



Manual de uso

Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional

Martha Cordero



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Gracias por su interés en esta publicación de la CEPAL



Si desea recibir información oportuna sobre nuestros productos editoriales y actividades, le invitamos a registrarse. Podrá definir sus áreas de interés y acceder a nuestros productos en otros formatos.

 www.cepal.org/es/publications

 www.cepal.org/apps



Manual de uso

Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional

Martha Cordero



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Este manual fue redactado por Martha Cordero, Asistente Senior de Asuntos Económicos, bajo la supervisión de Jorge Mario Martínez, Jefe de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la sede subregional de la CEPAL en México.

El desarrollo de la nueva arquitectura del MAGIC estuvo a cargo del Consultor Jorge Morfin y su equipo de trabajo, bajo la supervisión de Andrés Yáñez, Asistente Senior de Estadísticas de la División de Estadísticas de la CEPAL en Santiago de Chile, y de Martha Cordero, de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la sede subregional de la CEPAL en México. Se agradece el apoyo recibido por parte de Claudio Robledo, Jaime de la Jara y Raúl Antonio Guzmán, Funcionarios de la Sección de Tecnologías de Información y Comunicaciones de la CEPAL en Santiago de Chile, para el desarrollo del MAGIC.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

Delimitación de responsabilidades: la CEPAL no se hace responsable de eventuales errores de origen que pueda contener la base de datos o el programa computacional, como tampoco asumirá responsabilidad alguna por las consecuencias de cualquier uso o interpretación que se haga del MAGIC. La CEPAL mantiene la integridad de los datos provenientes del Censo de los Estados Unidos, la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y del Sistema de Estadísticas de Comercio de Mercancías de las Naciones Unidas (UN Comtrade). Las denominaciones de los países, productos y otras terminologías no implican ningún juicio de valor de parte de la CEPAL como tampoco el reconocimiento formal de la situación legal de países, regiones o autoridades, ni de sus fronteras o límites.

Notas explicativas:

- La coma (,) se usa para separar los decimales.
- La palabra "dólares" se refiere a dólares de los Estados Unidos, salvo cuando se indique lo contrario.

Publicación de las Naciones Unidas
LC/MEX/TS.2021/9/-*
Distribución: L
Copyright © Naciones Unidas, 2021
Todos los derechos reservados
Impreso en Naciones Unidas, Santiago

Esta publicación debe citarse como: M. Cordero, *Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC): Manual de uso* (LC/MEX/TS.2021/9/-*), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Documentos y Publicaciones, publicaciones.cepal@un.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

Índice

Resumen.....	7
Introducción	9
Capítulo I. Requisitos.....	13
Capítulo II. Mapa inicial del MAGIC	17
Capítulo III. Módulos de consulta en el MAGIC.....	19
A. Módulo perfiles comerciales	20
1. Submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	20
2. Submódulo perfiles comerciales por producto.....	27
B. Módulo análisis de competitividad.....	33
1. Submódulo análisis de competitividad por país.....	34
2. Submódulo análisis de competitividad por producto.....	46
3. Submódulo análisis de competitividad por indicador	53
C. Módulo cargos al comercio	58
1. Submódulo cargos al comercio por país	58
2. Submódulo cargos al comercio por producto.....	62
Anexos	67
Anexo 1. Glosario.....	68
Anexo 2. Interpretación de las unidades de volumen.....	72
Anexo 3. Identificación y solución de problemas técnicos	76
Anexo 4. Fórmulas de los indicadores incluidos en el MAGIC	77

Cuadro

Cuadro 1	Centroamérica: tipología de producto de productos seleccionados en sus importaciones desde el MCCA, 2000 y 2010	44
----------	---	----

Gráficos

Gráfico 1	Estados Unidos: descomposición el cambio de las importaciones desde China y México de termómetros clínicos, 2015 y 2018 (promedio móvil).....	52
Gráfico 2	Estados Unidos: medios de transporte utilizados en las importaciones desde El Salvador, 2019.	61

Diagramas

Diagrama 1	Nuevo MAGIC: módulos y submódulos.....	19
Diagrama 2	Tipología de producto: cambio en la participación de mercado	42
Diagrama 3	Tipología de producto: cambio en la participación de producto.....	42
Diagrama 4	Tipología de producto: matriz de competitividad.....	43

Imágenes

Imagen 1	Página web MAGIC.....	13
Imagen 2	MAGIC: ventana de inicio	14
Imagen 3	MAGIC: ventana de registro.....	14
Imagen 4	MAGIC: inicio de sesión.....	15
Imagen 5	MAGIC: bienvenida a MAGIC.....	15
Imagen 6	MAGIC: cambio de pregunta y respuesta secreta	16
Imagen 7	MAGIC: página de inicio	17
Imagen 8	MAGIC: módulo perfiles comerciales	20
Imagen 9	MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral.....	21
Imagen 10	MAGIC: selección de país informante en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	21
Imagen 11	MAGIC: selección de años en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral.....	22
Imagen 12	MAGIC: barra de socios comerciales en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	22
Imagen 13	MAGIC: selección de nivel de agregación del producto en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	23
Imagen 14	MAGIC: selección unidad de valor en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	23
Imagen 15	MAGIC: primera parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	24
Imagen 16	MAGIC: segunda parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	25

Imagen 17	MAGIC: tercera parte del reporte, importaciones, en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	26
Imagen 18	MAGIC: tercera parte del reporte, exportaciones, en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral	26
Imagen 19	MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo perfiles comerciales por producto	27
Imagen 20	MAGIC: selección de país informante y producto en el submódulo perfiles comerciales por producto.....	28
Imagen 21	MAGIC: ventana de búsqueda de producto en el submódulo perfiles comerciales por producto.....	29
Imagen 22	MAGIC: selección de país informante y producto en el submódulo perfiles comerciales por producto.....	29
Imagen 23	MAGIC: selección de años en el submódulo perfiles comerciales por producto	30
Imagen 24	MAGIC: primera parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por producto	31
Imagen 25	MAGIC: segunda parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por producto	31
Imagen 26	MAGIC: tercera parte del reporte, principales proveedores, en el submódulo perfiles comerciales por producto.....	32
Imagen 27	MAGIC: tercera parte del reporte, principales mercados de exportación, en el submódulo perfiles comerciales por producto	33
Imagen 28	MAGIC: los tres submódulos del módulo análisis de competitividad	33
Imagen 29	MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo análisis de competitividad por país	34
Imagen 30	MAGIC: selección de grupo de países en el submódulo análisis de competitividad por país	35
Imagen 31	MAGIC: selección de nivel de agregación del producto en el submódulo análisis de competitividad por país.....	35
Imagen 32	MAGIC: selección de años base y final en el submódulo análisis de competitividad por país	36
Imagen 33	MAGIC: reporte del submódulo análisis de competitividad por país.....	37
Imagen 34	MAGIC: indicadores disponibles en el submódulo análisis de competitividad por país	37
Imagen 35	MAGIC: indicadores disponibles en el submódulo análisis de competitividad por país	40
Imagen 36	MAGIC: indicadores disponibles en el submódulo análisis de competitividad por país	40

Imagen 37	MAGIC: ventana de tipología por producto en el submódulo análisis de competitividad por país.....	44
Imagen 38	MAGIC: matriz de competitividad en el submódulo análisis de competitividad por país.....	45
Imagen 39	MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo análisis de competitividad por producto.....	46
Imagen 40	MAGIC: elementos del reporte en el submódulo análisis de competitividad por producto.....	48
Imagen 41	MAGIC: mapa de socios comerciales en el submódulo análisis de competitividad por producto.....	49
Imagen 42	MAGIC: descomposición del cambio en el submódulo análisis de competitividad por producto.....	51
Imagen 43	MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo análisis de competitividad por indicadores.....	53
Imagen 44	MAGIC: parámetros seleccionados en el submódulo análisis de competitividad por indicadores.....	54
Imagen 45	MAGIC: reporte en el submódulo análisis de competitividad por indicadores.....	55
Imagen 46	MAGIC: primera parte de los gráficos en el submódulo análisis de competitividad por indicadores.....	56
Imagen 47	MAGIC: segunda parte de los gráficos en el submódulo análisis de competitividad por indicadores.....	57
Imagen 48	MAGIC: tercera parte de los gráficos en el submódulo análisis de competitividad por indicadores.....	57
Imagen 49	MAGIC: módulo de cargos al comercio.....	58
Imagen 50	MAGIC: parámetros a seleccionar en el módulo de cargos al comercio por país.....	59
Imagen 51	MAGIC: reporte de datos en el módulo de cargos al comercio por país.....	60
Imagen 52	MAGIC: gráficos por producto en el módulo de cargos al comercio por país.....	63
Imagen 53	MAGIC: parámetros a seleccionar en el módulo de cargos al comercio por producto.....	64
Imagen 54	MAGIC: reporte en el módulo de cargos al comercio por producto.....	65
Imagen 55	MAGIC: parámetros a seleccionar en el módulo de cargos al comercio por producto.....	66

Resumen

En este manual se describen las principales características del nuevo Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC, por sus siglas en inglés), desarrollado por la sede subregional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en México. En una primera parte se describe el desarrollo del MAGIC y sus características principales, así como los requisitos técnicos necesarios para usar el *software*. En una segunda parte se describen cada uno de los módulos que componen el nuevo MAGIC, sus funcionalidades y los parámetros requeridos antes de consultarlo. Asimismo, se lleva a cabo un ejercicio de interpretación de los datos e indicadores contenidos en cada módulo. Finalmente, en la sección de anexos se provee al usuario de herramientas para ayudarlo a comprender e interpretar los datos en el MAGIC: un glosario, una tabla de referencia de unidad de volumen y una tabla en la que se identifican y solucionan algunos errores técnicos, así como el desglose de las fórmulas matemáticas de los indicadores del MAGIC.

Introducción

El nuevo Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC, por sus siglas en inglés) es un programa web interactivo desarrollado por la sede subregional de la CEPAL en México, para analizar la competitividad *ex post* de las exportaciones y ofrecer información sobre el comercio exterior de mercancías de los mercados de los Estados Unidos, Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá), México y los países de la Unión Europea.

El MAGIC se desarrolló en 1995 para analizar la competitividad de las importaciones en el mercado de los Estados Unidos. En un principio el MAGIC solo contenía datos del comercio de los Estados Unidos, por lo que su nombre inicial fue Module for US Import Consultation (MUSIC). Posteriormente, se vislumbró que el Módulo podría también comprender un mayor número de mercados, por lo que su nombre cambió a Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC).

La primera versión del MAGIC se realizó bajo un sistema operativo DOS y más tarde se migró a un sistema operativo MS-Windows. En 2009, con el apoyo de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI), se creó la primera versión del *software* MAGIC sobre una plataforma web y ambiente Acrobat Flash, que se conoció como MAGIC Plus. A esta versión se le incorporó la información de comercio exterior de los países centroamericanos, gracias a un convenio de la CEPAL con la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA).

Esta nueva versión actualizada del MAGIC fue desarrollada sobre una plataforma web que utiliza la última versión HTML (HyperText Markup Language) con hojas de estilo CSS responsivas (Cascading Style Sheets) que permite visualizar el programa en casi todos los dispositivos electrónicos sin necesidad de instalar un nuevo programa o modificar la configuración del navegador. El nuevo MAGIC también incorpora herramientas visuales con JavaScript que facilitan generar y visualizar gráficos y mapas con animaciones. Finalmente, el MAGIC se comunica con su base de datos a través de API (Application Programming Interface), lo que facilita que otros sistemas sean capaces de comunicarse con el repositorio de datos de MAGIC y consumir recursos a través de su interfaz.

Esta nueva versión del MAGIC contiene nuevos datos sobre el comercio exterior de México y de los países de la Unión Europea y dos nuevas secciones de análisis del comercio exterior: una sobre perfiles comerciales y otra sobre cargos al comercio; adicionales a la

sección sobre análisis de competitividad. Asimismo incorpora la posibilidad de seleccionar el reporte por datos anuales o promedio de tres años en el análisis de la competitividad, con el objetivo de disminuir los efectos de la selección de un año atípico.

La información contenida en el MAGIC es anual y se reporta de acuerdo con la clasificación de comercio del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Sistema Armonizado, SA), a un nivel de desagregación de 2, 4 y 6 dígitos, y hasta 10 dígitos para el mercado estadounidense. Los datos proporcionados son anuales, desde 1990 para los Estados Unidos, México y los países de la Unión Europea; y desde 1994 para Centroamérica.

La información del MAGIC proviene de tres fuentes diferentes:

- i) De la Oficina del Censo de los Estados Unidos (Census Bureau), para ese mismo mercado.
- ii) De la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), para los países centroamericanos.
- iii) Del Sistema de Estadísticas de Comercio de Mercancías de las Naciones Unidas (UN Comtrade), para México y los países de la Unión Europea.

El programa contiene datos de valor y volumen para el análisis de la evolución del comercio y competitividad de todos los productos comerciados por los mercados incluidos, con todos sus socios comerciales. A partir de esos datos el MAGIC genera indicadores de comercio como la contribución del producto, participación de producto, participación de volumen, participación país, participación de mercado, valor unitario, tasa arancelaria efectiva, entre otros, que permiten analizar la evolución de mercados y productos en los mercados incluidos y generar dos herramientas poderosas de análisis de la competitividad: la tipología de producto y la descomposición del cambio. Adicionalmente, el nuevo MAGIC incorpora nuevos indicadores como el cargo por transporte y seguro, el equivalente *ad valorem* y el valor de comercio por tipo de transporte, que permiten identificar los cargos adicionales al comercio de mercancías en algunos mercados con información disponible.

Este manual del usuario del nuevo MAGIC tiene por objetivo guiar a todas las personas interesadas desde su registro para obtener un usuario y contraseña, pasando por la descripción de sus principales características, y hasta la interpretación de los indicadores mediante una serie de ejercicios ejecutados por módulo. En una primera parte del manual se describen los requisitos previos para su utilización, con especial énfasis en el proceso para obtener y configurar la cuenta de usuario. Posteriormente se describe el mapa inicial del nuevo MAGIC, a través del que el usuario podrá consultar todos los módulos del programa.

En una tercera parte se explica cada uno de los módulos y submódulos que componen el nuevo MAGIC. En cada una de las secciones que componen esta parte se describen primero los pasos necesarios para llevar a cabo una consulta; posteriormente se explica la organización y elementos que componen los reportes de la consulta, y por último, se interpretan los indicadores de cada reporte a través de un caso ejemplo seleccionado desde la elección de los parámetros. Si bien cada una de estas partes pueden consultarse independientemente, se recomienda su consulta por módulo.

Al final del manual se incluyen cuatro anexos con herramientas que ayudarán al usuario a usar e interpretar mejor el nuevo MAGIC. Entre estas herramientas se encuentra: i) un glosario que describe los principales indicadores y términos utilizados en el programa; ii) una lista para interpretar las unidades de volumen indicadas en el MAGIC, en relación con el país informante; iii) un cuadro de identificación de problemas técnicos y su solución, y iv) una sección donde se describen las fórmulas matemáticas de los indicadores usados en el MAGIC para aquellos usuarios que deseen comprenderlos mejor y profundizar más en ellos.

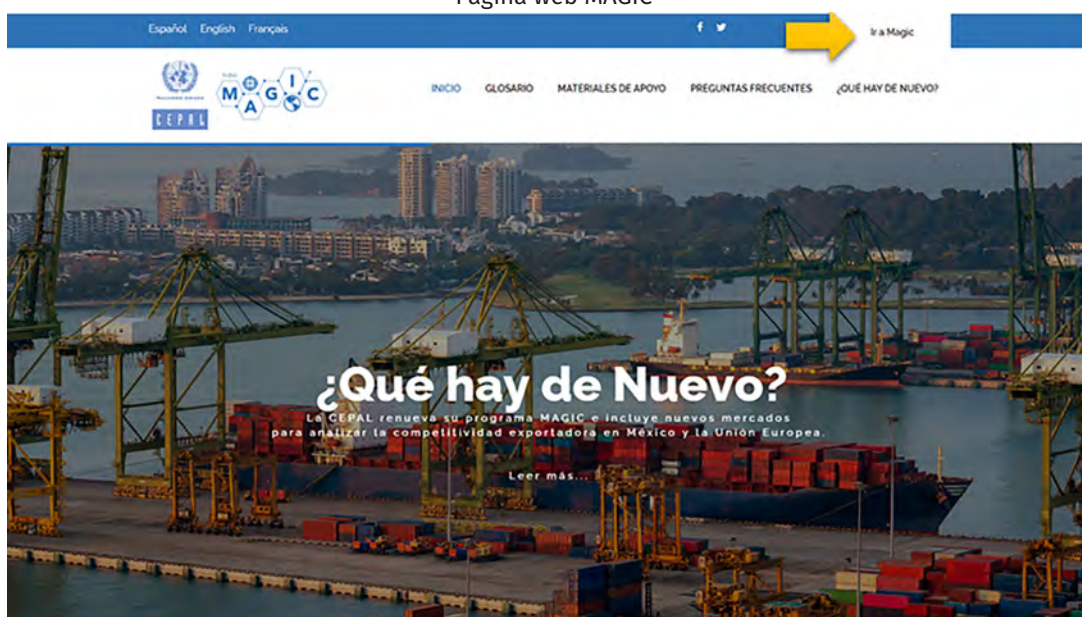
El nuevo MAGIC está diseñado para ofrecer información de manera fácil y amigable. Se espera que este manual ayude al usuario a utilizar e interpretar mejor esta poderosa herramienta de análisis de competitividad *ex post* que la CEPAL le ofrece.

Capítulo I Requisitos

El MAGIC funciona a través de una plataforma web, por lo que puede consultarse desde cualquier sistema operativo, ya sea computadora de escritorio, tableta o teléfono móvil que tenga instalado un navegador de internet como Chrome, Edge, Safari, o Firefox. Para un mejor desempeño del MAGIC, se recomienda utilizar los primeros navegadores enlistados y descargar siempre las últimas versiones. No se requiere ningún otro *software* asociado para su funcionamiento.

El MAGIC es un programa de libre acceso. Para usarlo se requiere únicamente que la persona interesada se registre para obtener un nombre de usuario y contraseña con los cuales poder entrar al nuevo MAGIC. Para poder ingresar al MAGIC se requiere ir a la página web www.cepal.org/magic y dar clic en el enlace superior derecho “Ir a MAGIC” (véase la imagen 1).

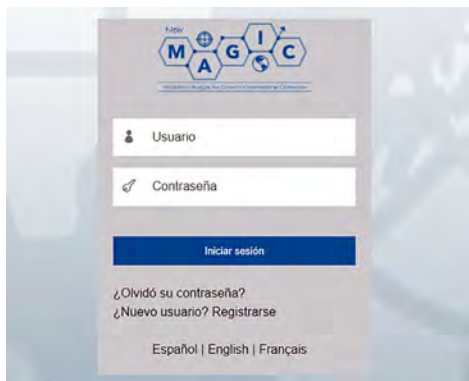
Imagen 1
Página web MAGIC



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una vez que se dé clic sobre el enlace “Ir a MAGIC” el sistema mostrará una pantalla para acceder al *software*, registrarse para obtener una nueva cuenta, o bien recuperar la contraseña (en caso de olvido). Para registrarse por primera vez es necesario dar clic sobre “Registrarse”, ubicado en la parte baja de la ventana. En esa parte de la ventana también es posible seleccionar el idioma en el que desea registrarse en el nuevo MAGIC. Las opciones son español, inglés o francés (véase la imagen 2).

Imagen 2
MAGIC: ventana de inicio



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una vez que se ha dado clic en “Registrarse”, el MAGIC mostrará un formulario a llenar con los datos personales de la persona interesada. Todos los campos son obligatorios, a excepción de la casilla para suscribirse al boletín de noticias sobre el MAGIC. Mediante ese boletín se informará periódicamente sobre nuevas cargas, actualizaciones de datos, nuevo material publicado en la página web del MAGIC u otra información relevante sobre el programa. Si desea recibir el boletín solo hay que activar la casilla que se encuentra frente a la opción “Deseo recibir información de noticias sobre el MAGIC” (véase la imagen 3). Si en un futuro el usuario desea desuscribirse al boletín, en el módulo de usuario se podrá desactivar esa opción.

Imagen 3
MAGIC: ventana de registro



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una vez que se hayan llenado todos los campos del registro, se debe dar clic en el botón de registro. Si su registro fue exitoso, en la parte inferior del registro aparecerá la siguiente leyenda: “Registro exitoso del usuario. Su contraseña provisional fue enviada al correo proporcionado.”

Un correo de magic@un.org con la “Nueva cuenta MAGIC” será enviado de forma inmediata al correo registrado con los datos sobre la nueva contraseña y la respuesta a la pregunta secreta. La pregunta secreta tiene la función de permitir al usuario recuperar su contraseña, en caso de olvido. Una vez que haya recibido el correo del MAGIC, el usuario podrá regresar a la página de inicio de sesión del MAGIC y llenar las casillas de usuario con su correo electrónico y su contraseña recibida. Al final se deberá dar clic en el botón de “Iniciar sesión” (véase la imagen 4).

Imagen 4
MAGIC: inicio de sesión



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

A continuación, aparecerá la pantalla de bienvenida al nuevo MAGIC (véase la imagen 5) en la que se pedirá al usuario cambiar su contraseña y su respuesta secreta. Se recomienda cambiar primero la pregunta y respuesta secreta y anotarlas, ya que ambas serán necesarias en caso de que olvide su contraseña de ingreso al nuevo MAGIC. En caso de que no cambie la pregunta y respuesta secretas durante este proceso, el usuario podrá cambiarlas más tarde en el módulo de usuario, cuando así lo desee. Para cambiar la pregunta y respuesta secreta, en esta etapa, es necesario dar clic sobre la frase “Cambiar respuesta secreta” que se encuentra en la parte baja de la ventana (véase la imagen 5).

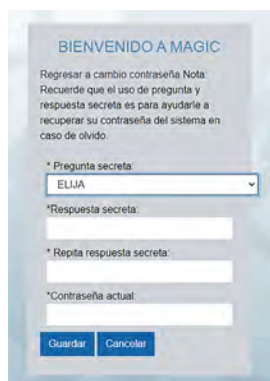
Imagen 5
MAGIC: bienvenida a MAGIC



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Cuando el usuario ha elegido cambiar su pregunta y respuesta secreta, el MAGIC mostrará una pantalla con un formulario para elegir una de las nueve opciones de pregunta secreta (véase la imagen 6). Una vez que el usuario haya llenado todas las casillas del formulario, deberá dar clic en “Guardar” y el MAGIC le mostrará la primera ventana de cambio de contraseña (véase la imagen 5). En esa ventana se deberá ingresar la contraseña enviada al correo y seleccionar una nueva. La nueva contraseña deberá contener al menos un número, una letra mayúscula, una letra minúscula y tener una longitud mínima de ocho caracteres. Una vez configurada la nueva contraseña, se deberá dar clic en el botón “Guardar” y el sistema lo llevará a la página de inicio del nuevo MAGIC. En las visitas posteriores al MAGIC solo se deberán anotar el nombre de usuario y contraseña, como aparece en la imagen 2, y dar clic en el botón azul de “Iniciar sesión”.

Imagen 6
MAGIC: cambio de pregunta y respuesta secreta



The screenshot shows a web form titled "BIENVENIDO A MAGIC". Below the title, there is a heading "Regresar a cambio contraseña Nota" followed by a paragraph: "Recuerde que el uso de pregunta y respuesta secreta es para ayudarle a recuperar su contraseña del sistema en caso de olvido". The form contains four input fields: a dropdown menu for "Pregunta secreta" with "ELIJA" selected, a text box for "Respuesta secreta", a text box for "Repta respuesta secreta", and a text box for "Contraseña actual". At the bottom of the form are two buttons: "Guardar" (highlighted in blue) and "Cancelar".

