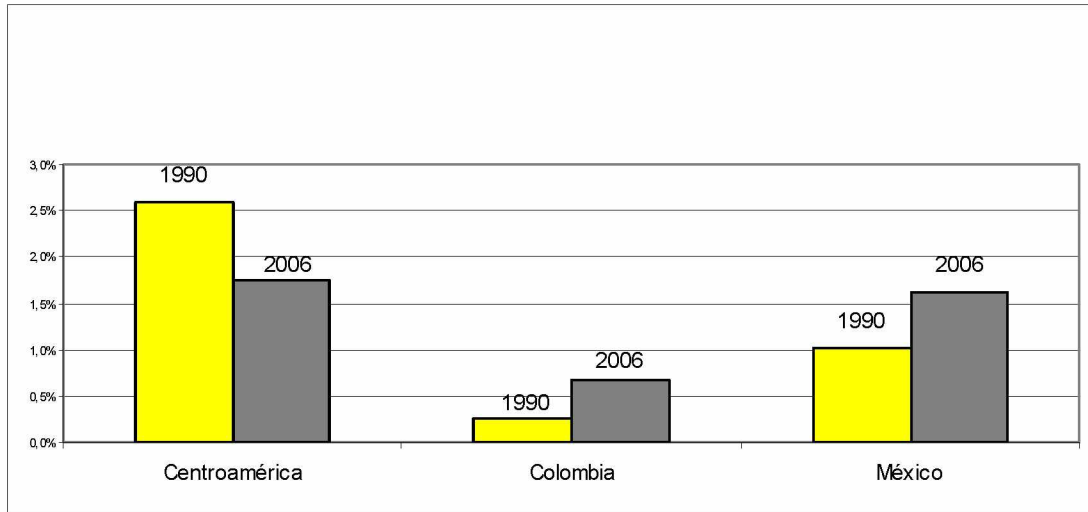
Fuente: Elaboración propia con datos de WITS 2008.

Entre 1990 y 2006, dentro del mercado intrarregional, la participación de Colombia aumentó de 0,2% a 0,7% y la de México de 1% a 1,6%. Por el contrario, la de Centroamérica se redujo de 2,6% a 1,7% (véase el gráfico 7). Sin embargo, si se analiza exclusivamente la región de Centroamérica se observa que la participación de sus exportaciones dentro de su propio mercado es importante y ascendió de 17,6% a 19,7% entre 1990 y 2006. También resalta el incremento de la participación de mercado de México en esa región, que creció de 4% a 7,4% así como la de Colombia que subió de 0,9% a 1,9% en el mismo período. Por el contrario, la participación de mercado de los países centroamericanos en México disminuyó de 0,9% a 0,5%, mientras que la de Colombia aumentó de 0,1% a 0,3% entre 1990 y 2006. La participación de mercado de Centroamérica en el mercado de Colombia descendió de 1,5% a 0,7%, mientras que la de México se elevó de 1,5% a 8,8%. Como se puede apreciar, la participación de México creció tanto en el mercado de Centroamérica como en el de Colombia, mientras que la de Centroamérica y Colombia en México disminuyó y aumentó muy poco, respectivamente.

El caso de la participación de mercado de China en el mercado del PPP tiene especial interés, ya que destaca la importante expansión de ese país en el mercado mundial. El gráfico 8 permite observar que la participación de mercado de China en Centroamérica, Colombia y México creció sustancialmente. En 2006, la participación de las exportaciones chinas a esos mercados alcanzaron 4,6% en Centroamérica, 8,5% en Colombia y 9,6% en México. En contraste, Centroamérica incrementó su participación de mercado en China de 0% a 0,2% entre 1990 y 2006, México pasó de 0,2% a 0,3%, mientras que Colombia mantuvo una participación prácticamente nula en ese período.