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Capítulo II

Mapa inicial del MAGIC

Una vez que el usuario ha iniciado sesión, el nuevo MAGIC muestra la ventana de la imagen 7.

Imagen 7
MAGIC: página de inicio



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Los componentes de esa ventana inicial son:

1. La parte superior derecha ofrece la posibilidad de seleccionar cualquiera de los tres idiomas disponibles: español, inglés o francés.
2. En la parte superior izquierda, aparece el nombre del usuario. Ese es el “Módulo de usuario” en el que se podrá consultar y cambiar la información del usuario, su contraseña, crear grupos de países y de productos, así como cerrar sesión.
3. El texto de “Bienvenido al new MAGIC” resume los principales componentes de la nueva plataforma.

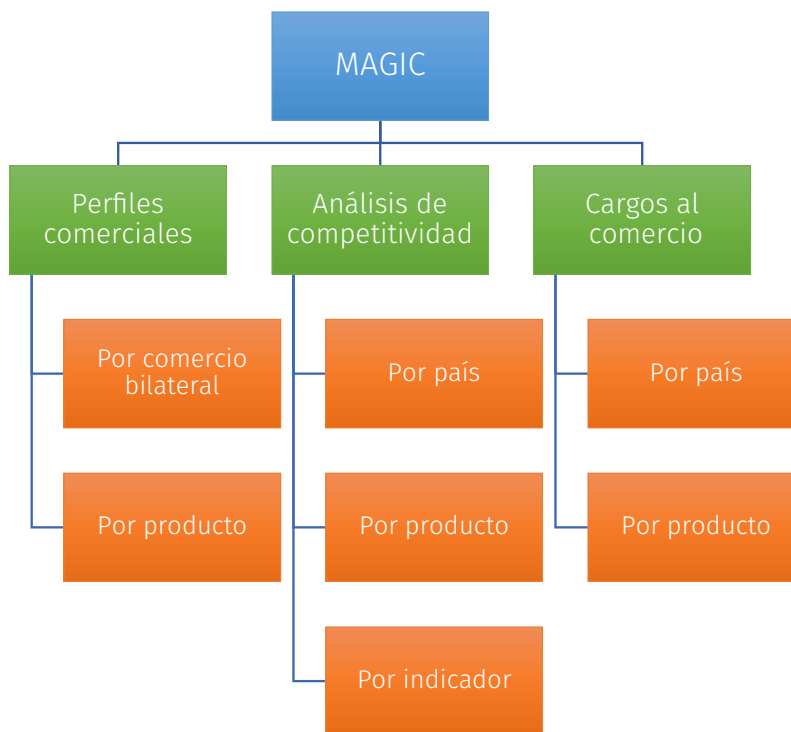
4. La parte “Seleccione un módulo” permite iniciar una consulta en cualquiera de sus tres módulos: i) perfiles comerciales, ii) análisis de competitividad, o iii) cargos al comercio.
5. El mapa de inicio muestra aleatoriamente el comercio de un país informante para el último año disponible.
6. En la barra inferior se ofrece información legal sobre el MAGIC, así como una liga para obtener información de contacto.

Capítulo III

Módulos de consulta en el MAGIC

El nuevo MAGIC se compone de tres módulos (coloreados en verde), que a su vez agrupan varios submódulos (coloreados en naranja) (véase el diagrama 1). El primero de estos componentes es el módulo perfiles comerciales, que reporta información del comercio de un país informante con un país o grupo de países (“perfil comercial por comercio bilateral”); o bien del comercio que un país informante realiza con relación a un solo producto o grupo de productos (“perfil comercial por producto”).

Diagrama 1
Nuevo MAGIC: módulos y submódulos



Fuente: Elaboración propia.

El segundo módulo, “análisis de competitividad”, reporta indicadores relacionados con la competitividad exportadora de un país (o grupo de países) con relación a uno de los mercados informantes disponibles en el MAGIC. Este análisis puede ser sobre todas las importaciones o exportaciones de un país por nivel de desagregación del sistema armonizado (“análisis de competitividad por país”). También se puede realizar este análisis con respecto a un solo producto o grupo de productos, comparando el desempeño comercial entre países (“análisis de competitividad por producto”). O bien, se puede analizar la evolución de un indicador de competitividad, a lo largo de varios años, respecto a un socio comercial y a un producto determinados (“análisis de competitividad por indicador”).

Finalmente, el tercer módulo ofrece información sobre los medios de transporte utilizados para el comercio de las mercancías (para los Estados Unidos y México), sus costos aproximados y la tasa arancelaria *ad valorem* aplicada (para los Estados Unidos). La consulta se puede hacer para todos los productos comercializados con un país socio (“cargos al comercio por país”), o sobre un producto determinado comercializado con todos sus socios (“cargos al comercio por producto”).

A. Módulo perfiles comerciales

Al dar clic sobre la barra de perfiles comerciales el MAGIC despliega una ventana que permite seleccionar entre el perfil por comercio bilateral y el perfil por producto (véase la imagen 8). El perfil comercial por comercio bilateral ofrece información sobre el valor y participación de las exportaciones, importaciones y balance comercial de un país informante con un país socio o un grupo de países socios, y muestra los principales diez productos exportados e importados para cada año con ese socio comercial. Por otra parte, el perfil comercial por producto muestra el valor y la participación de las exportaciones, importaciones y balance comercial de un país informante respecto a un producto o grupo de productos, así como también identifica los principales proveedores o mercados de exportación del país informante para ese producto.

Imagen 8
MAGIC: módulo perfiles comerciales



n indicadores

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

1. Submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

El perfil comercial por comercio bilateral ofrece información comercial de un país informante con respecto a un determinado socio o grupo de socios comerciales. Para acceder a este submódulo es necesario ir a “perfiles comerciales”, ubicado en la parte superior derecha del MAGIC y dar clic en la opción “por comercio bilateral”.

Una vez seleccionado el submódulo el MAGIC desplegará una nueva ventana con los parámetros a seleccionar en esa consulta (véase la imagen 9).

Imagen 9

MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

COMERCIO BILATERAL

1 * País informante
ELUA

2 * Año(s)
Deselecciona Todo

3 * Socio Comercial
Selección por:
 Por país Por grupo de países

4 * Nivel de agregación del producto:
 2 4 6 10

5 Unidad:
Dólares

Procesar Limpiar todo

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Esos parámetros están numerados del uno al cinco en la imagen 9 y son los siguientes:

1. Para generar una consulta se recomienda primero seleccionar el país informante sobre el que se quiere obtener información sobre su comercio de mercancías. La pestaña localizada en la parte superior izquierda de la ventana de comercio bilateral contiene todos los países para los que se tiene información sobre su comercio internacional de mercancías en el MAGIC. Al dar clic en dicha pestaña el programa despliega todos los países y grupos de países (Centroamérica y la Unión Europea) informantes disponibles. Para este ejemplo se ha seleccionado Costa Rica, por lo que aparece activo en la pestaña de país informante (véase la imagen 10).

Imagen 10

MAGIC: selección de país informante en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

COMERCIO BILATERAL

* País informante
Costa Rica

* Año(s)
Deselecciona Todo

* Socio Comercial
Selección por:
 Por país Por grupo de países

* Nivel de agregación del producto:
 2 4 6 10

**Aplica solo para Estados Unidos como país informante

Unidad:
Dólares

Procesar Limpiar todo

©CEPAL - NACIONES UNIDAS TÉRMINOS Y CONDICIONES CONTACTO

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

2. Una vez seleccionado el país el recuadro de *años despliega los años para los que hay información disponible por país o grupo informante. En el caso de Costa Rica el recuadro muestra la posibilidad de seleccionar uno o varios años desde 1994 hasta 2019. En este ejemplo se han seleccionado los años 1994, 2010 y 2019 dando clic en las casillas que se encuentran al frente de cada uno de esos años. El programa ofrece la posibilidad de deseleccionar todos los años dando clic sobre “deseleccionar todo” (véase la imagen 11). Esta opción es especialmente útil cuando se han seleccionado varios o todos los años.

Imagen 11

MAGIC: selección de años en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

COMERCIO BILATERAL

* País informante
Costa Rica

* Socio Comercial
Selección por
 Por país Por grupo de países

* Año(s)
Deselecciona Todo
 2019 2018 2017 2016 2015
 2014 2013 2012 2011 2010
 2009 2008 2007 2006 2005
 2004 2003 2002 2001 2000
 1999 1998 1997 1996 1995
 1994

**Aplica solo para Estados Unidos como país informante

Nivel de agregación del producto:
 2 4 6 10

Unidad:
Dólares

Procesar Limpiar todo

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

3. Un tercer paso obligatorio es escoger el socio comercial sobre el que se quiere obtener información del comercio de mercancías con el país o grupo informante. El socio comercial puede ser un país o un grupo de países. En este caso se ha seleccionado la casilla de *por país, por lo que el MAGIC muestra una pestaña con la lista de países disponibles a elegir (véase la imagen 12). En la lista se puede buscar un país desplazando el cursor o bien la barra lateral izquierda de la lista. Otra forma de llegar rápidamente al país de interés es escribiendo la primera palabra del país. Por ejemplo, si se teclea la “n” la lista lo llevará hasta Namibia, primer país con la letra “n”. En este ejemplo se ha seleccionado Noruega como socio comercial, dando clic sobre su nombre. Una vez elegido el país, este aparecerá activo en la barra de socio comercial (véase la imagen 13).

Imagen 12

MAGIC: barra de socios comerciales en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

COMERCIO BILATERAL

* País informante
Costa Rica

* Socio Comercial
Selección por
 Por país Por grupo de países

* Año(s)
Deselecciona Todo
 2019 2018 2017 2016 2015
 2014 2013 2012 2011 2010
 2009 2008 2007 2006 2005
 2004 2003 2002 2001 2000
 1999 1998 1997 1996 1995
 1994

EU
EUROS
Albania
Albania y Perseji
Alemania
Andorra
Angola
Anguila
Antártida
Antigua y Barbuda
Antillas Holandesas
Arabia Saudita
Argelia
Argentina
Armenia
Aruba y Curazao
Australia
Austria
Azerbaiján

Procesar

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Imagen 13
MAGIC: selección de nivel de agregación del producto en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

The screenshot shows the 'COMERCIO BILATERAL' interface. It features several input fields and a date selection table. The 'País informante' is set to 'Costa Rica'. The 'Socio Comercial' is set to 'Noruega'. The 'Nivel de agregación del producto' is set to '2'. The 'Unidad' is set to 'Dólares'. A date selection table is also visible, showing years from 1994 to 2019. The 'Procesar' and 'Limpiar todo' buttons are at the bottom.

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

4. Una vez seleccionado el socio comercial, el siguiente paso es elegir el nivel de desagregación arancelaria en la que se desea que se desplieguen los principales productos comerciados con ese país. El MAGIC tiene predeterminado el nivel de desagregación a 2 dígitos, pero el usuario tiene la opción de seleccionar a 4, 6 o 10 dígitos al dar clic en el círculo que se encuentra delante de cada opción de desagregación. Es importante tener en mente que la selección a 10 dígitos del SA solo es posible cuando los Estados Unidos está seleccionado como país informante. En este ejemplo se desea obtener los principales productos comerciados a nivel de 2 dígitos (capítulo), por lo que se ha dejado como estaba predeterminado.
5. Otra opción que ofrece el MAGIC es elegir la unidad de medida en la que el usuario desea ver reportado los valores sobre el comercio. Las opciones son en dólares, en miles de dólares o en millones de dólares. Es importante señalar que todos los datos de valor de comercio en el MAGIC están reportados en dólares corrientes americanos. En este ejemplo se ha dejado dólares como la unidad de valor.
6. Finalmente, para poder ejecutar la consulta se deberá dar clic sobre el botón “procesar”. En caso de que el usuario desee ajustar o añadir algún parámetro, fuera del país informante, basta con hacerlo y dar clic de nueva cuenta en “procesar” (véase la imagen 14). Sin embargo, en caso de que se desee cambiar de país informante se recomienda borrar toda la selección dando clic en el botón “limpiar todo”.

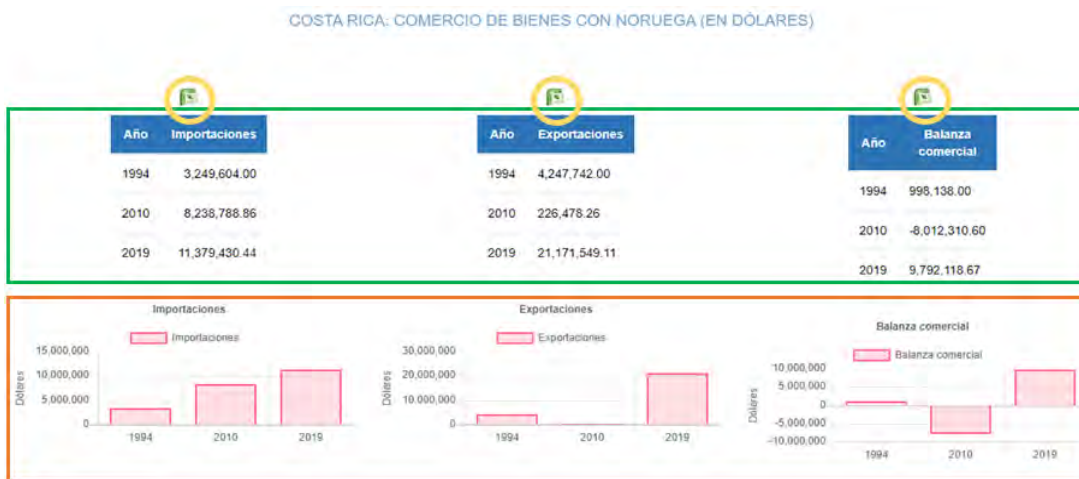
Imagen 14
MAGIC: selección unidad de valor en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral

The screenshot shows the 'COMERCIO BILATERAL' interface. It features several input fields and a date selection table. The 'País informante' is set to 'Costa Rica'. The 'Socio Comercial' is set to 'Noruega'. The 'Nivel de agregación del producto' is set to '2'. The 'Unidad' is set to 'Dólares'. A date selection table is also visible, showing years from 1994 to 2019. The 'Procesar' and 'Limpiar todo' buttons are at the bottom.

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una vez procesada la consulta, el MAGIC muestra en la parte inferior de la sección de parámetros el reporte del comercio bilateral. Este reporte está dividido en tres partes. En una primera, se muestra el valor total de las importaciones, exportaciones y balanza comercial del país informante con el socio comercial durante los años seleccionados (marcado en verde en la imagen 15). En la parte baja de los valores el MAGIC despliega también los gráficos correspondientes a cada flujo comercial, lo que permite visualizar más rápidamente la evolución del comercio bilateral entre ambas partes (marcado en naranja en la imagen 15). Estos gráficos se pueden descargar al dar clic con el botón derecho del ratón y seleccionar la opción de salvar o copiar la imagen. Adicionalmente, en la parte superior a las tablas de los flujos aparece un ícono de MS-Excel (enmarcados en círculos amarillos en la imagen 15) que permite descargar los datos que aparecen en cada una de las secciones que componen esta primera parte del reporte.

Imagen 15
MAGIC: primera parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En la primera parte de este ejemplo se puede ver en las tablas un incremento en el valor de las importaciones de Costa Rica desde Noruega en los tres años seleccionados, de 3 millones de dólares, en 1994, a 11 millones en 2019. Esta evolución se constata en los gráficos que aparecen en la parte baja. En las exportaciones de Costa Rica a Noruega destaca su disminución en 2010, tanto en la tabla como en el gráfico. Esa disminución se vuelve a apreciar en la tabla y gráfico de la balanza comercial; mientras que en 1994 y 2019 Costa Rica tuvo una balanza positiva con Noruega (es decir, vendió más de lo que compró), en 2010 esta fue negativa en más de 8 millones de dólares.

La segunda parte del reporte de “perfiles comerciales por comercio bilateral” muestra la participación del socio comercial en las importaciones y exportaciones del país informante (véase la imagen 16). En la terminología del MAGIC esta participación se refiere a la participación país, es decir, el porcentaje que representa el valor total de las exportaciones o importaciones de un país o grupo de países en el valor global total de las importaciones o exportaciones del mercado seleccionado, en un año específico. También se le refiere como participación de mercado, en algunos textos de la CEPAL.

Imagen 16
MAGIC: segunda parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

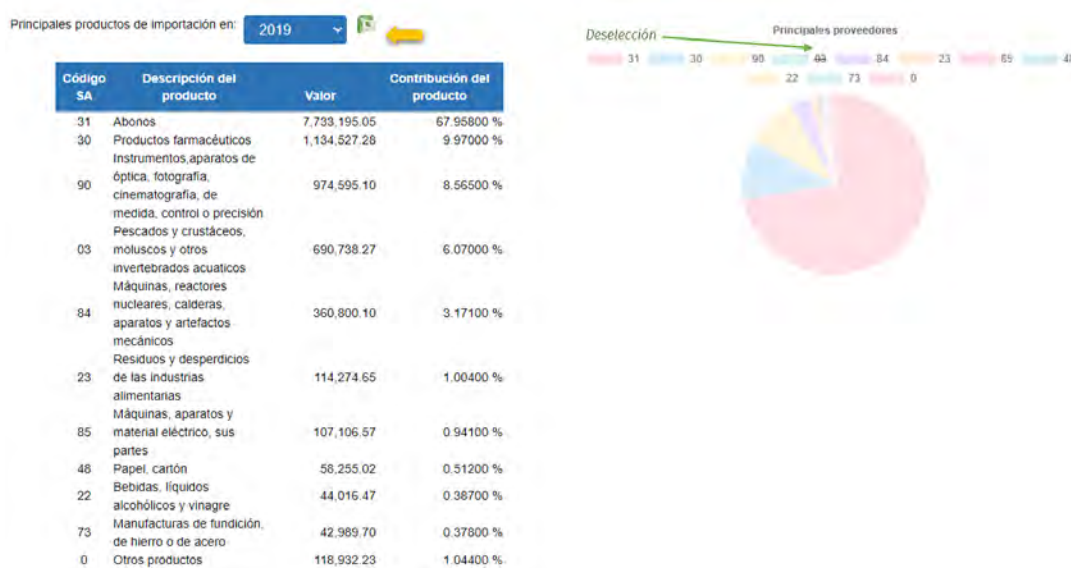
En la imagen 16 se puede observar que la participación país de Noruega en las importaciones globales de Costa Rica ha sido menor a 1% en los años seleccionados, e incluso ha disminuido en los últimos años con respecto a 1994. Del lado de las importaciones el programa reporta que las importaciones desde Noruega representaron el 0,10% en 1994 del total de todas las compras de bienes de Costa Rica al mundo, porcentaje que disminuyó en 2010. Por el lado de las exportaciones, la participación país de Noruega en las ventas globales de Costa Rica es mayor, aunque no llega al 1%, sino al 0,18% del total de las ventas que Costa Rica hizo al mundo, en 2019.

En la tercera parte del reporte se muestran los principales productos comercializados por el país informante con el socio comercial. En una primera línea se muestran los principales productos importados por el país informante, en términos de valor, y por año, con su respectiva gráfica pastel al lado derecho (véase la imagen 17). La tabla con los principales productos de importación está dividida en cuatro columnas. La primera de ellas muestra el código del producto en el SA al nivel de desagregación previamente elegido. La segunda muestra la descripción del producto. La tercera contiene el valor importado de ese producto en el año seleccionado en la unidad de valor previamente elegida. Finalmente, la cuarta columna muestra la contribución del producto, es decir, el porcentaje que representó el valor de las importaciones de cada producto, en el valor total de las importaciones desde el país socio elegido.

El MAGIC muestra de manera automática los principales productos en el último año seleccionado, sin embargo, en caso de que se hayan activado varios años, el usuario podrá elegir otro a mostrar y el MAGIC desplegará automáticamente los principales productos para ese año. Los datos del gráfico también cambiarán de acuerdo con el año seleccionado. En el gráfico, el usuario también puede elegir los productos que desea que aparezcan o desaparezcan dando clic sobre la leyenda de cada producto. Cuando el producto esté deseleccionado aparecerá una marca sobre el código del producto como se muestra en la imagen 17, en el producto 03.

En una segunda línea se muestran los principales productos exportados por el país informante al socio comercial elegido (véase la imagen 18). Esta parte tiene las mismas características descritas en la línea de las importaciones. La única diferencia es el sentido de la contribución del producto que en este caso se refiere al porcentaje que representó el valor de las exportaciones de cada producto en el valor total de las exportaciones hacia el socio comercial elegido.

Imagen 17
MAGIC: tercera parte del reporte, importaciones, en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Imagen 18
MAGIC: tercera parte del reporte, exportaciones, en el submódulo perfiles comerciales por comercio bilateral



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En el ejemplo anterior se observa que el principal capítulo de importación de Costa Rica desde Noruega fue el de abonos, que tuvo una contribución de producto del 67,9% en 2019. Es decir, que en 2019 el 67,9% de todos los productos que importó Costa Rica desde Noruega fueron de abonos. Otro de los principales productos de importación de Costa Rica desde Noruega han sido los productos farmacéuticos que tuvieron una contribución de producto de entre el 5% y el 10% en 1994, 2010 y 2019.

Por el lado de las exportaciones de Costa Rica a Noruega, se observa una mayor diversificación de los productos entre los años seleccionados. En 1994 Costa Rica solo exportaba productos de cinco capítulos y para 2010 ya había diversificado sus productos

a más de 10 capítulos. Sin embargo, a lo largo de los años se observa que aun con esa diversificación existe una mayor concentración en el capítulo de frutas y frutos comestibles. En 1994 ese capítulo tenía una concentración de producto de 0,38% en 1994, y en 2019 representó el 85% de todas las exportaciones de Costa Rica a Noruega. Las gráficas de 1994 y 2019 confirman esa concentración tanto en las exportaciones como en las importaciones.

2. Submódulo perfiles comerciales por producto



El perfil comercial por producto ofrece información comercial de un país informante con respecto a un producto o grupo de productos. Este submódulo permite saber la importancia del producto en las exportaciones e importaciones del país informante e identificar sus principales mercados de exportación y proveedores durante los años seleccionados. Para poder acceder a este submódulo es necesario ir a “perfiles comerciales” ubicado en la parte superior derecha del MAGIC y dar clic en la opción “por producto”. Una vez seleccionado el submódulo, el MAGIC desplegará una nueva ventana con los parámetros a seleccionar en esa consulta (véase la imagen 19).

Imagen 19

MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo perfiles comerciales por producto

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Esos parámetros están numerados del 1 al 4 en la imagen 19 y son los siguientes:

1. Para generar una consulta se recomienda primero seleccionar el país informante sobre el que se quiere obtener información sobre su comercio de mercancías. Al igual que en el submódulo anterior, la pestaña localizada en la parte superior izquierda de la ventana de comercio bilateral contiene todos los países para los que se tiene información sobre su comercio internacional de mercancías en el MAGIC. Al dar clic en dicha pestaña se despliegan todos los países y grupos de países (Centroamérica y la Unión Europea) informantes disponibles. Para este ejemplo se ha seleccionado España, por lo que aparece activo en la pestaña de país informante (véase la imagen 20).

2. El siguiente paso será seleccionar el producto, que puede ser por un solo producto o un grupo de productos. En este paso el programa ofrece tres opciones. La primera de ellas es seleccionar “por producto”, con lo que se despliegan automáticamente los niveles del sistema arancelario a los que se puede seleccionar un producto, esto es 2, 4, 6 y 10 dígitos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la opción de 10 dígitos solo está disponible cuando los Estados Unidos se han seleccionado como país informante. En este ejemplo se ha elegido a 6 dígitos, por lo que el sistema despliega tres niveles de productos para seleccionar.

En el ejemplo se busca información sobre España y su comercio de tomate, por lo que se ha seleccionado primero el capítulo 07 correspondiente a “Legumbres y hortalizas”. Una vez seleccionado, el MAGIC despliega en el nivel de producto “4” todos los productos que corresponden al capítulo 07. En este nivel se ha optado por el producto 0702, correspondiente a “Tomates frescos y refrigerados”. Una vez escogido ese producto, el programa muestra en el nivel de producto “6” todos los productos correspondientes a la partida 0702. Finalmente, se ha seleccionado la subpartida 070200 correspondiente a “Tomates frescos o refrigerados” para que aparezca la información buscada (véase la imagen 20).

Imagen 20

MAGIC: selección de país informante y producto en el submódulo perfiles comerciales por producto

PERFIL POR PRODUCTO

* País informante
España

* Seleccione una opción:
 Por producto Grupo de productos Búsqueda de Producto

* Seleccione nivel de agregación:
 2 4 6 ** 10

**Aplica solo para Estados Unidos como país informante

* Año(s)
 Deselecciona Todo

<input type="checkbox"/> 2019	<input type="checkbox"/> 2018	<input type="checkbox"/> 2017	<input type="checkbox"/> 2016	<input type="checkbox"/> 2015
<input type="checkbox"/> 2014	<input type="checkbox"/> 2013	<input type="checkbox"/> 2012	<input type="checkbox"/> 2011	<input type="checkbox"/> 2010
<input type="checkbox"/> 2009	<input type="checkbox"/> 2008	<input type="checkbox"/> 2007	<input type="checkbox"/> 2006	<input type="checkbox"/> 2005
<input type="checkbox"/> 2004	<input type="checkbox"/> 2003	<input type="checkbox"/> 2002	<input type="checkbox"/> 2001	<input type="checkbox"/> 2000
<input type="checkbox"/> 1999	<input type="checkbox"/> 1998	<input type="checkbox"/> 1997	<input type="checkbox"/> 1996	<input type="checkbox"/> 1995
<input type="checkbox"/> 1994	<input type="checkbox"/> 1993	<input type="checkbox"/> 1992	<input type="checkbox"/> 1991	<input type="checkbox"/> 1990

* Nivel de producto 2
07 - Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

* Nivel de producto 4
0702 - Tomates frescos o refrigerados

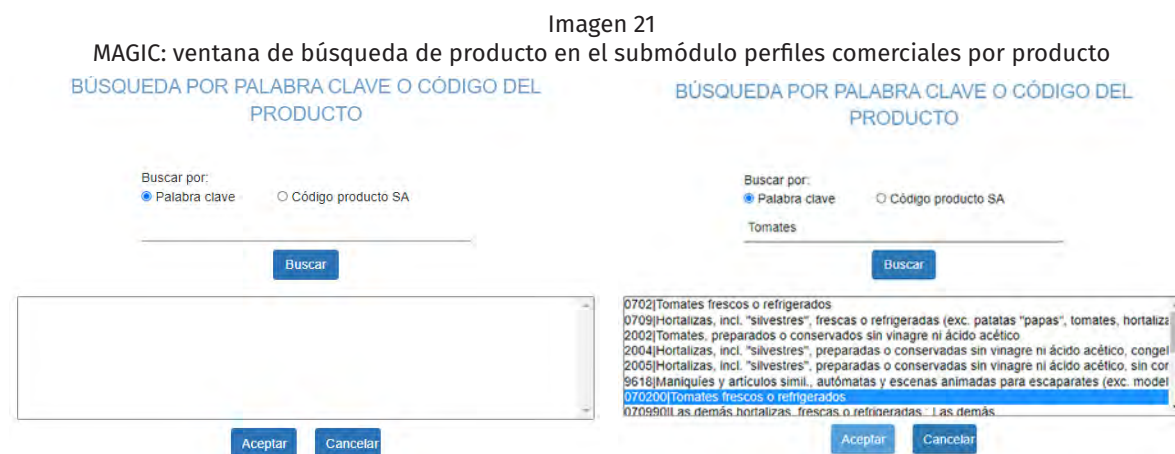
* Nivel de producto 6
070200 - Tomates frescos o refrigerados

Unidad:
Dólares

Procesar Limpiar todo

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una segunda manera de seleccionar el producto es buscarlo directamente por código arancelario o por palabra clave a través de la opción “búsqueda de producto”. En ese caso el programa muestra una liga en azul llamada “búsqueda de producto”, en el que se deberá dar clic con botón derecho del ratón para que el MAGIC abra una ventana emergente. En caso de que la ventana no aparezca, es necesario verificar la barra superior del navegador para otorgar los permisos de apertura de ventanas emergentes. Una vez abierta la ventana de “búsqueda por palabra clave o código del producto” el MAGIC permite elegir entre buscar el producto por su nombre o palabra clave o por su código arancelario. Para elegir cualquiera de las dos opciones es necesario activar el círculo que se encuentra al frente de ambas alternativas (véase la imagen 21).



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En este ejemplo se ha escrito la palabra “tomate” y se ha dado clic sobre el botón de “buscar”, por lo que se despliegan abajo todas las líneas arancelarias en las que aparece la palabra tomate. En este caso se ha seleccionado con el cursor del ratón la línea 070200, tomates frescos y refrigerados. Una vez que el producto está marcado con una línea en azul se debe dar clic sobre el botón aceptar. Aparecerá entonces la pantalla que se muestra en la imagen 22, en la que figura el producto y su nivel de selección en una sola línea. En caso de saber el código arancelario, el usuario puede seleccionar la opción de búsqueda por sistema arancelario y anotar el número correspondiente. En este ejemplo sería el número 070200.

Imagen 22
MAGIC: selección de país informante y producto en el submódulo perfiles comerciales por producto

PERFIL POR PRODUCTO

* País informante
España

* Seleccione una opción:
 Por producto Grupo de productos Búsqueda de Producto

Búsqueda de Producto
[Eliminar Filtro](#)

* Año(s)
Deselecciona Todo

<input type="checkbox"/> 2019	<input type="checkbox"/> 2018	<input type="checkbox"/> 2017	<input type="checkbox"/> 2016	<input type="checkbox"/> 2015
<input type="checkbox"/> 2014	<input type="checkbox"/> 2013	<input type="checkbox"/> 2012	<input type="checkbox"/> 2011	<input type="checkbox"/> 2010
<input type="checkbox"/> 2009	<input type="checkbox"/> 2008	<input type="checkbox"/> 2007	<input type="checkbox"/> 2006	<input type="checkbox"/> 2005
<input type="checkbox"/> 2004	<input type="checkbox"/> 2003	<input type="checkbox"/> 2002	<input type="checkbox"/> 2001	<input type="checkbox"/> 2000
<input type="checkbox"/> 1999	<input type="checkbox"/> 1998	<input type="checkbox"/> 1997	<input type="checkbox"/> 1996	<input type="checkbox"/> 1995
<input type="checkbox"/> 1994	<input type="checkbox"/> 1993	<input type="checkbox"/> 1992	<input type="checkbox"/> 1991	<input type="checkbox"/> 1990

* Nivel de producto 6
Tomates frescos o refrigerados

Unidad:
Dólares

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una tercera vía de selección es elegir un grupo de productos disponibles en el MAGIC. Esta opción es viable activando el círculo que se encuentra antes de “grupo de productos”. Una vez activada aparecerá una lista con los grupos disponibles. Para seleccionar alguno de ellos solo basta con dar clic sobre el nombre del grupo y este se visualizará sobre un fondo azul. En caso de seleccionar un grupo de productos, el MAGIC mostrará la información de comercio para el grupo en su conjunto y no por cada uno de los productos que lo conforman.

- Una vez seleccionado el producto se deberán elegir los años de interés sobre los que se quiere obtener información del producto. El recuadro de *años despliega los años para los que hay información disponible por país o grupo informante. En el caso de España, el MAGIC ofrece la opción de seleccionar varios o un solo año desde 1989 hasta 2019. En este ejemplo se han seleccionado los últimos cinco años (de 2015 a 2019) con el objetivo de saber cómo ha evolucionado el comercio del tomate en España (véase la imagen 23).

Imagen 23

MAGIC: selección de años en el submódulo perfiles comerciales por producto

PERFIL POR PRODUCTO

* País informante
 España

* Seleccione una opción:
 Por producto Grupo de productos Búsqueda de Producto

Búsqueda de Producto
 Eliminar Filtro

* Año(s)
 Deselecciona Todo

<input checked="" type="checkbox"/> 2019	<input checked="" type="checkbox"/> 2018	<input checked="" type="checkbox"/> 2017	<input checked="" type="checkbox"/> 2016	<input checked="" type="checkbox"/> 2015
<input type="checkbox"/> 2014	<input type="checkbox"/> 2013	<input type="checkbox"/> 2012	<input type="checkbox"/> 2011	<input type="checkbox"/> 2010
<input type="checkbox"/> 2009	<input type="checkbox"/> 2008	<input type="checkbox"/> 2007	<input type="checkbox"/> 2006	<input type="checkbox"/> 2005
<input type="checkbox"/> 2004	<input type="checkbox"/> 2003	<input type="checkbox"/> 2002	<input type="checkbox"/> 2001	<input type="checkbox"/> 2000
<input type="checkbox"/> 1999	<input type="checkbox"/> 1998	<input type="checkbox"/> 1997	<input type="checkbox"/> 1996	<input type="checkbox"/> 1995
<input type="checkbox"/> 1994	<input type="checkbox"/> 1993	<input type="checkbox"/> 1992	<input type="checkbox"/> 1991	<input type="checkbox"/> 1990

* Nivel de producto E
 Tomates frescos o refrigerados

Unidad:
 Dólares

Procesar Limpiar todo

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

- Otra opción que ofrece el MAGIC es seleccionar la unidad de medida de los valores del comercio. Las opciones son en dólares, en miles de dólares o en millones de dólares. Es importante señalar que todos los datos de valor de comercio en el MAGIC están reportados en dólares corrientes americanos. En este ejemplo se ha seleccionado en miles de dólares.
- Finalmente, para poder ejecutar la consulta se deberá dar clic sobre el botón “procesar”. En caso de que el usuario desee ajustar o añadir algún parámetro, fuera del país informante, basta con hacerlo y dar clic de nuevo en “procesar”. Sin embargo, en caso de que se desee cambiar de país informante se recomienda borrar toda la selección dando clic en el botón “limpiar todo”.

Una vez procesada la consulta, el MAGIC muestra en la parte inferior de la sección de parámetros el reporte del perfil comercial por producto. Este reporte es similar al perfil comercial por comercio bilateral e igualmente está dividido en tres partes. En una primera parte el MAGIC muestra el valor total de las importaciones, exportaciones y balanza comercial del país informante en el producto seleccionado durante los años elegidos (marcado en verde en la imagen 24). En la parte baja de los valores el MAGIC despliega también los gráficos correspondientes a cada flujo comercial, lo que permite visualizar más rápidamente la evolución del comercio del producto (marcado en naranja en la imagen 24). Estos gráficos se pueden descargar al dar clic con el botón derecho del ratón y seleccionar la opción de guardar o copiar la imagen. Adicionalmente, en la parte superior de las tablas de los flujos aparece un ícono de MS-Excel (marcados en amarillo en la imagen 24) que permite descargar los datos que aparecen en cada una de las secciones que componen esta primera parte del reporte.

Imagen 24
MAGIC: primera parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por producto



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Los datos de la imagen 24 muestran que España es un país exportador de tomate, más que importador. En 2019 las exportaciones de España (1.031 millones de dólares) fueron seis veces superiores a sus importaciones (170.000 dólares) de tomate. La balanza comercial de España en este producto confirma su estatus como exportador al mostrar en todos los años balanzas comerciales positivas. Como se observa en su gráfico, España ha mantenido casi un mismo nivel en su balanza comercial, en alrededor de 1.000 millones de dólares.

La segunda parte del reporte de “perfiles comerciales por producto” muestra la participación del producto en las importaciones y exportaciones globales del país informante (véase la imagen 25). En la terminología del MAGIC esta participación se refiere a la participación de producto, que es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones globales de un producto (es decir, desde todo el mundo) en el valor global de las exportaciones o importaciones totales del país informante.

Imagen 25
MAGIC: segunda parte del reporte en el submódulo perfiles comerciales por producto

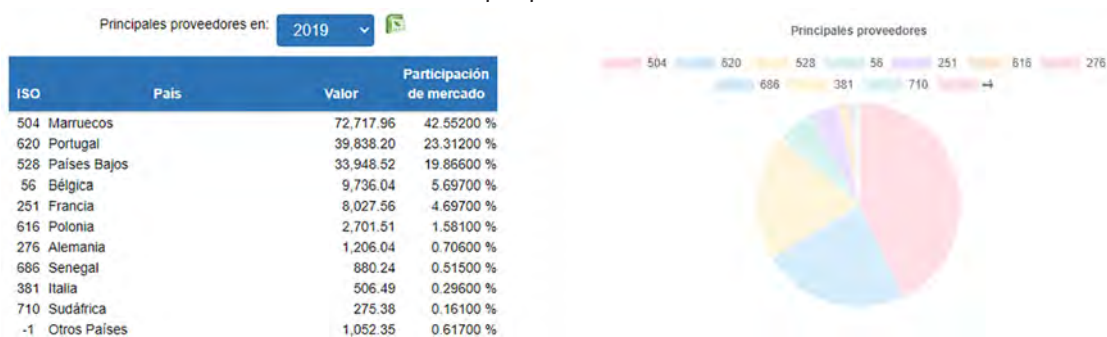


Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En la imagen 25 se muestra que la importación de tomate fresco o refrigerado en España representó alrededor del 0,04% del total de sus importaciones globales de todos los productos. En tanto, sus exportaciones del mismo producto constituyeron más del 0,30% de todas las exportaciones que España envió al mundo. Sin embargo, la participación de este producto en las exportaciones globales de España ha ido disminuyendo a lo largo de los años, como se muestra en el gráfico ubicado a la derecha de la imagen 25. Mientras que en 2015 la participación del tomate fue del 0,39%, en 2019 esta participación disminuyó casi nueve décimas de puntos porcentuales, ubicándose en 0,31%.

En la tercera parte del reporte se muestran los principales socios comerciales para el país. En una primera línea se muestran los principales proveedores del producto seleccionado en el país informante, en términos de valor y por año, con su respectivo gráfico de pastel al lado derecho (véase la imagen 26). La tabla con los principales proveedores está dividida en cuatro columnas. En la primera de ellas se muestra el código ISO del país proveedor; esta columna permite identificar a los socios comerciales en la gráfica ubicada a la derecha. En la segunda columna se muestra el nombre del socio comercial. La tercera columna contiene el valor importado por cada país socio en el año seleccionado y en el valor de unidad previamente elegido. Finalmente, en la cuarta columna se muestra la participación de mercado. En las importaciones esta participación es el porcentaje que representan las importaciones provenientes de cada país en ese producto dentro del valor total de las importaciones que el país informante realizó de ese producto globalmente, en un año específico. En algunos textos de la CEPAL también se denomina cuota de mercado.

Imagen 26
MAGIC: tercera parte del reporte, principales proveedores, en el submódulo perfiles comerciales por producto



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

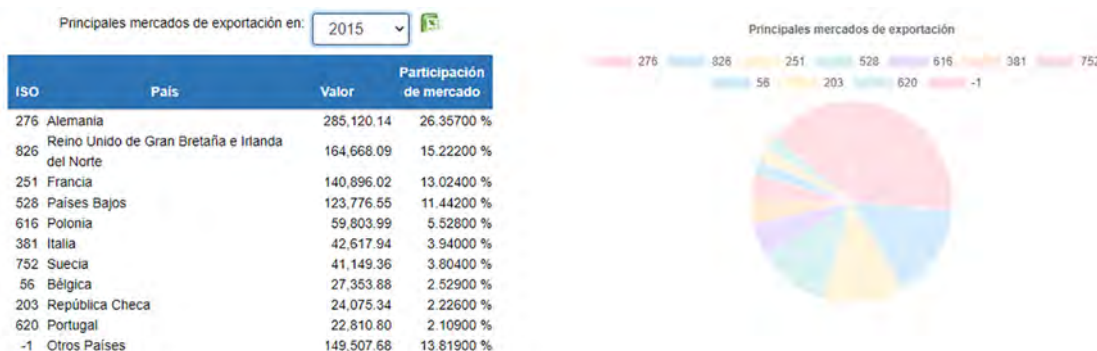
El MAGIC muestra de forma automática los principales proveedores en el último año seleccionado. Sin embargo, en caso de que se hayan seleccionado varios años, el usuario podrá elegir otro a mostrar y el MAGIC lo desplegará automáticamente; los datos del gráfico también cambiarán. En la gráfica, el usuario también puede elegir los proveedores que desea que aparezcan o desaparezcan dando clic sobre el número ISO de cada país socio. Cuando el país esté deseleccionado aparecerá una marca sobre el código del producto como se muestra en la imagen 26 en el ícono de otros países (-1).

En una segunda línea se muestran los principales mercados de exportación para el país informante. Esta parte tiene las mismas características descritas en la línea de los proveedores. La única diferencia es el sentido de la participación de mercado que en este

caso se refiere al porcentaje de las exportaciones del producto por país dentro del valor total de las exportaciones globales del producto que el país informante realizó en un año específico.

Imagen 27

MAGIC: tercera parte del reporte, principales mercados de exportación, en el submódulo perfiles comerciales por producto



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En el ejemplo de la comercialización de tomates frescos o refrigerados por España, la parte de proveedores muestra que Marruecos se ha establecido como el principal proveedor de tomates para España. En 2019 el país importó el 42% de tomates desde Marruecos de su total mundial de tomates comprados. Marruecos desplazó a Portugal, país que en 2015 figuraba como su principal proveedor. En ese año Portugal tenía una participación de mercado de casi 28% en el total de las compras españolas de tomate.

En el flujo de las exportaciones, Alemania se ha mantenido como el principal comprador de tomates españoles. Entre 2015 y 2019 España ha enviado alrededor del 30% de todos sus tomates de exportación a Alemania. Otros países de la Unión Europea también figuran entre los principales mercados de exportación de España, especialmente el Reino Unido, Francia y los Países Bajos. Los cuatro países europeos tienen una participación de mercado de más del 50% del total de las exportaciones de tomate de España, como se observa en el gráfico localizado a la derecha de la imagen 27.

B. Módulo análisis de competitividad

El segundo módulo del nuevo MAGIC corresponde al análisis de competitividad, que abarca tres tipos de reporte o submódulos: por país, por producto y por indicador. El módulo “análisis de competitividad” despliega esas tres opciones como se observa en la imagen 28.

Imagen 28

MAGIC: los tres submódulos del módulo análisis de competitividad



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

1. Submódulo análisis de competitividad por país

El análisis de competitividad por país reporta los indicadores de competitividad de todos los productos comerciados por un país informante con un determinado socio comercial, entre dos años. Para seleccionar este tipo de reporte, se debe ir al módulo análisis de competitividad y dar clic sobre la opción “por país”. Una vez seleccionado el submódulo “por país”, el sistema muestra la pantalla que aparece en la imagen 29.

Imagen 29
MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo análisis de competitividad por país

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En esta consulta son cinco los parámetros que se deben de seleccionar antes de dar clic en procesar.

1. Para generar una consulta es necesario primero seleccionar el país informante sobre el que se quiere realizar un análisis de competitividad *ex post*. Al igual que en el módulo perfiles comerciales, la pestaña localizada en la parte superior izquierda de la ventana de análisis de competitividad contiene todos los países para los que hay información sobre su comercio internacional de mercancías en el MAGIC. Al dar clic en dicha pestaña el programa despliega todos los países y grupos de países informantes disponibles (Centroamérica y la Unión Europea). Para este ejemplo se ha seleccionado Centroamérica como país informante. Esta agrupación de países bajo la forma de informante reporta la suma del comercio de los seis países centroamericanos miembros del Mercado Común Centroamericano (MCCA): Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.
2. Posteriormente se recomienda seleccionar el socio comercial sobre el que se desea realizar el análisis de competitividad con el país informante. El socio comercial puede ser un país o un grupo de países. En este caso se ha seleccionado la casilla de *grupo de países, por lo que el MAGIC muestra una pestaña con la lista de grupos disponibles a elegir. En la lista se puede buscar un grupo de países desplazando el cursor del ratón o bien la barra lateral izquierda de la lista. Otra forma de llegar rápidamente al grupo de países de interés es escribiendo la primera palabra del grupo. Por ejemplo, si se teclea la letra “m” la lista lo llevará hasta el primer grupo de países que comienza con la letra “m”. Este mismo ejercicio de selección se puede hacer cuando se elige un país.

Es importante tener en cuenta que cuando se selecciona un grupo de países, el MAGIC reporta la sumatoria del comercio con esos países, por lo que no es posible ver el comercio con cada uno de los países que integran ese grupo en esta opción.

Para este ejemplo, se ha seleccionado el grupo de países del MCCA que abarca los seis países indicados antes (véase la imagen 30). A través de esta selección se busca analizar el comercio intrarregional de los países centroamericanos.

Imagen 30

MAGIC: selección de grupo de países en el submódulo análisis de competitividad por país

The screenshot shows the 'ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR PAÍS' interface. It features several dropdown menus and radio buttons. The 'País informante' is set to 'Centro América'. The 'Selección de flujo comercial' has 'Importaciones' selected. The 'Nivel de agregación del producto' has '2' selected. The 'Socio' is set to 'MCCA'. The 'Unidad' is set to 'Dólares'. The 'Período y tipo de reporte' has 'Año base' and 'Año final' both set to 'ELUA'. The 'Anual' radio button is selected. There are 'Procesar' and 'Limpiar todo' buttons at the bottom.

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

- El tercer paso recomendable es seleccionar el flujo de comercio que se quiere analizar, es decir, el análisis de las exportaciones de un país informante hacia un socio comercial o bien el análisis de las importaciones del país informante desde un socio comercial. En el MAGIC aparece preseleccionado el flujo de exportaciones. En este ejemplo se ha seleccionado el flujo de importaciones, por lo que se deberá seleccionar este flujo dando clic sobre el círculo anterior a la palabra “importaciones”, como se observa en la imagen 31.
- Una vez elegido el flujo comercial es recomendable seleccionar el nivel de desagregación arancelaria en el que se desean analizar las importaciones o exportaciones del país informante. El MAGIC tiene predeterminado el nivel de desagregación a 2 dígitos, pero el usuario tiene la opción de seleccionar 4, 6 o 10 dígitos al dar clic en el círculo que se encuentra delante de cada opción de desagregación. Es importante tener en cuenta que la selección a 10 dígitos del SA solo es posible cuando los Estados Unidos está seleccionado como país informante. En este ejemplo se desea analizar las importaciones de Centroamérica a nivel de partida por lo que se ha dado clic sobre el círculo que precede el número 4 (véase la imagen 31).