Gráfico 7

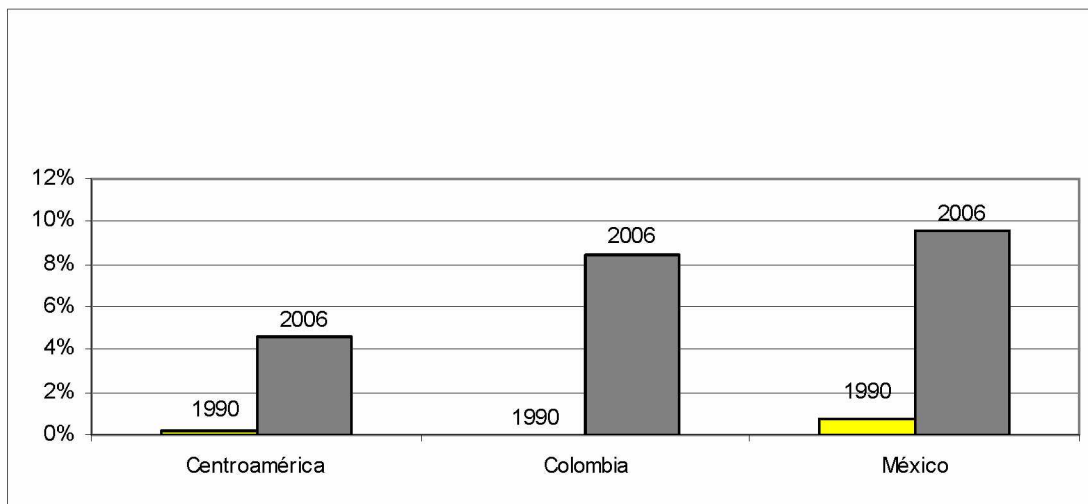
**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE CENTROAMÉRICA, COLOMBIA Y MÉXICO
EN EL MERCADO INTRARREGIONAL, 1990-2006**



Fuente: Elaboración propia con datos de WITS 2008.

Gráfico 8

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE CHINA EN CENTROAMÉRICA, COLOMBIA
Y MÉXICO, 1990-2006**



Fuente: Elaboración propia con datos de WITS 2008.

III. CONCLUSIONES

La competitividad de los países de la región del PPP es un tema prioritario en esta fase de su desarrollo, en el que han apostado tanto a la inserción internacional como a la apertura comercial. Así, los gobiernos se enfrentan con el reto de competir en los mercados internacionales y de diseñar políticas que ayuden a los productores nacionales a lograrlo. Por todo lo anterior, disponer de herramientas que faciliten la identificación de los mercados más dinámicos, así como de los principales países competidores, la participación de mercado de productos específicos, los cambios en la demanda, entre otros rubros, es de gran utilidad para el análisis de la competitividad. Las herramientas que la CEPAL ha desarrollado (TradeCAN y MAGIC Plus), además de instrumentos como el WITS, permiten medir precisamente estas variables a fin de analizar con detalle la competitividad revelada de los productos de exportación. Este estudio ha utilizado algunas de las principales funcionalidades de dichas herramientas para realizar los análisis de competitividad de los países miembros del PPP.

Es necesario reconocer que las economías de los países del PPP son muy heterogéneas y el peso comercial que México tiene en la región del PPP es elevado, por lo que la comparación entre los países se vuelve más complicada. Es cierto que los países del PPP, en general, han experimentado un crecimiento comercial importante en el período 1990–2006, pero las asimetrías dentro de la región no se han superado y México ha sido el país más favorecido por la relación con los demás países del PPP. No sólo el valor de sus exportaciones a la región ha sido mayor que el de cualquier otro de sus miembros, sino que, además, su saldo de la balanza comercial ha sido positivo durante los últimos años (2004–2006), mientras que el de sus socios comerciales del PPP es negativo.

En lo que se refiere al destino de las exportaciones, Estados Unidos es el principal socio comercial de la zona y entre los años 1990 y 2006 las exportaciones a ese país han crecido 32,2% promedio anual, principalmente debido a la expansión de las exportaciones de México. Como se señaló, los productos manufacturados son los principales rubros de exportación de los países del PPP a Estados Unidos y, entre éstos, varios bienes del ramo de la confección. Las exportaciones a Estados Unidos están concentradas en gran manera, ya que 59,3% de su valor corresponde a sólo 20 productos en 2006 (cifra cercana a la registrada en 1990, de 57,3%). Vale la pena mencionar que, si se excluye a México, las exportaciones de la región se concentran menos en el mercado de Estados Unidos. Por otra parte, si bien la participación de mercado de los países del PPP en Estados Unidos aumentó de 7,3% a 12% entre 1990 y 2006, otros países han logrado incrementarla en mayor medida, como China, que pasó de 3,1% en 1990 a 16% en 2006.

A diferencia de que las exportaciones de los países del PPP a Estados Unidos son esencialmente manufactureras, los principales rubros de exportación a Europa Occidental incluyen varios productos agrícolas como café, bananas, frutas, flores y crustáceos. También en este caso se presenta una alta concentración entre los primeros 20 rubros de exportación. Poco más de la mitad de las exportaciones a Europa Occidental en 2006 se explica por los primeros seis productos de exportación. Estos dos factores, la alta concentración en pocos productos y el importante peso de productos con menor valor agregado en la canasta de las exportaciones

constituyen a la vez un reto y una oportunidad para que los países mejoren su participación en el mercado de la Unión Europea. México ya ha suscrito un acuerdo comercial con esa zona y si los países de Centroamérica llegan a firmar el propio se podrían ampliar las posibilidades para que la región tenga una mayor penetración de mercado en Europa.