Imagen 31

MAGIC: selección de nivel de agregación del producto en el submódulo análisis de competitividad por país

The screenshot shows the 'ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR PAÍS' interface. It features several dropdown menus and radio buttons. The 'País informante' is set to 'Centro América'. The 'Selección de flujo comercial' has 'Importaciones' selected. The 'Nivel de agregación del producto' has '4' selected. The 'Socio' is set to 'MCCA'. The 'Unidad' is set to 'Dólares'. The 'Período y tipo de reporte' has 'Año base' and 'Año final' both set to 'ELUA'. The 'Anual' radio button is selected. There are 'Procesar' and 'Limpiar todo' buttons at the bottom.

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

5. El quinto paso será seleccionar los dos años que se quieren comparar y sobre los que se van a calcular los indicadores de competitividad. Se podría decir que es un período para analizar, sin embargo, al seleccionar dos años realmente se están comparando los datos de un año inicial, llamado año base, con los datos de otro año posterior, llamado año final, sin considerar los datos de los años intermedios. Es decir, si se selecciona 2000 como año base y 2010 como año final, el MAGIC reportará la comparación del comercio entre esos dos años y no el comportamiento del comercio a lo largo de los años que comprende ese período.

Teniendo en cuenta que un año puede ser atípico por algún evento nacional o internacional que afecte la dinámica comercial del país informante; o bien por un retraso en el registro de las mercancías, el nuevo MAGIC ofrece la posibilidad de solicitar el análisis de competitividad con base en promedios móviles. Con esta opción, el MAGIC suma el comercio del año anterior y del año posterior al año seleccionado y reporta el promedio de esos tres años. Es decir, si se selecciona 2000 como año base, el MAGIC sumará los datos registrados en 1999 y 2001 a los datos de 2000 y los promediará.

En este ejemplo, se ha seleccionado un reporte anual para 2000 como año base y 2010 como año final, por lo que se ha dejado activado el período anual como aparece en las imágenes 29 a 32. En caso de requerir el reporte por promedio, será necesario activar el botón que precede la palabra “promedio” (tres años). Es importante recordar que el año base siempre deberá ser menor al año final.

6. Finalmente, el usuario tiene la opción de elegir la unidad del valor en la que quiere ver el reporte de su consulta. El MAGIC tiene preseleccionado siempre como unidad de valor los dólares, pero es posible optar por miles de dólares o millones de dólares. En esta ocasión se dejará la opción de dólares, por lo que se procederá a dar clic sobre el botón “procesar” para obtener los resultados de la consulta.

Imagen 32

MAGIC: selección de años base y final en el submódulo análisis de competitividad por país

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR PAÍS

* País informante: Centro América

* Seleccione una opción: Por país Grupo países

* Socio: MCCA

* Seleccione flujo comercial: Exportaciones Importaciones

* Nivel de agregación del producto: 2 4 6 110

** Aplica solo para Estados Unidos como país informante

* Seleccione el periodo y tipo de reporte:

Año base: 2000 Año final: 2010

Unidad: Dólares

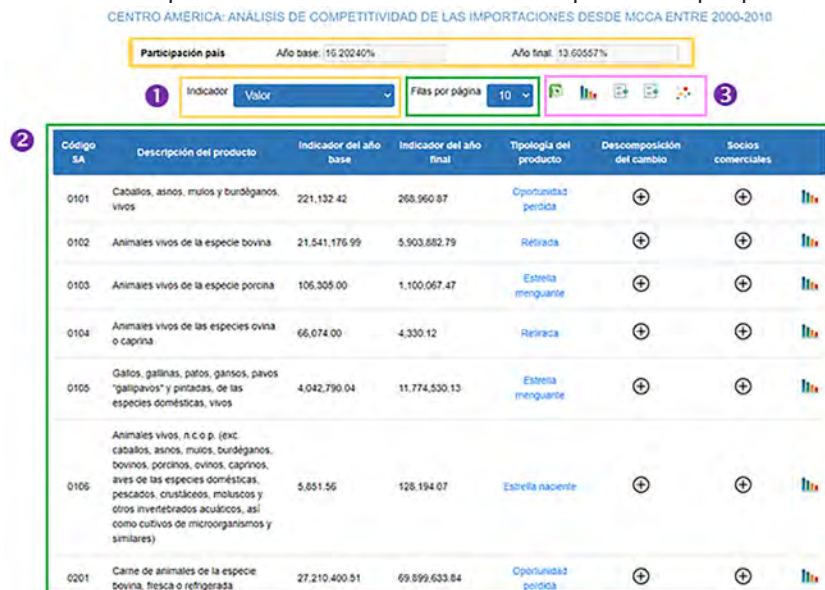
Anual Promedio (3 años)

Procesar Limpiar todo

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Una vez procesada la consulta, el MAGIC muestra en la parte inferior de la sección de parámetros el reporte del análisis de competitividad por país. Este reporte está compuesto de tres secciones: i) los botones de selección de indicadores y reporte individual (señalados en amarillo en la imagen 33); ii) la tabla de reporte de los indicadores por producto (señalados en verde), y iii) los recursos de información adicional y de descarga de datos (señalados en rosa).

Imagen 33
MAGIC: reporte del submódulo análisis de competitividad por país

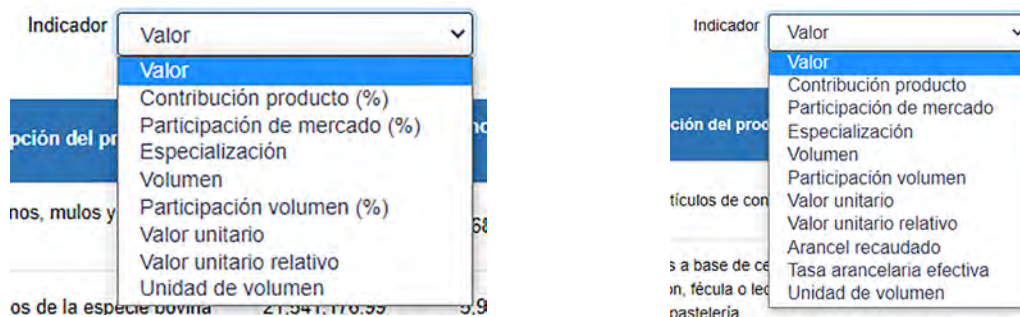


Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

La primera sección corresponde a los indicadores. El primero de ellos está localizado abajo del título del reporte, con el nombre participación país. Este indicador se reporta por separado debido a que se refiere al comercio total del país socio con el país informante y no al comercio de cada uno de los productos enlistados. En este caso la participación de país del 16,2% en el año base significa que en 2000 Centroamérica compró del MCCA el 16% de todas sus importaciones globales de mercancías y que este porcentaje disminuyó al 13,6% en 2010 (el año final).

El resto de los indicadores se enlistan bajo la pestaña indicador, que inicia por valor y sigue con contribución de producto, participación de mercado, especialización, volumen, participación volumen, valor unitario, valor unitario relativo y unidad de volumen, como se observa a la izquierda en la imagen 34. Esta lista de indicadores está disponible para los países de Centroamérica, México y para los países de la Unión Europea. Para los Estados Unidos adicionalmente se incluye información sobre arancel recaudado y tasa arancelaria efectiva dentro de la lista de indicadores, como se observa a la derecha de la imagen 34.

Imagen 34
MAGIC: indicadores disponibles en el submódulo análisis de competitividad por país



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

La segunda sección del informe abarca la tabla de reporte de los indicadores por producto, en la que se indican los valores de cada uno de los indicadores seleccionados en la pestaña anterior. La tabla está compuesta por ocho columnas. En la primera, de izquierda a derecha, se muestra el código arancelario de todos los productos comercializados entre el país informante y el socio comercial, en los años seleccionados. En este caso se muestra en orden descendente y a 4 dígitos, de acuerdo con los parámetros de la consulta. En la segunda columna se muestra la descripción del producto en relación con su código arancelario. En este ejemplo, el código 0101 corresponde a caballos, asnos, mulas y burdéganos vivos. En la tercera y cuarta columnas se muestra la información de cada indicador seleccionado, en el año base y el año final.

En el ejemplo de la imagen 33 el indicador seleccionado es valor, por lo que la columna de año base indica que en 2000 Centroamérica importó 221.132,42 dólares del producto 0101 y en 2010 ese valor se incrementó a 268.960,87 dólares. La quinta y sexta columnas contienen una liga para abrir una ventana emergente y ver los indicadores de la tipología del producto y de la descomposición del cambio, respectivamente. En la séptima columna hay también una liga para una ventana emergente con información sobre los principales socios del país informante en cada uno de los productos enlistados. En este caso, dado que el flujo seleccionado fue importaciones, los socios son los principales proveedores de cada producto para Centroamérica. Finalmente, en la octava columna se muestra una imagen de gráfico que permite abrir otra ventana emergente donde se muestran los gráficos correspondientes a todos los indicadores anuales enlistados por producto.

Las primeras cuatro columnas permiten ordenar la información de mayor a menor, o viceversa. En las últimas cuatro columnas se ofrece información adicional a través de ventanas emergentes, dando clic sobre la liga en azul (en la columna de tipología de producto), dando clic sobre el signo de suma (en las columnas de descomposición del cambio y de socios comerciales), o bien dando clic sobre la imagen del gráfico. Se recomienda revisar los ajustes preestablecidos en los navegadores utilizados, a fin de que el sistema pueda mostrar las ventanas emergentes.

Un componente adicional de esta tabla es la opción de “filas por página” marcada en verde en la imagen 33. Este componente permite seleccionar el número de registros a mostrar por página. Las posibilidades son 10, 20 o 50 registros por página. Este elemento se encuentra en relación con la última parte del reporte, localizado debajo de la tabla de despliegue. Los números en la parte baja de la tabla indican el número de páginas disponibles para cada consulta. Entre mayor sea la desagregación de los productos y menor el número de filas por página, mayor será el número de páginas disponibles.

La tercera sección del reporte de competitividad por país contiene ligas para la descarga de los datos, visualización de gráficos con información general e información adicional para la tipología de producto y la descomposición del cambio. El ícono de MS-Excel, localizado al lado de la pestaña de filas, permite descargar toda la información de la consulta de acuerdo con el indicador seleccionado. Si el indicador en la pestaña “indicador” es valor, el archivo MS-Excel descargará información sobre el valor de todos los productos en el año base y año final, más la columna sobre tipología del producto. En caso de que se requiera descargar información sobre otro indicador, el usuario deberá seleccionar primero el indicador requerido y posteriormente descargar el archivo MS-Excel. A la derecha del ícono

MS-Excel se encuentra el ícono de gráfico, que solo grafica el valor y volumen total del comercio del país informante y el socio comercial en los años seleccionados. Estos gráficos se pueden descargar dando clic con el botón derecho del ratón y seleccionando la opción de salvar o copiar la imagen.

El tercer ícono, localizado a la derecha del gráfico corresponde al “informe completo de tipología de producto”. Al dar clic sobre ese ícono se abrirá una ventana emergente con información desagregada sobre la tipología para cada producto, es decir, para cada producto se muestran tres columnas, la primera con su tipología de producto, la segunda con el cambio en la participación de mercado y la tercera con el cambio en la participación de producto, ambos cambios entre el año base y el año final. La tabla de tipología puede ordenarse por columna, lo que permite identificar los productos con mayor dinamismo y con mayor o menor demanda en el mercado informante. El ícono de MS-Excel localizado en la parte superior permite descargar toda la información contenida en el cuadro emergente.

El cuarto ícono, localizado a la derecha del informe de tipología de producto es el “informe completo de descomposición del cambio”. Al igual que el informe anterior, al dar clic sobre este ícono se despliega un informe con los cálculos de todos los componentes de la descomposición del cambio para todos los productos. Las columnas se pueden ordenar para identificar los productos de acuerdo con un componente del análisis de descomposición determinado.

Finalmente, el ícono de “matriz de competitividad”, ubicado en el extremo derecho de la tercera sección del reporte muestra la localización de todos los productos comercializados en la matriz de acuerdo con su tipología de producto. A nivel de 2 dígitos la matriz muestra todos los productos comercializados. Sin embargo, a partir de 4 dígitos el usuario tiene la opción de elegir el capítulo de su interés y el número de productos a desplegar. Es posible descargar la matriz como imagen dando clic en el botón derecho del ratón y seleccionando copiar o guardar imagen.

Utilizando el gráfico que se encuentra en la parte superior de la tabla se observa que en términos de valor las importaciones de Centroamérica desde el MCCA pasaron de 3.581 millones de dólares, a 7.306 millones de dólares, entre 2000 y 2010 (véase la imagen 35). Esta misma tendencia se observa en el volumen de las importaciones. Sin embargo, como se mencionó con anterioridad, la participación de las importaciones intrarregionales respecto a las importaciones totales de Centroamérica disminuyó entre 2000 y 2010, al disminuir su participación país del 16,2% al 13,6% entre ambos años. Este cambio podría explicarse por un aumento en el valor de las importaciones de otros socios comerciales que hacen que si bien las provenientes del MCCA hayan aumentado en términos absolutos, en términos relativos se registró una disminución.

Si se selecciona el indicador de valor y se ordena de mayor a menor la columna de año final, se observa que los primeros cinco productos de importación a nivel de partida (4 dígitos del SA) fueron los medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí o sin mezclar (3004), los artículos de transporte o envasado de plástico (3923), los productos de panadería (1905), las preparaciones alimenticias (2106) y el agua con adición de azúcar (2202). Para saber el peso relativo de estos productos en las importaciones intrarregionales del MCCA se ha seleccionado el indicador de contribución del producto. Mediante este indicador se puede ver que esos cinco principales productos sumaron el 17,64% del total

de las importaciones intrarregionales en 2010, un porcentaje mayor al que tuvieron en 2000 estos mismos productos. Este cambio está relacionado con el aumento en la contribución de los cinco productos, como se observa en la imagen 36, a excepción de los medicamentos que disminuyeron su contribución en las importaciones intrarregionales del 9,2% a casi el 6,7% entre 2000 y 2010.

Imagen 35
MAGIC: indicadores disponibles en el submódulo análisis de competitividad por país



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Imagen 36
MAGIC: indicadores disponibles en el submódulo análisis de competitividad por país

CENTRO AMÉRICA: ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LAS IMPORTACIONES DESDE MCCA ENTRE 2000-2010

Participación país: Año base: 16.20240% Año final: 13.6057%

Indicador: Contribución producto Filas por página: 10

Código SA	Descripción del producto	Indicador del año base	Indicador del año final	Tipología del producto	Descomposición del cambio	Socios comerciales
3004	Medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos; dosificados "incl. los administrados por vía transdérmica" o acondicionados para la venta al por menor (exc. productos de las partidas 3002, 3005 ó 3006)	9.24117	6.60092	Oportunidad perdida	+	+
3923	Artículos para transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico	1.47814	3.10131	Estreña naciente	+	+
1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incl. con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos simili	1.52106	2.74455	Estreña naciente	+	+
2106	Preparaciones alimenticias, n.c.p.	2.23440	2.71925	Estrecho emergente	+	+
2202	Agua, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas (exc. los jugos de frutas o de hortalizas de la partida 2009)	0.72617	2.39932	Estreña naciente	+	+

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Otro de los indicadores que muestra el análisis de competitividad es la participación de mercado que, como se vio en el perfil comercial por producto, es el porcentaje que representan las importaciones desde cada país en las importaciones totales del producto. En este ejercicio, por ejemplo, en la compra de medicamentos Centroamérica importó el 24% de estos productos del mercado intrarregional y el 76% de otros países fuera de la región. por el contrario, en la importación de agua Centroamérica adquirió más del 82% del agua de la región y solo el 18% de socios fuera del MCCA. Si se ordena de mayor a menor la participación de mercado se puede ver que hay productos como las cerdas

de cerdo y de jabalí (0502) que Centroamérica importó exclusivamente del MCCA y que aumentaron su participación de mercado con respecto a 2000 (15%). En sentido contrario, es decir ordenado de menor a mayor, también se pueden identificar otros productos como los intermedios de hierro o acero sin alear (7207), que Centroamérica prácticamente no importó intrarregionalmente y cuya participación incluso disminuyó entre 2000 (0,6%) y 2010 (0,00017%).

El indicador de participación de mercado es muy importante en el análisis de la competitividad y es parte esencial del análisis *ex post* de las exportaciones. De acuerdo con esta metodología a cada país, independientemente de su patrón de especialización exportador, le interesa aumentar su participación en el mercado destino de sus exportaciones. En este sentido, el aumento de su participación está relacionado con su capacidad de competir internacionalmente y por ende con su competitividad exportadora. Bajo este supuesto, en el MAGIC se considera que cuando un país disminuye su participación de mercado está perdiendo competitividad en el mercado de referencia¹.

Para profundizar en este análisis, el MAGIC se apoya en otros factores que podrían estimular o desalentar el aumento de las exportaciones de un país como el precio del producto (valor unitario), su valor respecto al precio promedio mundial (valor unitario relativo), la relación entre el peso de la contribución del producto y la participación del producto en el mercado destino (especialización), los cambios en la demanda del producto (participación de producto) así como barreras comerciales arancelarias (arancel recaudado, tasa arancelaria efectiva, tasa equivalente *ad valorem*), y otros costos asociados al comercio (costo del transporte²).

Sin embargo, el usuario debe tener en mente que en este tipo análisis no se están considerando otros factores como las políticas cambiarias, la eficiencia de los canales de comercialización, los sistemas financieros, los acuerdos internacionales o las estrategias empresariales que podrían también estimular o desalentar el aumento de las exportaciones. Tampoco se están considerando factores *ex ante*, ligados a la eficiencia y las condiciones de producción que podrían afectar el desempeño de las exportaciones³. Asimismo, tampoco se considera que la disminución en la participación de mercado pueda ser resultado de una estrategia empresarial o de país para enfocarse en otros productos y no siempre una disminución en la competitividad.

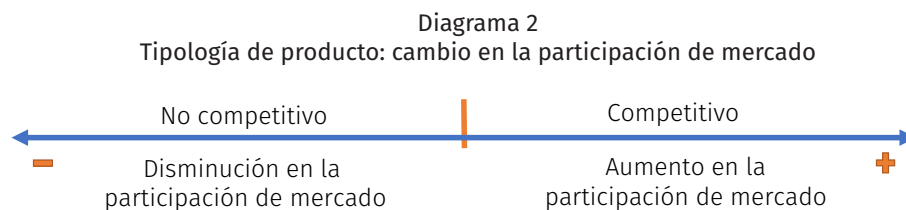
La tipología del producto está ligada al cambio en la participación de mercado entre el año base y el año final. Por ejemplo, la reducción de la participación de mercado del MCCA en las importaciones totales de medicamentos de Centroamérica del 43,8% al 24% entre 2000 y 2010 significó una reducción de 19,76 puntos porcentuales que califica al producto del MCCA en el mercado centroamericano como no competitivo. Contrariamente, las preparaciones alimenticias tuvieron un cambio positivo en la participación de mercado al pasar de una participación del 32,6% al 38,2%, en el mismo período. Este cambio significó

¹ Para más información sobre la metodología empleada en el MAGIC se recomienda consultar Hernández y Romero (2009) Módulo para Analizar el Comercio del Comercio Internacional (MAGIC Plus), manual para el usuario (LC/L.3020/REV.1), Canadian International Development Agency/Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), octubre.

² Los indicadores de tasa equivalente *ad valorem* y otros costos asociados al comercio se pueden consultar a través del módulo de cargos al comercio del nuevo MAGIC.

³ V. Madeiros, L. Gonçalves Godoi y E. Camargos Teixeira (2019), "La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para los países en desarrollo", *Revista de la CEPAL*, N° 129, Santiago de Chile, diciembre.

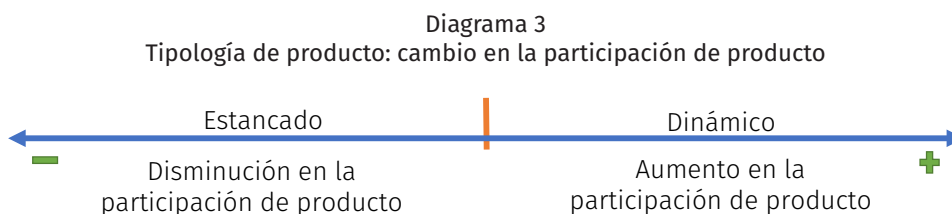
un aumento de más de 5 puntos porcentuales, por lo que se calificaría al producto del MCCA como competitivo. Estos dos ejemplos permiten vislumbrar que un producto solo puede calificarse como competitivo o no competitivo dependiendo del cambio en su participación de mercado (véase el diagrama 2). Este cambio también se puede ver como una mayor o menor oferta del país exportador en el producto.



Fuente: Elaboración propia.

El segundo componente de la tipología de producto es el cambio en la participación de producto. Como se vio en el submódulo de perfil comercial por producto este es el porcentaje que representa el valor de las importaciones globales de un producto (como los medicamentos o la panadería) en el valor de las importaciones globales totales del mercado seleccionado, en este caso de Centroamérica. En este módulo no es posible ver la participación de producto, aunque con información del submódulo de competitividad por producto se puede ver que el porcentaje de medicamentos dentro del total de importaciones de Centroamérica aumentó del 1,13% al 1,26%, entre 2000 y 2010, es decir, hubo un cambio en la participación de producto de 0,13 puntos porcentuales. Contrariamente, el porcentaje de las importaciones de preparaciones alimenticias en el total importado por Centroamérica (participación de producto) disminuyó del 0,37% al 0,32%, es decir, hubo un cambio de menos 0,05 puntos porcentuales.

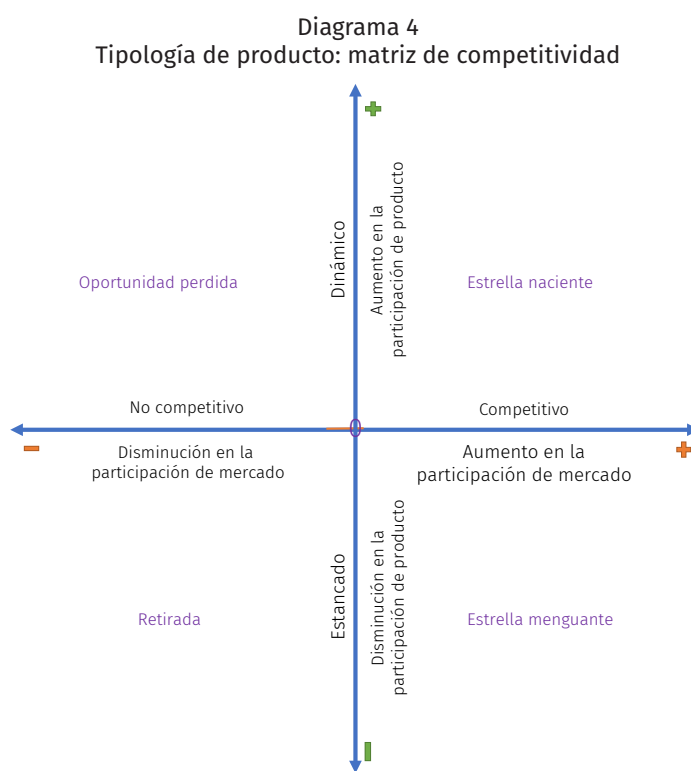
En la terminología del MAGIC, cuando la participación de un producto aumenta se considera como un sector dinámico, mientras que cuando disminuye se considera como un sector estancado. Al igual que en la participación de mercado, los dos productos permiten vislumbrar que un producto (sector) solo puede clasificarse como dinámico o estancado dependiendo del cambio en su participación de producto (véase el diagrama 3). En términos de demanda, el sector dinámico sería un producto con aumento en la demanda en el mercado de estudio (como los medicamentos); en tanto, un sector estancado sería aquel con una disminución de demanda en el mercado de estudio (como las preparaciones alimenticias).



Fuente: Elaboración propia.

Al combinar ambos cambios se obtiene una matriz de competitividad (véase el diagrama 4) que permite clasificar los productos en cuatro categorías, dependiendo de los cambios en sus participaciones de mercado y de producto en los dos años seleccionados. Si un producto aumentó su participación de mercado, entre el año base y el año final,

se ubicaría al lado derecho de la matriz de competitividad, en el sector competitivo, ya sea como estrella naciente o como estrella menguante. Este es el caso de los productos de panadería y las preparaciones alimenticias en las importaciones intrarregionales del MCCA. Por el contrario, si un producto disminuyó su participación de mercado entre ambos años se ubicaría del lado izquierdo de la matriz, en el sector no competitivo, ya sea como oportunidad perdida o retirada. Tal es el caso de los medicamentos o del papel higiénico (4818).



Fuente: Elaboración propia.

La ubicación o calificación final del producto dependerá de su relación con el cambio en la participación de cada producto en las importaciones globales de Centroamérica. Si esta participación aumentó en el período estudiado el producto se ubicaría en la parte superior de la matriz, en el sector dinámico, ya sea como estrella naciente u oportunidad perdida. Este es el caso de los productos de panadería o medicamentos. Si, por el contrario, la participación del producto disminuyó entre el año base y el año final, el producto se ubicaría en la parte inferior de la matriz, como sector estancado, ya sea como retirada o estrella menguante. Este es el caso del papel higiénico o las preparaciones alimenticias.

En el nuevo MAGIC la tipología de cada producto se anota en la columna cinco de la tabla de reporte titulada "Tipología del producto". En este ejemplo, en la imagen 37 se muestra que los medicamentos se han clasificado como oportunidad perdida, los productos de panadería como estrella naciente, las preparaciones alimenticias como estrella menguante y el papel higiénico como retirada. Si se da clic sobre estas clasificaciones marcadas en azul el MAGIC abrirá una ventana con información para cada producto que muestra los cambios de cada participación. En la imagen 37 se puede ver un ejemplo de esta ventana para las preparaciones alimenticias en el que se muestra una participación de mercado positiva

(lado derecho de la matriz) y una participación de producto negativa (parte inferior de la matriz), por lo que el producto se clasificó como estrella menguante, lo que significa un producto competitivo en un sector estancado.

Imagen 37

MAGIC: ventana de tipología por producto en el submódulo análisis de competitividad por país

TIPOLOGÍA DEL PRODUCTO

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD PARA EL PRODUCTO PREPARACIONES ALIMENTICIAS, N.C.O.P. (2106)

CENTRO AMÉRICA: IMPORTACIONES DESDE MCCA EN 2000 - 2010

Filas por página: 

Código SA	Descripción del producto	Tipología	Cambio participación de mercado	Cambio participación de producto
2106	Preparaciones alimenticias, n. c. o. p.	Estrella menguante	5,59	-0,14

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En el cuadro 1 se han anotado los cambios en la participación de cada uno de los cuatro productos en el comercio intrarregional que se han tomado como ejemplo. En el cuadro se pueden observar las cuatro combinaciones posibles que permiten clasificar a los productos en función del aumento o disminución de la demanda del producto en el mercado de estudio (participación de producto) y la reacción o comportamiento que el socio comercial tuvo ante ese cambio en la demanda, ya sea aumentando o disminuyendo su oferta (participación de mercado). Los indicadores anuales y la descomposición del cambio en el nuevo MAGIC ayudarían a explicar las razones de la tipología de cada producto. Es importante anotar que esta lectura funciona sobre todo en el flujo de las importaciones, ya que en las exportaciones su interpretación podría ser diferente.

Cuadro 1

Centroamérica: tipología de producto de productos seleccionados en sus importaciones desde el MCCA, 2000 y 2010

Código y descripción de producto	Tipología	Cambio participación de mercado	Cambio participación de producto
1905 – Productos de panadería	Estrella naciente	9,39 (+)	0,12 (+)
2106 – Preparaciones alimenticias	Estrella menguante	5,59 (+)	-0,14 (-)
3004 – Medicamentos constituidos por productos mezclado	Oportunidad perdida	-19,76 (-)	0,36 (+)
4418 – Papel higiénico	Retirada	-4,59 (-)	-0,06 (-)

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la información del nuevo MAGIC.

Otras herramientas de tipología del producto incluidas en el nuevo MAGIC que ayudan a analizar la competitividad del país socio en el mercado del país informante son la matriz de competitividad global y el reporte de tipología global, ambos ubicados encima de la tabla reporte. En la imagen 38 se observa la matriz de competitividad de Centroamérica en los 100 principales productos importados desde el MCCA, que representaron el 73,6% del

total de las importaciones intrarregionales en 2010. Inicialmente la matriz permite ver que la participación de los productos comercializados intrarregionalmente ha variado poco entre 2000 y 2010, con cambios menores a 0,2 puntos porcentuales, en su mayoría, lo que refleja un cambio mínimo en la canasta de productos demandados en Centroamérica. Contrariamente, los cambios en la participación de mercado han sido de más de 80 puntos porcentuales en algunos casos, lo que significaría un ajuste del MCCA como proveedor de los productos comercializados. La mayor concentración de los principales 100 productos se ubica del lado derecho de la matriz, lo que implicaría una pérdida de competitividad del MCCA como proveedor de mercancías. Sin embargo, del lado derecho de la matriz también se observa (al pasar el ratón sobre los círculos de la matriz) que algunos productos como las cerdas de cerdo, la yerba mate, el pescado comestible y otros productos han aumentado en más de 40 puntos porcentuales su participación de mercado en las importaciones intrarregionales, lo que implicaría una mayor competitividad de los países centroamericanos en esos productos.

Imagen 38
MAGIC: matriz de competitividad en el submódulo análisis de competitividad por país



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Para saber cuáles son los productos que más experimentaron un cambio en la participación de producto (mayor o menor demanda) o en la participación de mercado (mayor o menor competitividad) es de gran utilidad usar el reporte general de tipología de producto, ubicado en la parte superior de la tabla. Al ordenar de mayor a menor la columna de cambio en la participación de producto, por ejemplo, se aprecia que el producto que más incrementó su demanda en el mercado centroamericano fueron los aceites de petróleo (7,81 puntos porcentuales), pero que los países centroamericanos disminuyeron su participación de mercado (6,11 puntos porcentuales) entre 2000 y 2010, lo que denotaría una oportunidad perdida. El mismo ejercicio en la columna de participación de mercado permite identificar a las cerdas de cerdo o jabalí como el producto en el que los países

centroamericanos ganaron más participación de mercado frente a otros competidores, llegando incluso a satisfacer toda la demanda del producto en la región centroamericana.

Otros de los indicadores que ofrece el MAGIC y que complementan el análisis de la tipología del producto son la descomposición del cambio (que se abordará en la sección III.B.2) y los indicadores anuales de especialización, volumen, participación de volumen, valor unitario y valor unitario relativo (que se abordarán con mayor profundidad en la sección III.B.3).

2. Submódulo análisis de competitividad por producto

El análisis de competitividad por producto permite comparar el desempeño de los proveedores o de los mercados de destino con respecto a la importación o exportación de un producto o grupo de productos determinado entre dos años. Para seleccionar este tipo de reporte hay que seleccionar del módulo “análisis de competitividad” la opción “por producto”. Una vez seleccionado el submódulo “por producto”, el sistema muestra la pantalla que aparece en la imagen 39.

Imagen 39

MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo análisis de competitividad por producto

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR PRODUCTO

País informante:

* Seleccione una opción:
 Producto Grupo de productos Búsqueda de Producto

* Seleccione nivel de agregación:
 2 4 6 10

**Aplica solo para Estados Unidos como país informante

*Seleccione flujo comercial:
 Exportaciones Importaciones

*Seleccione el período y tipo de reporte:
 Año base: Año final:
 Anual Promedio (3 años)

* Nivel de producto 2

* Nivel de producto 4

* Nivel de producto 6

* Nivel de producto 10

Unidad:

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En esta consulta se deben seleccionar cuatro parámetros antes de dar clic en procesar.

1. El primer paso es seleccionar el país informante del que se hará el análisis de competitividad *ex post*. Al igual que en los módulos y submódulos anteriores, la pestaña localizada en la parte superior izquierda de la ventana de análisis de competitividad contiene todos los países para los que se tiene información sobre su comercio internacional de mercancías en el MAGIC. Al dar clic en dicha pestaña el programa despliega todos los países y grupos de países (Centroamérica y la Unión Europea) informantes disponibles. Para este ejemplo se ha seleccionado a los Estados Unidos como país informante.
2. Una vez seleccionado el país informante se deberá elegir el producto o grupo de productos sobre los que se desea tener información. Al igual que en el módulo de

“perfil comercial por producto”, el programa ofrece tres vías de selección: i) buscando un solo producto a través de su código del SA y su nivel de desagregación; ii) por una palabra clave o por el código del SA del producto, o iii) por una agrupación de productos preestablecidos en el MAGIC o creados por el usuario.

En este ejemplo se ha seleccionado el producto de acuerdo con su desagregación y código del SA. El producto buscado fue termómetros clínicos. Dado que en este ejemplo se deseaba analizar el producto a su máximo detalle, se ha seleccionado la opción a 10 dígitos del SA dando clic en el círculo que aparece antes del número **10. Dado que es una línea nacional su descripción aparecerá siempre en el idioma inglés, independientemente del idioma elegido en el sistema MAGIC. De las cuatro líneas nacionales disponibles se ha elegido la 9025198040 con la descripción Clinical thermometers, not combined with other instruments. Al final, la selección del producto aparece como se muestra en la imagen 39.

3. El tercer paso recomendable es seleccionar el flujo de comercio que se quiere analizar, es decir, el análisis de las exportaciones del producto del país informante hacia sus socios comerciales, o bien el análisis de las importaciones del producto en el mercado del país informante desde todos sus proveedores. En este ejemplo se busca conocer el desempeño de los proveedores de termómetros en el mercado estadounidense, por lo que se ha seleccionado el flujo de importaciones dando clic en el círculo que se encuentra antes de la palabra “importaciones”, como se muestra en la imagen 39.
4. El cuarto parámetro obligatorio es seleccionar los dos años que se quieren comparar y el tipo de reporte que se requiere, ya sea anual o por promedio de tres años, como se vio en el submódulo de “análisis de competitividad por país”. En este ejemplo se ha seleccionado 2015 como año base y 2018 como año final. Para disminuir el efecto de años atípicos o errores en las estadísticas de comercio se ha seleccionado el reporte por promedio. Para activar esta opción se debe dar clic en el círculo que se encuentra antes de la palabra “promedio (tres años), como se observa en la imagen 39. Una vez escogidos todos los parámetros obligatorios, se debe dar clic en el botón “procesar” para ejecutar la consulta y obtener los resultados que se mostrarán debajo de la pantalla de selección de parámetros.

El reporte de “competitividad por producto” contiene casi los mismos elementos que el módulo de “competitividad por país” en las primeras dos secciones de indicadores y tabla, con la diferencia de que en lugar de reportar en la tabla los productos comercializados, se muestran los socios con los que el país informante comercializó el producto elegido. En este ejemplo se muestran los países desde los cuales los Estados Unidos importaron termómetros clínicos entre 2014 y 2016 (con 2015 como año base promedio) y entre 2017 y 2019 (con 2018 como año final promedio). Es decir, en este ejemplo se estaría cubriendo efectivamente el período 2014-2019, pero como dos promedios.

En la primera sección correspondiente a los indicadores, la principal diferencia es el indicador situado debajo del título del reporte. En lugar de reportar la participación país, como en el submódulo de análisis de competitividad por país, se reporta la participación producto, dado que la consulta gira en torno a un solo producto. Esta participación corresponde al porcentaje que representa el producto, en esta ocasión los termómetros, en las importaciones globales totales de los Estados Unidos. En promedio, en 2015 la compra

de termómetros clínicos significó el 0,0019% del total de las importaciones de mercancías de los Estados Unidos desde todos sus socios comerciales. En 2018, este porcentaje se incrementó a cerca del 0,0023% del total de sus compras. Los indicadores contenidos en la pestaña de “indicador” son los mismos que los observados en el submódulo de competitividad por país (véase la imagen 40).

Imagen 40
MAGIC: elementos del reporte en el submódulo análisis de competitividad por producto

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA: ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LAS IMPORTACIONES DE - CLINICAL THERMOMETERS, NOT C (90251980), ENTRE 2015-2018

Pais	Indicador del año base	Indicador del año final	Tipología del producto	Descomposición del cambio
Alemania	148,584.33	482,353.00	Estreña naciente	+
Canadá	96,594.67	254,169.33	Estreña naciente	+
China	53,465,482.33	59,012,213.33	Oportunidad perdida	+
China Taiwán	2,346,515.00	1,878,278.00	Oportunidad perdida	+
Costa Rica	1,062,496.00	2,262,739.00	Estreña naciente	+
Finlandia	28,221.33	4,482.33	Oportunidad perdida	+
Francia	11,210.67	8,277.00	Oportunidad perdida	+
India	15,511.67	4,592.00	Oportunidad perdida	+
Hong Kong, China	1,491,171.00	1,002,551.67	Oportunidad perdida	+
Israel	2,085.67	146,917.33	Estreña naciente	+

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

La segunda sección corresponde a la tabla de reporte, que se compone de cinco columnas y una pestaña de selección de número de registros por página. La primera columna, en lugar de tener el producto, muestra el nombre del país socio con el que se comercializó el producto previamente seleccionado. La segunda y tercera columnas muestran los datos de los indicadores para los años base y final. Finalmente, la cuarta y quinta columnas contienen ligas para ver información complementaria sobre la tipología del producto y el reporte de la descomposición del cambio, respectivamente. Los datos de la segunda y tercera columna cambian dependiendo del indicador seleccionado en la pestaña de “indicador”, al igual que la descarga de los datos de MS-Excel.

La tercera sección del reporte contiene ligas para descargar los datos y visualizar los gráficos con información general, así como los reportes generales de tipología de producto y de descomposición del cambio. La principal diferencia con respecto al submódulo de competitividad por país reside en incluir un mapa que permite ver geográficamente los socios comerciales con los que el país informante comerció el producto seleccionado. En este ejemplo, se ha seleccionado como indicador el valor y al dar clic en el mapa se pueden observar socios comerciales (China y México) iluminados en un azul fuerte, mientras que otros (como el Canadá y Francia) se iluminan en verde claro (véase la imagen 41). Esto se debe a que el mapa solo diferencia entre los máximos y mínimos, es decir, en este ejemplo

China y México fueron los mayores proveedores en términos de valor, mientras que el resto de los socios registraron valores menores y por tanto aparecen iluminados en verde claro.

Imagen 41

MAGIC: mapa de socios comerciales en el submódulo análisis de competitividad por producto

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA: IMPORTACIONES DE - CLINICAL THERMOMETERS, NOT C (902519 -) POR PAÍS SOCIO, 2018 (PARTICIPACIÓN DE MERCADO (%))



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Al igual que en el submódulo de competitividad por país, el ícono de MS-Excel permite descargar los datos de la tabla de acuerdo con el indicador seleccionado. El gráfico permite observar los cambios en el valor y volumen totales comercializados en el producto. Finalmente, los reportes de tipología del producto y descomposición del cambio, localizados del lado derecho del mapa, permiten analizar a profundidad los principales indicadores de competitividad y comparar el desempeño de los proveedores de termómetros en el mercado estadounidense.

En el análisis de los datos arrojados en este reporte lo primero que se observa es que entre 2015 y 2018 los Estados Unidos⁴ importaron termómetros clínicos de 17 países diferentes. Al observar los datos por valor y ordenarlos de mayor a menor en el año final (2018) resalta que China es su principal proveedor de termómetros clínicos, pues los Estados Unidos le pagaron en promedio más de 59 millones de dólares por más de 27 millones de termómetros. A este país le siguieron México, Costa Rica, la Provincia China de Taiwán y Hong Kong (China) como los cinco principales proveedores de termómetros.

Al seleccionar el indicador de participación de mercado se ve que el mercado de termómetros en los Estados Unidos ha estado concentrado en prácticamente dos proveedores: China y México. Al observar el mapa de la imagen 41 se corrobora esta concentración de más del 94,5% en esos mercados. El resto de los cinco proveedores solo le venden a los Estados Unidos el 4,5% de los termómetros que compra a nivel mundial y de los otros países enlistados adquiere el 1% restante.

En la misma tabla de participación de mercado se observa que la participación de mercado de China ha disminuido en el período estudiado, lo que implicaría una pérdida de mercado de más de 11 puntos porcentuales, al pasar de una participación del 62,7%, en 2015, al 51,3%, en 2018. Por el contrario, en México, segundo proveedor de termómetros en el

⁴ En el reporte del valor de las importaciones de los Estados Unidos el término valor solo comprende el costo de la mercancía y no los otros cargos al comercio, es decir, las importaciones de los Estados Unidos en el MAGIC no son CIF, no comprenden el coste de seguro y flete. Por tal razón, el valor de las importaciones de los Estados Unidos no siempre coincidirá con el valor reportado en otras bases de datos de comercio que usualmente reportan en términos CIF.

mercado estadounidense se constata un aumento en la participación de mercado de más de 12 puntos porcentuales en el mismo período. La calificación del desempeño exportador de ambos mercados se puede ver en la columna de tipología de producto. Mientras que China se califica como oportunidad perdida, México fue una estrella naciente en ese producto dinámico en el mercado estadounidense⁵. La competitividad exportadora de México frente a los otros socios se corrobora en el reporte general de tipología del producto, que muestra a México como el proveedor de termómetros en el mercado estadounidense que más participación de mercado ganó en el período estudiado. En cambio, China fue el país que mayor participación de mercado perdió en el mismo período.

Para analizar con mayor profundidad el desempeño exportador de ambos países se consideraron los componentes de la descomposición del cambio de ambos países en ese producto y mercado. La descomposición del cambio es una herramienta de cálculo en el MAGIC que explica en qué proporción el dinamismo del mercado destino (efecto demanda), su estructura (efecto interacción) y la competitividad del exportador (efecto participación) influyeron en el cambio en el valor de las importaciones durante un período determinado. Para acceder a esta herramienta basta dar clic sobre el signo + (más) que se encuentra en la columna de descomposición del cambio de la tabla de reporte.

Las ventanas de descomposición del cambio están compuestas por diez columnas. Las dos primeras ofrecen datos de país y las otras ocho son los componentes de la descomposición. El primer componente es el cambio que indica el monto, en términos de valor, en que se incrementaron o disminuyeron las importaciones del producto entre el año base y el año final⁶. En el caso de China las exportaciones de termómetros clínicos a los Estados Unidos pasaron de 53,5 millones de dólares en 2015, a 59 millones de dólares en 2018. La resta de ambas cifras da como resultado un aumento de 5,5 millones de dólares en las exportaciones de termómetros de China a los Estados Unidos, lo que se considera como el cambio. En México ese cambio también fue positivo, pero fue cuatro veces más que el de China, 23,5 millones de dólares. Para saber qué parte del cambio en ambos países se debió a un efecto en la demanda, en la participación o en la interacción de ambos, se utiliza el análisis de descomposición del cambio del MAGIC.

El efecto demanda en la ventana de descomposición del cambio abarca de la cuarta y a la sexta columna. La primera de ellas, efecto demanda, muestra el cambio en el valor de las importaciones de termómetros que hubiera resultado si la participación de mercado de cada país en el producto se hubiera mantenido constante a lo largo del período, es decir, en 62,7% para China y en 30,6% para México. Esto es, que ambos proveedores solamente hubieran tenido un cambio por el efecto de la demanda en el mercado estadounidense y no por una mayor competitividad exportadora. En ese escenario el MAGIC muestra que las exportaciones chinas de termómetros se hubieran incrementado en más de 18 millones (véase la imagen 42). En el caso de México ese cambio hubiera sido de más de 9 millones. Esta diferencia muestra que el incremento de la demanda de termómetros en los Estados Unidos tuvo un efecto menor en el cambio de las exportaciones de México que el que tuvo en China.

⁵ Para una explicación más profunda de la tipología de mercado véase el apartado III.B.3 y el anexo de este manual.

⁶ Para más información sobre las fórmulas empleadas véase el anexo 4 de este documento.

Imagen 42

MAGIC: descomposición del cambio en el submódulo análisis de competitividad por producto

Código	País	Cambio	Efecto demanda	Efecto estructural de la demanda	Efecto global de la demanda	Efecto participación total	Efecto interacción total	Efecto estructural de la interacción	Efecto global de la interacción
5700	China	5,546,731.00	18,599,818.73	14,011,307.05	4,588,511.42	-9,684,128.20	-3,368,959.25	-2,537,848.49	-831,110.67
Código	País	Cambio	Efecto demanda	Efecto estructural de la demanda	Efecto global de la demanda	Efecto participación total	Efecto interacción total	Efecto estructural de la interacción	Efecto global de la interacción
2010	México	23,543,970.00	9,074,279.45	6,835,685.75	2,238,593.59	10,735,110.20	3,734,579.72	2,813,271.64	921,307.98

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

El efecto en la demanda se divide a su vez en dos partes: el efecto estructural y el efecto global de la demanda. El primero de ellos toma en cuenta solo el efecto del cambio en la demanda del producto, mientras que el segundo considera el efecto del cambio en la demanda global, es decir, en la demanda de todos los productos importados por los Estados Unidos. La suma de ambos efectos es el resultado del efecto demanda total. En China, el efecto estructural de la demanda fue de más de 14 millones de dólares, mientras que en México fue cercano a los 7 millones de dólares. En el efecto global el resultado fue de 4,6 millones de dólares en China y de 2,2 millones de dólares en México. Los resultados anteriores indican que en ambos países la demanda de termómetros clínicos (efecto estructural) fue más preponderante que el incremento en la demanda global de los Estados Unidos para el incremento de sus exportaciones.

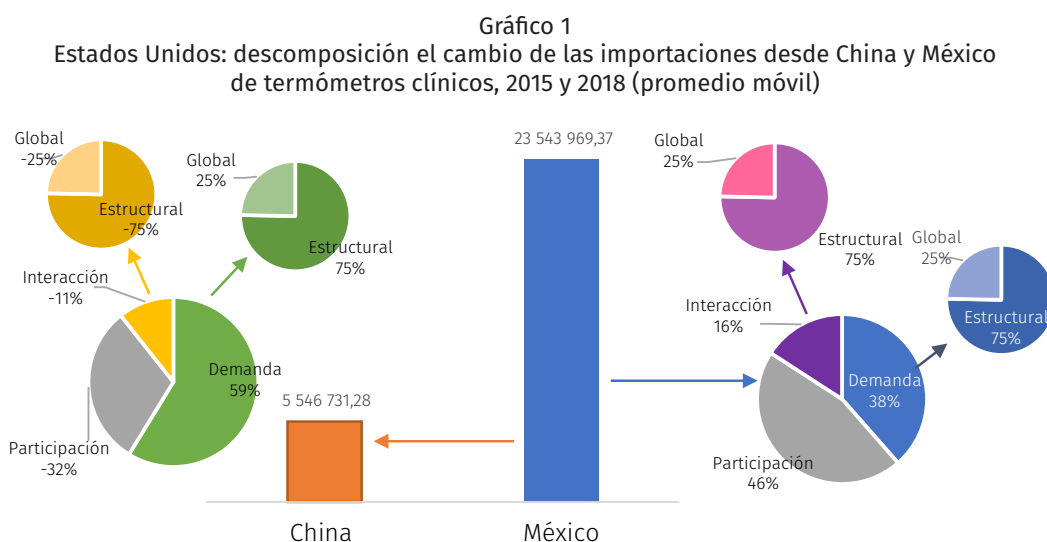
Un segundo componente del cambio es el efecto participación, reportado en la séptima columna de la ventana de descomposición del cambio. Este efecto muestra en qué medida la competitividad exportadora del país impactó el cambio total de sus exportaciones. El valor del efecto participación muestra el cambio en el valor de las importaciones que hubiera resultado si la participación del producto, en este caso los termómetros clínicos, se hubiera mantenido constante en el mismo valor del año base, es decir, en 0,0019%, lo que implica que no hubiera habido incremento en la demanda. En ese caso, el MAGIC reporta que las exportaciones de termómetros de China hubieran disminuido 9,7 millones y las de México hubieran aumentado 10,7 millones de dólares.