Las exportaciones intrarregionales están compuestas principalmente por productos manufacturados. Al comparar el comercio intrarregional con el que tienen con Estados Unidos y Europa, se nota una mayor diversificación de las exportaciones. Sin embargo, el comercio intrarregional dentro del PPP es limitado (aunque el comercio intracentroamericano es una excepción, ya que cerca del 20% de las exportaciones se destinan a esa misma región). Se advierten buenas posibilidades para ampliar el comercio dentro de la zona PPP, ya que existen varios productos clasificados como “oportunidades perdidas” que tal vez podrían convertirse en “estrellas nacientes” si se hace un esfuerzo por exportarlos más.

Asimismo, dentro de la agenda comercial futura existen desafíos importantes para los países del PPP como buscar mejores reglas de acceso al mercado de la Unión Europea, implementar y aprovechar el DR-CAFTA, profundizar las normas de acumulación de origen regionales, facilitar el comercio, así como la profundización del comercio intrarregional. Igualmente es importante explorar el potencial comercial de otros mercados de exportación; por ejemplo, de otros países del continente americano, como la Comunidad de Estados Andinos y el MERCOSUR y de otras regiones. Por otra parte, el mercado de China presenta una oportunidad comercial interesante para exportar y los países del PPP deben considerar, que si bien China ha aumentado sus exportaciones en gran medida a los países del área, éstos no han hecho una incursión significativa en los mercados asiáticos.

En este estudio se han identificado avances en materia de competitividad, especialmente con una mayor participación de productos manufacturados dinámicos, pero también con incrementos en la participación de mercado de algunos productos primarios también dinámicos. Las oportunidades para incrementar la participación de mercado en varios productos son aún amplias —así lo demuestra el porcentaje de participación de productos catalogados como “oportunidades perdidas”—, pero es necesario diseñar políticas públicas que refuercen las capacidades microeconómicas para poder competir.

BIBLIOGRAFÍA

- Balassa, B. (1965), "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage," Manchester School of Economic and Social Studies, 33, 99-123.
- Banco Mundial y UNCTAD (2008), WITS, Base de datos.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2008), *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe, 2007*.
- _____ (2008a), MAGIC PLUS, Base de datos (<http://www.cepal.org/magic/>).
- _____ (2006), TRADE CAN, Base de datos.
- _____ (2003), *Istmo Centroamericano: Competitividad e integración regional, 2001-2003*.
- Dussel, E. (2004), "Propuestas de política para mejorar la competitividad y la diversificación de la industria maquiladora de exportación en Honduras, ante los retos del CAFTA, Competitividad Centroamericana", *Serie Estudios y Perspectivas* N° 24, CEPAL/México.
- _____ (2001), "Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología CAN y MAGIC". *Serie Estudios y Perspectivas*, N° 1, CEPAL/México.
- Martínez Piva, J. M., Cortés, E. (2004) "Competitividad Centroamericana", *Serie Estudios y Perspectivas*, N° 21, CEPAL/México.
- Máttar, J. (1996), "Desempeño exportador y competitividad internacional: algunos ejercicios CAN para México", *Comercio Exterior*, vol. 46, N° 3, México, marzo.
- Mortimore, M. (2003), "Ilusory competitiveness: the apparel assembly model of the Caribbean Basin", *Serie Desarrollo Productivo* N° 141, CEPAL, Santiago de Chile.
- Mortimore M., J. L. Bonifaz y J. Duarte (1997), "La competitividad internacional: un análisis de las experiencias de Asia en desarrollo y América Latina", *Serie Desarrollo Productivo* N° 40, Santiago de Chile, marzo.
- Mortimore, M., Buitelaar, M. y Bonifaz, J. L. (2000), "México: un análisis de su competitividad internacional", *Serie Desarrollo Productivo* N° 62, Santiago de Chile, marzo.

Mortimore, M. y Peres, W. (2001), “La competitividad empresarial en América Latina y el Caribe”, *Revista de la CEPAL*, N° 74, agosto.

Peres, W. (1994), “Políticas de competitividad”, *Revista de la CEPAL*, N° 53, agosto.