Finalmente, las tres últimas columnas de la ventana de descomposición del cambio muestran el efecto interacción, que se refiere al efecto que la interacción entre el dinamismo del mercado destino (efecto demanda) y la competitividad del exportador (efecto participación) tuvieron en el cambio de las importaciones de cada país proveedor. Cuando el resultado del efecto interacción total es positivo significa que tanto el dinamismo del mercado como la competitividad exportadora se comportaron de la misma manera, es decir, ambos aumentaron o disminuyeron. En el caso de México se aprecia que ambos efectos tuvieron la misma tendencia, mientras que en el caso de China tuvieron tendencias opuestas (un efecto participación negativo y un efecto demanda positivo).

Al igual que para el efecto demanda, el efecto interacción se divide en dos componentes: el efecto estructural de la interacción y el efecto global de la interacción. El primero mide el impacto de la interacción entre la demanda del producto y la participación del mercado

de cada país. El segundo mide la interacción entre la demanda del producto y la demanda global con la participación de mercado. En este ejemplo, los resultados muestran que el mayor impacto en el cambio se dio por la interacción entre la demanda del producto y la participación de mercado, más que la demanda global de los Estados Unidos y la participación de mercado.

En el gráfico 1 se observa la comparación y el resumen gráfico de la descomposición del cambio entre China y México para los termómetros clínicos en el mercado de los Estados Unidos. Las barras muestran el cambio en el valor de las exportaciones entre ambos países. Para China el cambio fue de 5,5 millones de dólares entre 2015 y 2018, 59% de ese cambio se explica por el efecto de la demanda, 32% por el efecto participación y 11% por la interacción entre ambos efectos. A su vez, en el efecto demanda y de interacción, fue la demanda estructural la que más influyó en ese cambio. Contrariamente, para México el efecto de su participación de mercado explicó el 46% del cambio total de sus exportaciones de termómetros, mientras que la demanda influyó en un 38% y la interacción de ambos en un 16%. Al igual que para China, el efecto de la demanda estructural tuvo mayor peso tanto al interior de la demanda total, como en el efecto interacción.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información del nuevo MAGIC.

Uno de los indicadores que ayudarían a explicar las diferencias en el desempeño exportador de China y México en este ejercicio es el arancel recaudado y la tasa arancelaria efectiva. El primero de ellos se refiere al valor monetario recolectado por el sistema de aduanas de los Estados Unidos por concepto de aranceles a la importación aplicados a los termómetros clínicos. En el caso de China la importación de termómetros generó una recaudación de 2,4 millones de dólares en 2018, lo que significó tres veces más de lo recaudado en 2015. En el caso de México esta recaudación disminuyó de 16.514 dólares a 7.803 dólares, lo que implica que la importación de los termómetros chinos está siendo mucho más afectada por las barreras arancelarias y que esta barrera se incrementó entre los dos años comparados, lo que da una ventaja a los termómetros mexicanos.

Para saber en qué proporción los productos importados al mercado estadounidense fueron afectados por la imposición de aranceles se utiliza el indicador de tasa arancelaria

efectiva que muestra la proporción que significó el arancel recaudado dentro del valor de las importaciones totales del producto. En esta proporción se debe considerar que el valor de las importaciones estadounidenses reportado en el MAGIC no considera el pago de aranceles, por lo que dicha proporción es solo un indicativo de la importancia de los aranceles recaudados respecto al costo total del producto. En este ejemplo la tasa arancelaria efectiva de China pasó de 1,7 a 4,1 entre el año inicial y el año final. En México esta proporción fue de 0,06 a 0,15, respectivamente. Lo anterior confirma el efecto del incremento de las barreras arancelarias en los termómetros provenientes de China en comparación con las barreras que enfrentó México. En términos comparativos China pagó 27 veces más en aranceles que lo que pagó México.

Para saber cuál fue la tasa arancelaria *ad valorem* aplicada a la importación de termómetros clínicos de cada país se recomienda consultar el módulo de cargos al comercio. Asimismo, para una mayor explicación sobre la tipología del producto se recomienda leer la sección III.B.1 de este manual, y para una explicación de los otros indicadores anuales, la sección III.B.3; estas dos secciones complementan el análisis de la competitividad.

3. Submódulo análisis de competitividad por indicador

El análisis de competitividad por indicador muestra los indicadores anuales para un solo producto (o grupo de productos) y un solo socio comercial (o grupo de países) en todos los años disponibles, lo que permite observar la evolución de los indicadores en varios años. Para seleccionar este tipo de reporte, se debe seleccionar la opción “por indicador” en el módulo “análisis de competitividad”. Una vez seleccionado el submódulo “por indicador”, el sistema muestra la pantalla que aparece en la imagen 43.

Imagen 43

MAGIC: parámetros a seleccionar en el submódulo análisis de competitividad por indicadores

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR INDICADORES

The screenshot shows a web form titled "ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR INDICADORES". It contains the following elements:

- * País informante:** A dropdown menu with "ELIJA" selected.
- * Selección una opción:** Radio buttons for "Por país" (selected), "Grupo países", and "Socio".
- * Socio:** An empty dropdown menu.
- * Años:** An empty text input field.
- * Selección una opción:** Radio buttons for "Producto" (selected), "Grupo de productos", and "Búsqueda de productos".
- Exportaciones:** A radio button that is selected.
- Importaciones:** An unselected radio button.
- Anual:** A radio button that is selected.
- Promedio (3 años):** An unselected radio button.
- Unidad:** A dropdown menu with "Dólares" selected.
- Buttons:** "Procesar" and "Limpiar todo" at the bottom.

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En esta consulta son cinco los parámetros que se deben seleccionar antes de dar clic en procesar.

1. El primero de ellos corresponde al país informante. Al igual que en los submódulos anteriores, el usuario deberá seleccionar en la pestaña de “país informante” el mercado sobre el que desea tener información sobre su comercio internacional. En este ejemplo se ha seleccionado México como país informante.
2. Posteriormente es recomendable elegir el país socio o el grupo de países sobre el que se quiere obtener información del comercio de mercancías con el país

informante. En este ejemplo se ha seleccionado China como país socio para México, por lo que se ha activado el círculo que se encuentra antes de la palabra “por país”. Una vez activado el usuario puede elegir el país dentro de la lista de “socio”. El país elegido aparecerá dentro del recuadro azul (véase la imagen 44).

- Un tercer parámetro obligatorio es seleccionar el producto o grupo de productos sobre los que se desea tener información. Al igual que en los módulos de “perfil comercial por producto” y de “análisis de competitividad por producto” el programa ofrece tres vías de selección: i) buscando un solo producto a través de su código del SA y su nivel de desagregación; ii) por una palabra clave o por el código del SA del producto, o iii) por una agrupación de productos preestablecidos en el MAGIC o creados por el usuario.

En este ejemplo se ha seleccionado minerales de cobre a través del primer método, es decir por código y desagregación. El paso inicial fue seleccionar la opción de producto, dando clic en el círculo que se encuentra delante de la palabra “producto” en la parte superior derecha. Posteriormente, se eligió el nivel de desagregación del producto, que fue a 6 dígitos, subpartida 260300 que agrupa minerales de cobre y sus concentrados. Al final, la selección del producto aparece como se muestra en la imagen 44.

Imagen 44

MAGIC: parámetros seleccionados en el submódulo análisis de competitividad por indicadores

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD POR INDICADORES

* País informante: México	* Seleccione una opción: <input checked="" type="radio"/> Por país <input type="radio"/> Grupo países	* Socio: China
* Año(s) <input checked="" type="checkbox"/> 2019 <input checked="" type="checkbox"/> 2018 <input checked="" type="checkbox"/> 2017 <input checked="" type="checkbox"/> 2016 <input checked="" type="checkbox"/> 2015 <input checked="" type="checkbox"/> 2014 <input checked="" type="checkbox"/> 2013 <input checked="" type="checkbox"/> 2012 <input checked="" type="checkbox"/> 2011 <input checked="" type="checkbox"/> 2010 <input checked="" type="checkbox"/> 2009 <input checked="" type="checkbox"/> 2008 <input checked="" type="checkbox"/> 2007 <input checked="" type="checkbox"/> 2006 <input checked="" type="checkbox"/> 2005 <input checked="" type="checkbox"/> 2004 <input checked="" type="checkbox"/> 2003 <input checked="" type="checkbox"/> 2002 <input checked="" type="checkbox"/> 2001 <input checked="" type="checkbox"/> 2000 <input checked="" type="checkbox"/> 1999 <input checked="" type="checkbox"/> 1998 <input checked="" type="checkbox"/> 1997 <input checked="" type="checkbox"/> 1996 <input checked="" type="checkbox"/> 1995 <input checked="" type="checkbox"/> 1994 <input checked="" type="checkbox"/> 1993 <input checked="" type="checkbox"/> 1992 <input checked="" type="checkbox"/> 1991 <input checked="" type="checkbox"/> 1990	* Seleccione una opción: <input checked="" type="radio"/> Producto <input type="radio"/> Grupo de productos <input type="radio"/> Búsqueda de productos	* Nivel de producto 2 26 - Metales no ferrosos, escorias y cenizas
	* Seleccione nivel de agregación: <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 4 <input checked="" type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 10	* Nivel de producto 4 2603 - Metales no ferrosos y sus concentrados
	**Aplica solo para Estados Unidos como país informante	* Nivel de producto 6 260300 - Metales no ferrosos y sus concentrados
	<input checked="" type="radio"/> Exportaciones <input type="radio"/> Importaciones	Unidad: Dólares
	<input checked="" type="radio"/> Anual <input type="radio"/> Promedio (3 años)	
<input type="button" value="Procesar"/> <input type="button" value="Limpiar todo"/>		

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.


- Un cuarto parámetro por verificar es el flujo de comercio que se quiere analizar. En este ejemplo se ha buscado saber el desempeño de México como exportador de cobre a China, por lo que se ha seleccionado el flujo de exportaciones dando clic en el círculo que se encuentra antes de la palabra “exportaciones” (véase la imagen 44).
- Finalmente, es necesario seleccionar el período de análisis y el tipo de reporte que se requiere, ya sea anual o por promedio de tres años. Una de las particularidades de este submódulo es que permite seleccionar más de dos años, a diferencia de los submódulos de “competitividad por país” y “competitividad por producto”. La razón va vinculada al objetivo de ofrecer al usuario información sobre la evolución de los indicadores de competitividad anual. Por esa misma característica, en este submódulo el MAGIC no despliega información sobre tipología de producto o descomposición del cambio ya que no se ha establecido un año base y un año final

para aplicar las fórmulas correspondientes. Para este ejemplo se han seleccionado todos los años disponibles para México, activando todos los recuadros de la caja (véase la imagen 44). También se ha elegido una temporalidad anual y no por promedio de tres años.

El reporte de “competitividad por indicador” contiene solo tres elementos: i) la pestaña de indicadores; ii) la tabla con información por indicador, y iii) los íconos de descarga de datos y gráficos (véase la imagen 45). El primer elemento funciona de manera similar a los módulos de competitividad anteriores, la única diferencia es que en este módulo se despliegan todos los indicadores anuales, a saber: valor, contribución de producto, participación de mercado, especialización, participación producto, participación país, volumen, participación volumen, valor unitario, valor unitario relativo y unidad de volumen. Cuando los Estados Unidos es el país informante también aparecen los indicadores de arancel recaudado y tasa arancelaria efectiva.

Imagen 45
MAGIC: reporte en el submódulo análisis de competitividad por indicadores

KICO: EXPORTACIONES DE MINERALES DE COBRE Y SUS CONCE (260300) A CHINA EN
8,2018,2017,2016,2015,2014,2013,2012,2011,2010,2009,2008,2007,2006,2005,2004,2003,2002,2001,2000,1998,1997,1996,1995,1994,1993,1992,1991,19



Año	Valor
1996	8,622,451.00
1998	1,555,821.00
2000	522,716.00
2001	3,493,050.00
2002	13,615,496.00
2003	25,385,331.00
2004	48,715,989.00
2005	41,182,196.00
2006	64,162,478.00
2007	158,156,026.00

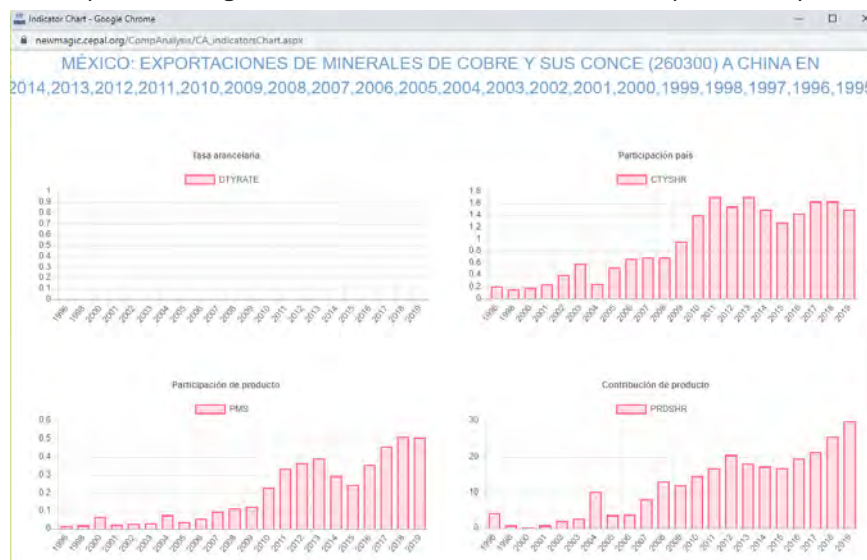
Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

La tabla de reporte solo contiene dos columnas, la primera con el año y la segunda con los datos correspondientes al indicador seleccionado en la pestaña de indicadores. Ambas columnas pueden ordenarse de menor a mayor o viceversa. En la imagen 45 se seleccionó el indicador valor y la tabla se ha ordenado por los años en orden ascendente. En la fila de valor se puede ver que hasta 1996 se reportaron las primeras exportaciones en que México vendió más de 8 millones de dólares de cobre a China. El número de filas por página está seleccionado a diez, por lo que solo aparecen los primeros diez años de 1996 a 2007. Si se desea ver el resto de los años es necesario dar clic sobre los números que aparecen debajo de la tabla reporte, que se refieren al número de páginas disponibles. En este caso, al dar clic sobre el número 2 el MAGIC mostrará los años subsiguientes iniciando por el año 2008. Otra forma de ver todos los años en una sola página es seleccionando en la opción “filas por página” el número 20 o el 50, lo que permitirá desplegar ese número de registros por ventana. En este caso se precisaría seleccionar el número 50, ya que se han seleccionado los 30 años disponibles, aunque solo se despliegan los años para los que existe información de comercio.

El tercer y último elemento del reporte corresponde a los íconos MS-Excel y del gráfico que se encuentran en la parte superior derecha, por encima de la tabla reporte. El archivo MS-Excel permite descargar el reporte de todos los indicadores para todos los años seleccionados. El ícono de gráfico permite visualizar la evolución del comercio del producto seleccionado a través de varias gráficas de barras. Esta información aparecerá como una ventana emergente, por lo que es necesario permitir que el navegador despliegue ventanas emergentes. Las imágenes 46, 47 y 48 muestran todos los gráficos que se despliegan en la ventana emergente y que permiten analizar rápidamente la evolución de todos y cada uno de los indicadores.

Imagen 46

MAGIC: primera parte de los gráficos en el submódulo análisis de competitividad por indicadores



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Imagen 47

MAGIC: segunda parte de los gráficos en el submódulo análisis de competitividad por indicadores



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Imagen 48

MAGIC: tercera parte de los gráficos en el submódulo análisis de competitividad por indicadores

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Debido a que el flujo a analizar es el de exportaciones, la interpretación de algunos indicadores puede ser ligeramente diferente en este ejemplo, con respecto al análisis de las importaciones. En términos generales la participación de China dentro de las exportaciones totales de México ha ido en aumento, lo que se constata mediante el indicador de participación país. En 1990, solo el 0,29% de las exportaciones mexicanas tenía como destino el mercado de China. Para 2019 este porcentaje fue de 1,5% y en 2011 y 2013 ese porcentaje llegó hasta 1,7% del total de sus ventas mundiales. En estas ventas el cobre ha sido un producto importante en el comercio con China. La contribución del producto en las exportaciones totales de México a China fue de casi el 30% en 2019, del total de los productos exportados a China, porcentaje que ha ido en aumento desde 2000, aunque las exportaciones de este producto a China se muestran muy volátiles. Sin embargo, China se ha convertido en un mercado de destino importante para México en las exportaciones de cobre. En 2009, por ejemplo, la participación de mercado de China en ese producto fue de casi el 92%. Esto significa que, de todas las exportaciones de cobre que envía México al mundo, el 92% de esas tuvo como destino el mercado chino.

El valor y volumen de las ventas de México a China de minerales de cobre y sus concentrados ha ido en aumento a partir de 2000, aunque se registran dos exportaciones previas en 1996 y 1998. Si bien en los primeros años el valor había sido superior al volumen, a partir de 2006 se observa un mayor incremento en el precio del cobre. La mayor diferencia se observó en 2011 cuando México exportó 1.001 millones de dólares por casi 388 kilogramos de cobre, lo que significa un valor unitario de 2,6 dólares por kilogramo de cobre. El mayor valor unitario con China se registró en 2011, año en que el precio mundial de cobre alcanzó su precio promedio más alto.

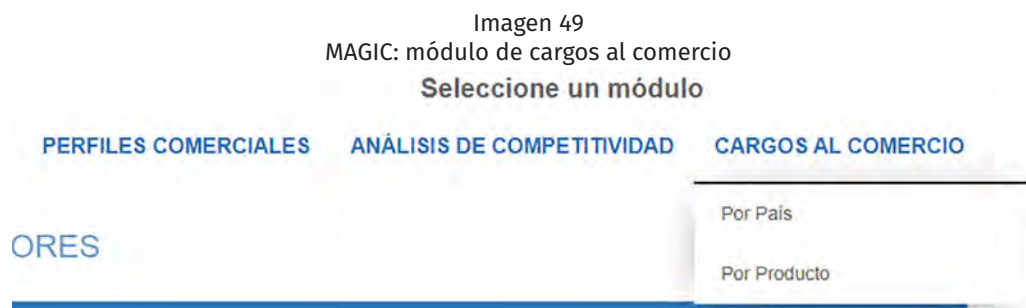
Dado que el precio de los metales como el cobre se establece a nivel internacional, el cambio en su valor unitario no fue determinado directamente por una relación de oferta y demanda entre México y China. Este hecho se comprueba al observar el valor unitario relativo, que se refiere al valor al que México vendió el kilogramo de cobre a China en comparación con el valor unitario promedio al que se vendió el producto a todos sus socios

(valor unitario global). Casi en todos los años el valor unitario de las exportaciones de cobre a China es cercano a 1, lo que significa que el precio unitario de las exportaciones a China fue similar al valor unitario global de México. Solo en algunos años, como 2000 o 2001, el valor unitario relativo de las ventas de cobre a China fue de 0,58 y 0,71, respectivamente, lo que significa que el valor unitario de este producto a China estuvo un 42% y un 29% por debajo del valor unitario global. Esos años coinciden con aquellos en los que el precio del cobre a nivel internacional registró una baja significativa.

La importancia de las exportaciones de cobre en las exportaciones globales de México es relativamente baja. La participación de producto del cobre ha sido en promedio del 0,18%, esto significa que entre 1990 y 2019 el 0,18% de las exportaciones mexicanas, en promedio, fueron de cobre. Sin embargo, la participación producto del cobre ha ido en aumento y en 2018 y 2019 llegó al 0,5%, un porcentaje similar al que se registró en 1991. La diferencia entre la participación de producto y la contribución del producto se observa en el indicador de especialización que alcanza niveles superiores a los 100 y muestra la importancia del cobre en las exportaciones mexicanas a China, en comparación con el porcentaje que este producto representa en las exportaciones totales de México. Es decir, existe una especialización de ese producto en las exportaciones de México a China.

C. Módulo cargos al comercio

El tercer módulo del nuevo MAGIC corresponde al análisis de “cargos al comercio”, que abarca dos submódulos o tipos de reporte: por país y por producto. Desde el módulo “cargos al comercio”, se despliegan esas dos opciones (véase la imagen 49).



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

1. Submódulo cargos al comercio por país

El módulo de cargos al comercio por país reporta la forma en que las mercancías fueron transportadas desde el último puerto del país exportador, al primer puerto del país importador. Adicionalmente, muestra información sobre el costo de dicho transporte y otros cargos a la importación cuando los Estados Unidos es el país informante. Para seleccionar este tipo de reporte, se debe dar clic a la opción “por país” desde el módulo “cargos al comercio”. Una vez elegido el submódulo “por país”, el MAGIC muestra la pantalla que aparece en la imagen 50. En esta consulta son cinco los parámetros se deben seleccionar antes de dar clic en procesar.

Imagen 50

MAGIC: parámetros a seleccionar en el módulo de cargos al comercio por país

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

1. El primero de ellos corresponde al país informante. Al igual que en los módulos anteriores el usuario deberá escoger en la pestaña de “país informante” el mercado sobre el que se desea tener información sobre su comercio internacional. En este módulo solo están disponibles, por el momento, los mercados de los Estados Unidos y México, por lo que solo se visualizan ambas opciones. En este ejemplo se han escogido los Estados Unidos como país informante.
2. Una vez elegido el país se desplegarán los años para los que existe información disponible. En el caso de los Estados Unidos el programa ofrece la opción de seleccionar varios o solo un año desde 1990 hasta 2019 (último año disponible). En este ejemplo se ha activado solo el año 2019 dando clic en la casilla al frente de ese año. En caso de querer cambiar de año, el MAGIC ofrece la opción de deseleccionar todos los años dando clic sobre “deseleccionar todo”.
3. Un tercer parámetro obligatorio es elegir el país socio o el grupo de países sobre el que se quiere obtener información sobre el transporte utilizado y los cargos en el comercio de mercancías. En este ejemplo se ha elegido El Salvador como país socio para los Estados Unidos, por lo que se ha activado el círculo que se encuentra antes de la palabra “por país”. Una vez activado, se puede elegir un país dentro de la lista de “socio”.
4. El siguiente paso deberá ser seleccionar el nivel de desagregación arancelaria en la que se desea que se desplieguen los principales productos comerciados con ese país. El MAGIC tiene predeterminado el nivel de desagregación a 2 dígitos, pero el usuario tiene la opción de optar por 4, 6 o 10 dígitos al dar clic bajo el nivel de desagregación y seleccionar uno de esos niveles. Es importante tener en cuenta que la selección a 10 dígitos del SA solo es posible cuando los Estados Unidos es seleccionado como el país informante. En este ejemplo se ha optado por ese último nivel.
5. Posteriormente hay que indicar el flujo de comercio que se quiere analizar, ya sean exportaciones o importaciones. En el MAGIC aparece preseleccionado el flujo de exportaciones. En este ejemplo se ha elegido el flujo de importaciones, por lo que se ha activado dando un clic sobre el círculo anterior a la palabra “importaciones”. En caso de solicitar las exportaciones, el círculo marcado en azul deberá estar activado antes de la palabra “exportaciones”.
6. Un último paso, no obligatorio, será escoger la unidad de valor en que se quiere ver el reporte. Las opciones son en dólares, en miles de dólares o en millones de dólares.

Una vez que se han establecido todos los parámetros y que se ha dado clic en el botón de procesar, aparecerá un reporte similar al de la imagen 51. El reporte de “cargos al comercio por país” contiene solo dos elementos: i) la tabla reporte con información sobre transporte y cargos al comercio enlistada por el código de los productos, y ii) el ícono de MS-Excel para descargar los datos. Al igual que en los módulos anteriores, la tabla permite presentar 10, 20 o 50 registros por página a través de la pestaña “filas por página”, localizada encima de la tabla.

La tabla de reporte está compuesta de cinco áreas principales. La primera de ellas, iluminada en verde en la imagen 51, contiene información sobre cada uno de los productos incluidos en la consulta realizada. La primera columna despliega el año de referencia, la segunda el código del producto y la tercera la descripción del producto. Es importante señalar que las descripciones del producto en los niveles 2, 4 y 6 del SA se pueden ver en español, inglés o francés, dependiendo del idioma que seleccione el usuario. Sin embargo, dado que el nivel a 10 dígitos es una línea nacional, las descripciones del producto siempre se mostrarán en el idioma del país informante, en el caso de los Estados Unidos, está descripción siempre será en inglés.

Imagen 51
MAGIC: reporte de datos en el módulo de cargos al comercio por país

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA: CARGOS AL COMERCIO EN LAS IMPORTACIONES CON EL SALVADOR EN 2019

Filas por página 10

1			2					3		4		5
Años	Código	Descripción producto	Medio de transporte utilizado					Precio Promedio por Kilogramo Transportado		Cargos a la Importación		
			Méico (%)	Marítimo (%)	Carretero (%)	Ferrovial (%)	No Identificado (%)	Por avión	Por barco	Transporte y Seguro (%)	Equivalente a valores	
2019	0106200000	REPTILES AND TURTLES, LIVE INSECTS, LIVE OTHER THAN BEES OR LEAF CUTTER BEE LARVAE	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %	6.96	0.00	3.5687 %	0.00	
2019	0106490090	FLOUNDER, FRESH OR CHILLED, EXCEPT FILLETS, LIVERS AND ROES	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %	19.48	0.00	4.2816 %	0.00	
2019	0302290110	SWORDFISH, FRESH OR CHILLED, EXCEPT SWORDFISH STEAKS, FILLETS, LIVERS AND ROES, NESOI	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1.40	0.00	15.7321 %	0.00	
2019	0302850550	SNAPPER (LUTJANDAE SPP), FRESH OR CHILLED, EXCEPT FILLETS, LIVERS AND ROES, NESOI	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0.92	0.00	12.7053 %	0.00	

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

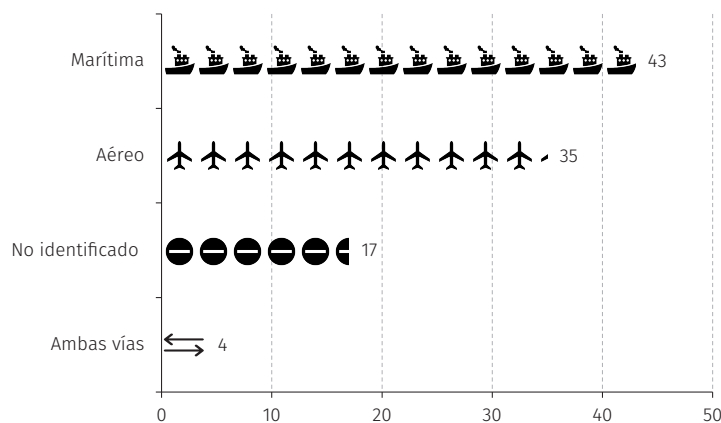
La segunda área de la tabla de reporte comprende de las columnas 3 a la 7. Estas cinco columnas muestran el modo de transporte que se utilizó para llevar la mercancía del país exportador al país importador. Las cuatro posibilidades de transporte son por vía aérea, vía marítima, transporte carretero o vía férrea. Cuando el país informante no ha reportado el medio de transporte utilizado, el porcentaje correspondiente por producto aparecerá en la columna de “medio de transporte utilizado-no identificado”. Un mismo producto puede haber sido transportado por los cuatro medios, por lo que, en ese caso, en cada columna se registraría el porcentaje de las exportaciones o importaciones del producto que se transportó por cada uno de los modos. En el caso de los Estados Unidos, los únicos modos de transporte reportados son el aéreo y el marítimo.

En la tercera área de la tabla de reporte se muestra información sobre el precio promedio por kilogramo transportado de cada producto comercializado. Esta tabla solo está disponible en el flujo de las importaciones y cuando se ha seleccionado a los Estados Unidos como país informante. Las columnas de precio promedio por avión y por barco reportan el costo aproximado por kilogramo que se pagó por concepto de transporte y seguro para importar el producto por vía aérea o marítima.

La cuarta área titulada “cargos a la importación” muestra valores solo en el flujo de importaciones y para los Estados Unidos como país informante. La primera columna sobre transporte y seguro muestra el porcentaje sobre el valor total del producto que correspondió al pago por concepto de transporte, seguros y otros gastos incurridos para trasladar el producto desde el puerto de salida de exportación, hasta el primer puerto de entrada. Este porcentaje se calcula a partir del valor CIF de las importaciones, es decir, el valor que incluye el costo del producto más el pago del seguro, flete y otros cargos pagados para importarlo, sin considerar el pago por aranceles de importación. Finalmente, la quinta parte de la tabla reporte contiene un ícono de gráfico a través del que se abre una ventana emergente con gráficos para cada uno de los indicadores disponibles.

De acuerdo con los datos reportados en este ejercicio y exportados a un archivo MS-Excel, se observa que los Estados Unidos importaron 1.371 productos desde El Salvador en 2019, a una desagregación de 10 dígitos del SA. El 35% de esos productos se transportó exclusivamente por vía aérea y el 43% por vía marítima, considerando solo el transporte entre el último puerto de salida en El Salvador y el primer puerto de entrada en los Estados Unidos. En tanto que para un 4% de los productos se utilizó en algunos envíos la vía aérea y en otros la vía marítima. Para un 17% de los productos no se identificó ningún medio de transporte entre los dos disponibles para las estadísticas de los Estados Unidos (véase el gráfico 2).

Gráfico 2
Estados Unidos: medios de transporte utilizados en las importaciones desde El Salvador, 2019
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información del nuevo MAGIC.

En 2019, los productos que se importaron de El Salvador exclusivamente por vía aérea son los incluidos en los capítulos de animales vivos (01), tabaco (24), pieles (41), guata (56), productos cerámicos (69), armas y municiones (93), y objetos de arte y colección (97). Todos estos son productos delicados o de alto valor. Por su parte, los productos transportados vía marítima desde El Salvador a los Estados Unidos fueron los productos incluidos en los

capítulos de otros productos de origen animal (5), cereales (10), materias de productos vegetal (14), residuos y desperdicios de la industria alimentaria (23), productos químicos inorgánicos (28) y orgánicos (29), extractos curtientes (32), plástico y sus manufacturas (38), alfombras (57), manufacturas de piedra (68), vidrio y sus manufacturas (70), y aeronaves y sus partes (89). Todos estos son productos que es preferible enviar por vía marítima debido a su peso y volumen. Esta opción se constata cuando se observa el precio promedio al que se transportó el kilogramo. El precio promedio por avión para todos los productos importados desde El Salvador fue de 4,45 dólares por kilogramo. El precio promedio por barco fue de 0,47 dólares por kilogramo, esto es, casi cuatro veces menor que el precio por vía aérea.

Si se ordenan los datos de la sección “precio promedio por kilogramo transportado” por la columna “por avión” se observa que el producto que más pagó por su transporte en avión fue el 7108121020 correspondiente a “oro dorado con valor no monetario”. En promedio, el producto pago 853 dólares por kilo transportado. En promedio, los productos salvadoreños enviados al mercado de los Estados Unidos pagaron por concepto de transporte, seguro y otros cargos el 5,5% de su valor CIF, es decir, adicional al costo del producto. A este costo se suma el pago por los aranceles. En promedio, los productos salvadoreños pagaron un arancel de 4,8% equivalente *ad valorem*, que es un aproximado de la tarifa arancelaria *ad valorem*.

Utilizando el módulo de “perfil por país” se ha identificado los *pullovers* para hombres y niños (6110303053) como el principal producto de exportación de El Salvador a los Estados Unidos. Los datos del reporte de cargos al comercio muestran que el 90% de ese producto se transportó vía marítima a los Estados Unidos, el 10% por vía aérea y un 0,4% no fue identificado (véase la imagen 52). La mayor participación de la vía marítima está ligada a su precio de transportación por kilogramo, que fue de 0,35 dólares por kilogramo transportado. Este precio por vía aérea se elevó a 2,3 dólares por kilo, por lo que se intuye que se utilizó esta vía solo en casos en que la entrega justo a tiempo era importante. Globalmente los gastos por concepto de transporte, seguros y otros costos significaron el 2,2% del costo total de los *pullovers* al que se añade el pago por la entrada al mercado de los Estados Unidos que algunos *pullovers* tuvieron que pagar, con una tasa equivalente *ad valorem* de casi 15,9% sobre el valor del producto. Sin embargo, utilizando el módulo de competitividad por indicador y buscando la tasa arancelaria efectiva se observa que solo el 0,41% de los *pullovers* provenientes de El Salvador a los Estados Unidos pagaron la tasa equivalente *ad valorem*.

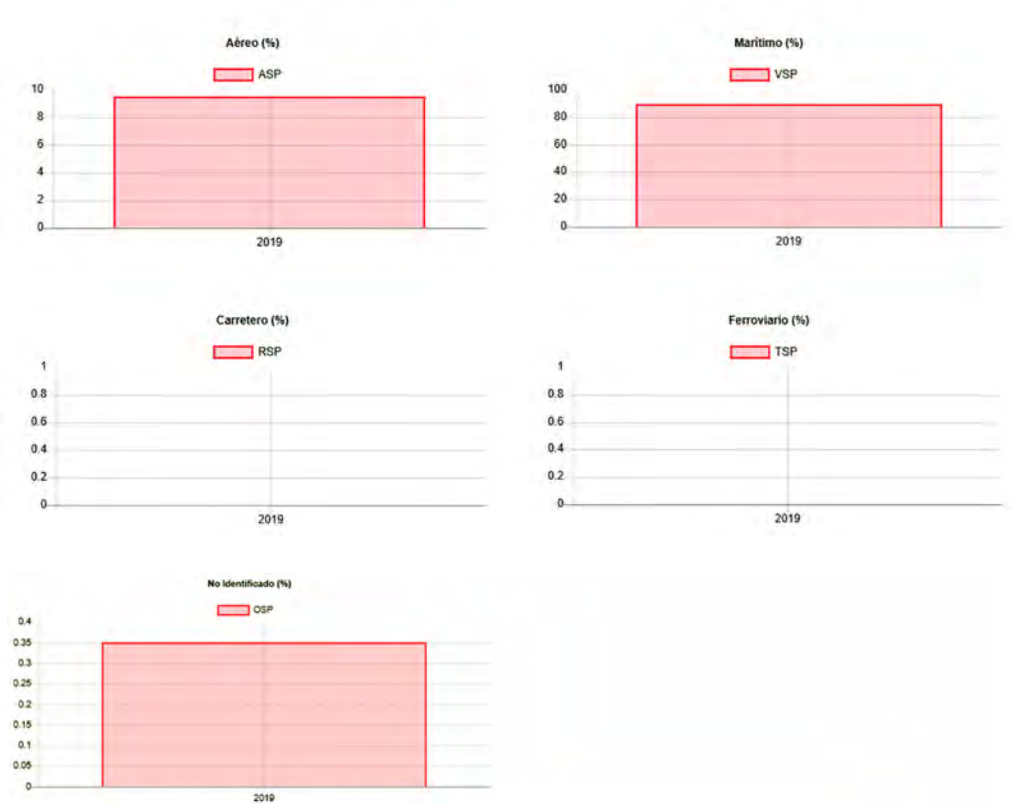
2. Submódulo cargos al comercio por producto

El módulo de “cargos al comercio por producto” reporta los mismos indicadores que el submódulo anterior, es decir, los modos de transporte utilizados para transportar las mercancías, el precio por kilogramo transportado y los cargos adicionales; estos dos últimos solo están disponibles para los Estados Unidos. La diferencia entre ambos submódulos reside en que la tabla reporte se ordena por país importador o exportador y no por producto. Para seleccionar este submódulo, se debe dar clic sobre la opción “por producto” en el módulo “cargos al comercio”. Una vez seleccionado el submódulo “por producto”, el MAGIC muestra la pantalla que aparece en la imagen 53.

Imagen 52
MAGIC: gráficos por producto en el módulo de cargos al comercio por país

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA: CARGOS AL COMERCIO EN LAS IMPORTACIONES CON EL SALVADOR EN 2019

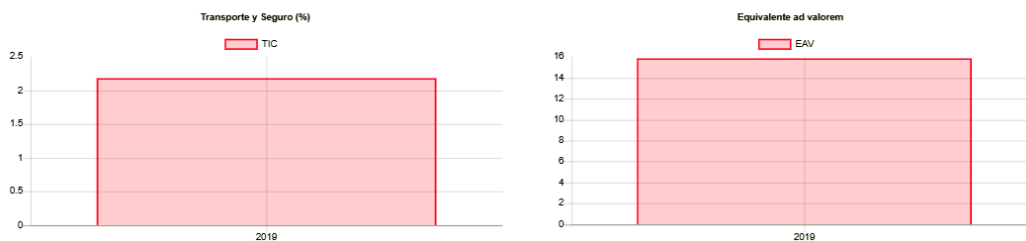
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO (MEN'S OR BOYS' PULLOVERS AND S)



PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO TRANSPORTADO (MEN'S OR BOYS' PULLOVERS AND S)



CARGOS A LA IMPORTACIÓN (MEN'S OR BOYS' PULLOVERS AND S)



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Imagen 53

MAGIC: parámetros a seleccionar en el módulo de cargos al comercio por producto

CARGOS AL COMERCIO POR PRODUCTO

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

En esta consulta son cinco los parámetros se deben seleccionar antes de dar clic en procesar.

1. El primero de ellos corresponde al país informante. Al igual que en los módulos anteriores el usuario deberá elegir en la pestaña de “país informante” el mercado sobre el que desea tener información sobre su comercio internacional. Como se señaló en el submódulo anterior, en este módulo de “cargos al comercio” solo están disponibles los mercados de los Estados Unidos y México. En este ejemplo se ha elegido el último país informante.
2. Una vez seleccionado el país se desplegarán los años para los que existe información disponible para México en comercio, entre 2014 y 2019. En este ejemplo se ha seleccionado el último año disponible dando clic en la casilla al frente de 2019.
3. Un tercer parámetro obligatorio es la elección del producto o grupos de productos sobre los que se desea tener información. Al igual que en otros submódulos, el MAGIC ofrece escoger el producto a través de tres vías: i) buscando un solo producto a través de su código del SA y su nivel de desagregación; ii) por una palabra clave o por el código del SA del producto, o iii) por una agrupación de productos preestablecidos en el MAGIC o creados por el usuario. En este ejercicio se ha seleccionado el producto 901831, correspondiente a las jeringas, a través de la opción por producto y su nivel de desagregación a 6 dígitos.
4. Es importante seleccionar posteriormente el flujo de comercio que se quiere analizar, ya sean exportaciones o importaciones de México. En el MAGIC aparece preseleccionado el flujo de exportaciones. En este ejemplo se ha seleccionado ese mismo flujo, por lo que se dejó activado el círculo anterior a la palabra “exportaciones”.
5. Un último paso, no obligatorio, será escoger la unidad de valor en que se quiere ver el reporte. Las opciones son en dólares, en miles de dólares o en millones de dólares. La opción activa de forma automática es dólares.

Una vez que se han establecido todos los parámetros y que se ha dado clic en el botón de procesar, aparecerá un reporte como aparece en la imagen 54. El reporte de “cargos al comercio por producto” es igual al de “cargos al comercio por país” y contiene solo dos elementos: i) la tabla reporte con información sobre transporte

y cargos al comercio enlistada por los países socios, y ii) el ícono de MS-Excel para la descarga de los datos. Al igual que en los módulos anteriores, se pueden presentar 10, 20 o 50 registros por página en la tabla mediante la pestaña “filas por página”, localizada encima de la tabla.

La tabla de reporte está compuesta por cinco áreas principales. La primera de ellas, iluminada en verde en la imagen 54, contiene información sobre cada uno de los países con los que México comercia el producto seleccionado en los parámetros, de acuerdo con el flujo. La primera columna despliega el año de referencia y la segunda el nombre del socio comercial.

Imagen 54
MAGIC: reporte en el módulo de cargos al comercio por producto

MÉXICO; CARGOS AL COMERCIO EN LAS EXPORTACIONES DE JERINGAS, INCL. CON AGUJA, PAR (901831) EN 2019

Filas por página: 10

Años	País	Medio de transporte utilizado					Precio Promedio por Kilogramo Transportado		Cargos a la importación		↓
		Aéreo (%)	Marítimo (%)	Carretero (%)	Ferrovionario (%)	No Identificado (%)	Por avión	Por barco	Transporte y Seguro (%)	Equivalente ad valorem	
2019	Alemania	16.7714 %	83.2285 %	0 %	0 %	0.0001 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	Brasil	4.2441 %	95.7558 %	0 %	0 %	0.0001 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	Costa Rica	10.7885 %	79.7911 %	5.4203 %	0 %	0.0001 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	El Salvador	0.0003 %	0 %	99.9996 %	0 %	0.0001 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	Estados Unidos de América	0.0436 %	0.0007 %	99.9555 %	0 %	0.0002 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	Guatemala	5.4095 %	0.0855 %	94.5048 %	0 %	0.0002 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	Panamá	4.8716 %	95.0993 %	0.029 %	0 %	0.0001 %	0.00	0.00	0 %	0.00	
2019	República Dominicana	4.6584 %	95.3415 %	0 %	0 %	0.0001 %	0.00	0.00	0 %	0.00	

Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

La segunda área de la tabla de reporte comprende de las columnas 2 a la 6. Estas cinco columnas muestran el modo de transporte que se utilizó para llevar la mercancía del país exportador al país importador o viceversa. Las cuatro posibilidades de transporte son por vía aérea, vía marítima, transporte carretero o vía férrea. Cuando el país informante no ha reportado el medio de transporte utilizado, el porcentaje correspondiente por producto aparecerá en la columna de “medio de transporte utilizado-no identificado”. Un mismo producto puede haber sido transportado por las cuatro posibilidades disponibles, por lo que, en ese caso, en cada columna se registraría el porcentaje de las exportaciones o importaciones del producto que se transportó por cada uno de los modos. En el caso de los Estados Unidos, los únicos modos de transporte identificados son el aéreo y el marítimo.

La tercera área de la tabla de reporte muestra información sobre el precio promedio por kilogramo transportado de cada producto comercializado. Esta tabla solo está disponible en el flujo de las importaciones y cuando se ha seleccionado a los Estados Unidos como país informante, razón por la que en este ejercicio se muestra todo en ceros. Las columnas de precio promedio por avión y por barco reportan el costo aproximado por kilogramo que se pagó por concepto de transporte y seguro para la importación del producto vía aérea o marítima.

La cuarta área titulada “cargos a la importación” muestra valores solo en el flujo de importaciones y para los Estados Unidos como país informante, por lo que una vez más en esta sección no se muestra información ya que se ha seleccionado el flujo de exportaciones y además México como país informante. En el caso de que se haya seleccionado el flujo de importaciones en los Estados Unidos, la primera columna sobre transporte y seguro mostrará el porcentaje sobre el valor total del producto que correspondió al pago por concepto de transporte, seguros y otros gastos incurridos para trasladar el producto desde el puerto de salida de exportación, hasta el primer puerto de entrada. Este porcentaje se calcula a partir del valor CIF de las importaciones, es decir el valor que incluye el costo del producto, más el pago del seguro, flete y otros cargos pagados para su importación, sin considerar el pago por aranceles de importación. Finalmente, la quinta parte de la tabla reporte contiene un ícono de gráfico, a través del que se abre una ventana emergente con gráficos para cada uno de los indicadores disponibles.

De acuerdo con los datos reportados en este ejercicio se observa que México exportó jeringas a ocho mercados diferentes y que el principal medio de transporte tiene una correlación con la situación geográfica del país socio. En los casos de El Salvador, los Estados Unidos y Guatemala, más del 94% de las jeringas se transportaron vía terrestre. Cabe precisar que los dos últimos países se encuentran en la frontera norte y sur de México, respectivamente. El transporte marítimo se utilizó mayormente en países más alejados geográficamente como el Brasil, Panamá, Alemania y Costa Rica, así como para países insulares como la República Dominicana. En estos últimos países, el uso del transporte aéreo también constituyó una alternativa al transporte marítimo. Sin embargo, los costos del transporte aéreo siempre son mayores que el resto de los modos disponibles, por lo que su porcentaje de uso nunca fue mayor al 17%.

Utilizando el módulo de “perfiles comerciales” se observa que el 97,5% de las jeringas exportadas por México tuvo como destino a los Estados Unidos. Este país fue seguido por el Brasil (1,7%), Panamá (0,21%), El Salvador (0,2%) y Alemania (0,12%). El gráfico por modo de transporte utilizado para Alemania se puede ver en la imagen 55.

Imagen 55
MAGIC: parámetros a seleccionar en el módulo de cargos al comercio por producto



Fuente: Nuevo Magic [en línea] www.cepal.org/magic.

Anexos

Anexo 1. Glosario

Concepto	Descripción
Arancel recaudado	Es el valor monetario recolectado por el sistema de aduanas de los Estados Unidos por concepto de aranceles a la importación aplicados a un determinado producto en un año específico.
Cargo por transporte y seguro (CIF)	Valor pagado por la importación del producto al momento de desembarco del producto en el primer puerto de llegada. El valor incluye el costo del producto, el seguro y el flete pagado para su importación, excluyendo los aranceles de importación.
Contribución de producto	Es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones de un producto a un socio comercial en el valor total de las exportaciones o importaciones del país (grupo) informante a ese socio comercial en un año específico.
Cargos al comercio	Valor adicional al costo del producto pagado por transporte, seguros y otros gastos incurridos para trasladar el producto desde el puerto de salida de exportación, hasta el primer puerto de entrada. Excluye el pago de los aranceles de importación.
Descomposición del cambio	Es una herramienta de cálculo que explica en qué proporción el dinamismo del mercado destino (efecto demanda), su estructura (efecto interacción) y la competitividad del exportador (efecto participación) influyeron en el cambio en el valor de las importaciones durante un período determinado.
Efecto demanda total	Es el cambio en el valor de las importaciones que hubiera resultado si la participación de mercado del socio comercial se hubiera mantenido constante en los niveles del año base. De esta manera, el cambio es resultado de la variación en la demanda del producto comercializado.
Efecto estructural de interacción	Muestra la parte del cambio en las importaciones por el efecto de la interacción entre la competitividad del exportador y el dinamismo en la demanda del producto comercializado (diferenciándolo de la demanda global en el país informante) durante el período seleccionado.
Efecto estructural de la demanda	Muestra la parte del cambio en las importaciones por el efecto en la demanda del producto comercializado (diferenciando esa demanda de la demanda global del país informante) durante el período seleccionado.
Efecto global de interacción	Muestra la parte del cambio en las importaciones por el efecto de la interacción entre la competitividad del país exportador y la demanda global en el país informante durante el período seleccionado.
Efecto global de la demanda	Muestra la parte del cambio en las importaciones por el efecto del cambio en la demanda global del país informante, sin considerar la demanda del producto aislada, durante el período seleccionado.
Efecto interacción	Muestra el cambio en el valor de las importaciones que se explica por la interacción de la variación de la competitividad del país con la variación en la demanda global y del producto en el mercado del país informante durante un período seleccionado. Su valor es cero cuando la participación del producto o la importación global del producto no cambian. Su valor es positivo cuando tanto la variación de la participación producto-país como la variación de la importación global del producto fueron positivos o negativos. Su valor es negativo cuando la variación de la participación producto-país o la variación de la importación global del producto fue negativa y la otra variación positiva.
Efecto participación	Es el cambio en el valor de las importaciones que hubiera resultado si la participación del producto (demanda) se hubiera mantenido constante desde el año base en el mercado del país informante. De esta manera, el cambio en el valor de las importaciones es resultado de la variación en la participación de mercado (competitividad exportadora) del país socio.

Concepto	Descripción
Equivalente <i>ad valorem</i> (EAV)	<p>Es un aproximado de la tarifa arancelaria <i>ad valorem</i> que pagaron los productos importados a los Estados Unidos, sujetos al pago de un arancel.</p> <p>Su valor se obtiene dividiendo el valor del arancel recaudado de un producto-país, entre el valor de las importaciones de ese producto-país que pagaron arancel para entrar al mercado de los Estados Unidos.</p>
Especialización	<p>Es el cociente entre la contribución del producto en el comercio con el país socio y la participación de ese producto en el mercado del país informante en un año específico.</p> <p>En el caso de las estadísticas de importación, la especialización del producto es la ventaja comparativa revelada que el socio comercial tiene en ese producto en el mercado seleccionado.</p> <p>Cuando el resultado es mayor a 1 indica que la contribución del producto es mayor que la participación del producto en el mercado seleccionado y por tanto el país está especializado en ese producto.</p> <p>Cuando el resultado es menor a 1 indica que la contribución del producto es menor que la participación del producto en el mercado seleccionado y por lo tanto el país no está especializado en ese producto.</p>
Estrella menguante	Denota un producto cuya participación de mercado (competitividad exportadora) aumentó, pero su participación de producto (demanda) disminuyó en el mercado informante durante el período seleccionado. Es decir, revela un producto competitivo en un mercado estancado.
Estrella naciente	Denota un producto cuya participación de mercado (competitividad exportadora) aumentó, al igual que su participación de producto (demanda) en el mercado informante, durante el mismo período seleccionado. Es decir, revela un producto competitivo en un mercado dinámico.
Exportaciones globales de producto	Valor de las exportaciones totales de un producto hacia todos los socios comerciales del país informante en un año específico.
Exportaciones totales país	Valor de las exportaciones totales hacia un socio comercial por el país informante en un año específico.
Exportaciones globales totales	Valor de las exportaciones de todos los productos hacia todos los socios comerciales por el mercado informante en un año específico.
Exportaciones totales de producto por país	Valor de las exportaciones totales de un producto hacia un socio comercial por el país informante en un año específico.
Importaciones globales de producto	Valor de las importaciones de un producto importado por el país informante desde todos sus socios comerciales, en un año específico. En el caso de los Estados Unidos como país informante, el valor reportado excluye los costos de aranceles, transporte, seguro y cualquier otro cargo realizado para su importación.
Importaciones globales totales	Valor de las importaciones de todos los productos importados por el país informante desde todos sus socios comerciales, en un año específico. En el caso de los Estados Unidos como país informante, el valor reportado excluye los costos de aranceles, transporte, seguro y cualquier otro cargo realizado para su importación.
Importaciones totales país	Valor de las importaciones de todos los productos importados por el país informante desde un socio comercial, en un año específico. En el caso de los Estados Unidos como país informante, el valor reportado excluye los costos de aranceles, transporte, seguro y cualquier otro cargo realizado para su importación.

Concepto	Descripción
Importaciones totales de producto por país	Valor de las importaciones de un producto importado por el país informante desde un socio comercial, en un año específico. En el caso de los Estados Unidos como país informante, el valor reportado excluye los costos de aranceles, transporte, seguro y cualquier otro cargo realizado para su importación.
Oportunidad perdida	Denota una mercancía cuya participación de producto (demanda) aumentó, en el mercado informante, pero su participación de mercado (competitividad exportadora) disminuyó, durante el mismo período seleccionado. Es decir, revela un producto no competitivo en un mercado dinámico.
País informante	País que proporciona la base de datos con las estadísticas sobre sus exportaciones e importaciones totales.
Participación de mercado	Es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones de un producto de un país socio en las exportaciones o importaciones globales de ese producto por el país informante en un año específico. También se conoce como cuota de mercado.
Participación de producto	Es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones globales de un producto en el valor de las exportaciones o importaciones globales totales del país informante en un año específico.
Participación en volumen	Es el porcentaje que representa el volumen de las exportaciones o importaciones de un producto de un país socio en el volumen global de las importaciones o exportaciones del país informante en ese producto en un año específico.
Participación país	Es el porcentaje que representa el valor total de las exportaciones o importaciones de un país socio en el valor global total de las importaciones o exportaciones del país informante en un año específico. También se conoce como participación de mercado.
Precio relativo por transporte del producto por vía aérea	Costo aproximado por kilogramo que se pagó por concepto de transporte y seguro para importar el producto por vía aérea.
Precio relativo por transporte del producto por vía marítima	Costo aproximado por kilogramo que se pagó por concepto de transporte y seguro para importar el producto por vía marítima.
Productos sujetos a pago de aranceles	Productos que tuvieron que pagar un impuesto de importación para entrar al mercado destino, debido a que no se encuentran en la lista de productos libre de aranceles o no cumplieron con los requisitos establecidos por el país importador para su libre ingreso al mercado.
Retiradas	Denota un producto cuya participación de mercado (competitividad exportadora) disminuyó, al igual que su participación de producto (demanda) en el mercado informante durante el mismo período seleccionado. Es decir, revela un producto no competitivo en un mercado estancado. También recibe el nombre de retroceso.
Sistema armonizado	Nomenclatura internacional establecida por la Organización Mundial de Aduanas, basada en una clasificación de las mercancías conforme a un sistema de códigos de 6 dígitos aceptado por todos los países participantes. A más de 6 dígitos los países pueden establecer sus propias subclasificaciones, llamadas líneas nacionales, con fines arancelarios o de otra clase.
Socio comercial	País o grupo de países que exporta o importa productos con el país informante.
Tasa arancelaria efectiva	Es el porcentaje que representa el valor del arancel recaudado de un producto en el valor total de las importaciones de ese producto proveniente de un país socio al mercado de los Estados Unidos en un año específico.

Concepto	Descripción
Tipología de producto	Es una herramienta de cálculo que permite clasificar los productos de acuerdo con dos indicadores: la variación de su participación de mercado (competitividad exportadora) y la variación de su participación de producto (demanda), durante un período seleccionado. Las cuatro tipologías posibles son: estrella naciente, estrella menguante, oportunidad perdida y retirada.
Unidad de volumen	Es la unidad en la que se cuantificó el comercio de una mercancía. Estas unidades pueden ser en kilogramos, piezas, número, docenas, miles de artículos, volumen en litros, entre otras. La unidad de volumen está relacionada con la naturaleza del producto.
Valor	Valor monetario, expresado en dólares americanos, en que se contabilizó el intercambio comercial entre los socios comerciales y el país informante en un año específico.
Valor unitario	Es el cociente entre el valor de las exportaciones o importaciones de un producto de un socio comercial y el volumen exportado o importado de ese mismo producto por el socio comercial. El resultado es el precio aproximado del producto por unidad de medición, en un año específico.
Valor unitario global	Es el cociente entre el valor global total de las exportaciones o importaciones de un producto y el volumen global total de las exportaciones o importaciones de ese producto. El resultado es un aproximado del precio promedio, por unidad de medición, al que el país informante vendió o adquirió ese producto, en un año específico.
Valor unitario relativo	Es el cociente entre el valor unitario de un producto importado o exportado de un país socio y el valor unitario global de ese mismo producto, en un año específico. Cuando el valor unitario del producto del socio comercial es igual al valor unitario global el resultado es 1. Cuando el valor unitario del producto del socio comercial es mayor que el valor unitario global el resultado es mayor a 1. Cuando el valor unitario del producto del socio comercial es menor que el valor unitario global el resultado es menor a 1.
Ventaja comparativa revelada	El índice de Balassa de ventaja comparativa revelada compara la participación de las exportaciones de un producto o sector en un país con la participación de las exportaciones de ese producto o sector en el comercio mundial o en el mercado de referencia. El denominador representa la participación de las exportaciones de un sector o producto en las exportaciones del mercado seleccionado. El índice de VCR realiza una comparación entre la estructura de exportaciones de un país (numerador) con la estructura de exportaciones de un mercado (denominador). Cuando el índice de VCR es igual a 1 para un sector o producto de un país en particular, el porcentaje de cambio de ese sector o producto es idéntico al promedio del mercado de referencia. Cuando el índice de VCR es superior a 1 se dice que el país está especializado en ese sector o producto y viceversa cuando el índice de VCR es menor a 1.
Volumen	Cantidad de productos exportados o importados. La unidad de medición de los productos está relacionada con la naturaleza del producto. Regularmente, la cantidad se reporta en toneladas.

Anexo 2. Interpretación de las unidades de volumen

1. Estados Unidos

Abreviatura	Descripción
A	Amperios
AC	Corriente alterna
BBL	Barril
BFT	Pies de tabla
BRU	Cepillos mecánicos
BU	Fanegas
C	Celsius
CAR	Quilate
CBM	Metros cúbicos
CC	Centímetros cúbicos
CFT	Pies cúbicos
CG	Centigramos
CGR	Gramos de contenido
CKG	Kilogramos de contenido
CLB	Libras de contenido
CMS	Centímetros
CMT	Toneladas métricas de contenido
CST	Toneladas cortas de contenido
CTN	Toneladas de contenido
CUR	Curie
CWT	Quintal métrico
CYD	Yardas cúbicas
CYK	Kilogramos de rendimiento limpio
CYP	Libras de rendimiento limpio
DC	Corriente directa
DOZ	Docena
DPC	Docena de piezas
DPR	Docena de pares
FBM	Metros de fibra
FT	Pies
GAL	Galones
GBQ	Gigabecquerels
GBX	Cajas brutas
GCN	Contenedores brutos

Abreviatura	Descripción
GKG	Kilogramos brutos
GKG	Kilogramos de rendimiento bruto
GLB	Libras brutas
GRP	Par bruto
GRS	Bruto
GTN	Tonelada métrica cúbica
GTN	Toneladas brutas
GVW	Peso bruto del vehículo
HND	Cientos
HSP	Caballos de fuerza
IN	Pulgadas
JWL	Número de joyas con valor imponible
KDR	Kilogramo de contenido de caucho seco
KG	Kilogramos
KGS	Kilogramos totales de azúcares
KW	Kilowatts
KWH	Kilowatt por hora
LBS	Libras
LNM	Metro lineal
LT	Tonelada imperial
LTR	Litros
MBF	Miles de pies de tabla
MBQ	Megabecquerels
MC	Milicurios
MCF	Mil pies cúbicos
MCU	Micro curios
ML	Mililitro
MLF	Mil pies lineales
MM	Milímetros
MSF	Mil pies cuadrados
MTN	Toneladas métricas
MTR	Metros
MUN	Millones de unidades

Abreviatura	Descripción
MYD	Mil yardas lineales
NESOI	No especificado ni incluido en otra parte
NO	Número
ODE	Equivalente al agotamiento de la capa de ozono
OZ	Onzas
PCS	Piezas
PFG	Galones de prueba
PFL	Litros de prueba
PKS	Paquetes
PRS	Pares
RBA	Fardos continuos
RPM	Revoluciones por minuto
SCM	Metros cuadrados
SET	Juego
SFT	Pies cuadrados
SQ	Cuadrado
SQM	Metros cuadrados
SSG	Galón concentrado
STN	Toneladas cortas
SYD	Yardas cuadradas
TCM	Mil metros cúbicos
THM	Mil metros
THS	Miles
TNV	Valor bruto de tonelada (métrico)
TOZ	Onzas troy
VA	Volt ampere
VOL	Volumen
WG	Galones de vino
WT	Peso
X	No se requiere unidad de cantidad
YDS	Yardas

2. UN Comtrade

Abreviatura	Descripción
-1	No disponible o no especificado o sin cantidad
-2	Todas
2	Área en metros cuadrados
3	Energía eléctrica en miles de kilowatts hora
4	Longitud en metros
5	Número de artículos
6	Número de pares
7	Volumen en litros
8	Peso en kilogramos
9	Miles de artículos
10	Número de paquetes
11	Docenas de artículos
12	Volumen en metros cúbicos
13	Peso en quilates
14	Longitud en kilómetros
15	Peso en gramos
16	Colmena
17	Volumen en miles de metros cúbicos
18	Terajulios (valor calorífico bruto)
19	Barriles
20	Volumen en miles de litros
21	Peso en miles de kilogramos
22	Energía eléctrica en kilowatts-hora
23	Litro de alcohol puro (100%) - l alc. 100%
24	Cabeza
25	Kilogramo de peso neto drenado
26	Kilogramo de cloruro de colina
27	Kilogramo de pentóxido de diósforo
28	Kilogramo de peróxido de hidrógeno
29	Kilogramo de metilaminas
30	Kilogramo de nitrógeno
31	Kilogramo de hidróxido de potasio (potasa cáustica)
32	Kilogramo de óxido de potasio

Abreviatura	Descripción
33	Kilogramo de hidróxido de sodio (soda cáustica)
34	Kilogramo de sustancia 90% seca
35	Kilogramo de uranio
36	Capacidad de carga en toneladas
37	Bequerels
38	Gramo de isótopos fisionables
39	Tonelada de registro bruta
40	Tonelaje bruto
41	Número de celdas/elementos

Anexo 3. Identificación y solución de problemas técnicos

Problema	Posible solución
El MAGIC muestra el mensaje: Faltan datos!	Verifique que ha seleccionado todos los parámetros necesarios antes de procesar la consulta.
Quiero seleccionar un producto a más de 2 dígitos y en las pestañas de los otros niveles no muestra información	Seleccione otro capítulo o producto en el nivel anterior al que no le aparece información y, posteriormente, vuelva a seleccionar el capítulo o producto en el nivel anterior que le interese.
He seleccionado el idioma español y el MAGIC me muestra la descripción del producto en inglés	<p>Si ha generado una consulta a 10 dígitos (nivel nacional), el MAGIC le mostrará siempre la descripción de estos productos en el idioma del país informante. En el caso de los Estados Unidos, los productos a 10 dígitos del SA se muestran en inglés.</p> <p>En caso de que esté generando una consulta a menos de 10 dígitos y que el MAGIC no esté mostrando la descripción del producto en el idioma seleccionado, por favor regrese al inicio del MAGIC, seleccione el idioma de su preferencia y vuelva a generar la consulta.</p>
Al dar clic en los enlaces marcados con letras azules, el MAGIC no muestra nada	Los enlaces marcados en azul en el MAGIC abren ventanas emergentes (<i>pop-ups</i>) con la información relacionada a cada enlace. Normalmente estas ventanas están bloqueadas en los navegadores. Para desactivar el bloqueo es necesario que autorice a su navegador a abrir siempre las ventanas emergentes del MAGIC. Una forma de autorizar estas ventanas es dando clic sobre el ícono que aparece en la parte superior derecha de la barra del navegador y seleccionar autorizar siempre el despliegue. Otra forma es ir a la configuración de su navegador y seleccionar en la sección de privacidad y seguridad la desactivación del bloqueo de ventanas emergentes del MAGIC.
El MAGIC se ha cerrado y ha terminado sesión	<p>Si el MAGIC registra que durante los últimos 15 minutos el usuario no ha realizado ninguna nueva consulta, cerrará automáticamente la sesión. En ese caso, el usuario deberá reiniciar su sesión.</p> <p>En caso de que una consulta tarde más de 15 minutos, el MAGIC se cerrará automáticamente. En ese último caso se recomienda enviar al correo magic@cepal.org la descripción de los parámetros de su consulta o bien reducir los datos solicitados.</p>
He creado o seleccionado un grupo de países (o grupo de productos) y el MAGIC no me muestra información comercial para cada uno de los países (o productos) que conforman el grupo	<p>Al crear un grupo de países o de productos en el MAGIC el sistema suma los valores de cada uno de los elementos que conforman el grupo y los reporta como un solo socio o producto comercial.</p> <p>Para obtener información separada se deberá hacer la consulta de cada elemento del grupo como socio comercial o producto.</p>

Anexo 4. Fórmulas de los indicadores incluidos en el MAGIC

M = importaciones

X = exportaciones

j = país desde el que se importa o exporta

i = producto que se importa o exporta

t = año en que se realiza la importación o exportación

t_b = año base o año inicial

t_f = año final

v = volumen

M_{it}^o = Importaciones del producto *i* desde todos los países en el año *t* o importaciones globales de producto *i*

M_{ot}^o = Importaciones de todos los productos desde todos los países en el año *t* o importaciones globales totales

M_{it}^j = Importaciones del producto *i* desde el país *j* en el año *t* o importaciones totales producto-país

M_{ot}^j = Importaciones de todos los productos desde el país *j* en el año *t* o importaciones totales país

X_{it}^o = Exportaciones del producto *i* hacia todos los países en el año *t* o exportaciones totales país

X_{ot}^j = Exportaciones de todos los productos hacia el país *j* en el año *t* o exportaciones totales país

X_{it}^j = Exportaciones del producto *i* desde el país *j* en el año *t* o exportaciones totales país-producto

X_{ot}^j = Exportaciones de todos los productos hacia todos los países en el año *t* o exportaciones globales totales

Contribución de producto

Es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones de un producto-país en el valor total de las exportaciones o importaciones de ese país o grupo de países al mercado seleccionado en un año específico.

$$\text{Exportaciones} \\ \left(X_{it}^j / X_{ot}^j \right) * 100 =$$

$$\text{Importaciones} \\ \left(M_{it}^j / M_{ot}^j \right) * 100 =$$

Participación de producto

Es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones globales de un producto en el valor de las exportaciones o importaciones globales totales del mercado seleccionado, en un año específico.

Exportaciones	Importaciones
$(X_{it}^o/X_{ot}^o) * 100 =$	$(M_{it}^o/M_{ot}^o) * 100 =$

Participación de país

Es el porcentaje que representa el valor total de las exportaciones o importaciones de un país o grupo de países en el valor global total de las importaciones o exportaciones del mercado seleccionado en un año específico. También se conoce como participación de mercado.

Exportaciones	Importaciones
$(X_{ot}^j/X_{ot}^o) * 100 =$	$(M_{ot}^j/M_{ot}^o) * 100 =$

Participación de mercado

Es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones o importaciones de un producto-país en el valor de las importaciones o exportaciones globales de un producto en el mercado seleccionado en un año específico. También se conoce como cuota de mercado.

Exportaciones	Importaciones
$(X_{it}^j/X_{it}^o) * 100 =$	$(M_{it}^j/M_{it}^o) * 100 =$

Participación de volumen

Es el porcentaje que representa el volumen de las exportaciones o importaciones de un producto-país en el volumen global de las importaciones o exportaciones de ese producto en el mercado seleccionado en un año específico.

Exportaciones	Importaciones
$(Xv_{it}^j/Xv_{it}^o) * 100 =$	$(Mv_{it}^j/Mv_{it}^o) * 100 =$

Especialización

Es el cociente entre la contribución del producto-país y la participación de ese producto en el mercado seleccionado en un año específico.

En el caso de las estadísticas de importación, la especialización del producto es la ventaja comparativa revelada que el socio comercial tiene en ese producto en el mercado seleccionado.

Cuando el resultado es mayor a 1 indica que la contribución del producto es mayor que la participación del producto en el mercado seleccionado y por tanto el país está especializado en ese producto.

Cuando el resultado es menor a 1 indica que la contribución del producto es menor que la participación del producto en el mercado seleccionado y por lo tanto el país no está especializado en ese producto.

$$\begin{array}{cc} \text{Exportaciones} & \text{Importaciones} \\ \left[\left(\frac{X_{it}^j}{X_{ot}^j} \right) * 100 \right] \div \left[\left(\frac{X_{it}^o}{X_{ot}^o} \right) * 100 \right] = & \left[\left(\frac{M_{it}^j}{M_{ot}^j} \right) * 100 \right] \div \left[\left(\frac{M_{it}^o}{M_{ot}^o} \right) * 100 \right] = \end{array}$$

Valor unitario

Es el cociente entre el valor de las exportaciones o importaciones del producto-país y el volumen de las exportaciones o importaciones de ese mismo producto-país. El resultado es el precio aproximado del producto por unidad de medición en un año específico.

$$\begin{array}{cc} \text{Exportaciones} & \text{Importaciones} \\ \left(\frac{X_{it}^j}{Xv_{it}^j} \right) = & \left(\frac{M_{it}^j}{Mv_{it}^j} \right) = \end{array}$$

Valor unitario relativo

Es el cociente entre el valor unitario de un producto-país y el valor unitario global de ese mismo producto en un año específico.

Cuando el valor unitario producto-país es igual al valor unitario global el resultado es 1.

Cuando el valor unitario producto-país es mayor que el valor unitario global el resultado es mayor a 1.

Cuando el valor unitario producto-país es menor que el valor unitario global el resultado es menor a 1.

$$\begin{array}{cc} \text{Exportaciones} & \text{Importaciones} \\ \left(\frac{X_{it}^j}{Xv_{it}^j} \right) \div \left(\frac{X_{it}^o}{Xv_{it}^o} \right) = & \left(\frac{M_{it}^j}{Mv_{it}^j} \right) \div \left(\frac{M_{it}^o}{Mv_{it}^o} \right) = \end{array}$$

Tipología de producto

Es una herramienta de cálculo que permite clasificar los productos de acuerdo con dos indicadores: la variación de su participación de mercado (competitividad exportadora) y la variación de su participación de producto (demanda), durante un período seleccionado. Las cuatro tipologías posibles son estrella naciente, estrella menguante, oportunidad perdida y retirada.



Estrella naciente

Denota un producto cuya participación de mercado (competitividad exportadora) aumentó, al igual que su participación de producto (demanda) en el mercado informante, durante el mismo período seleccionado. Es decir, revela un producto competitivo en un mercado dinámico.

Importaciones

$$[(M_{itf}^j/M_{itf}^o) * 100] - [(M_{itb}^j/M_{itb}^o) * 100] = > 0$$

y

$$[(M_{otf}^o/M_{otf}^o) * 100] - [(M_{otb}^o/M_{otb}^o) * 100] = > 0$$

Estrella menguante

Denota un producto cuya participación de mercado (competitividad exportadora) aumentó, pero su participación de producto (demanda) disminuyó en el mercado informante, durante el período seleccionado. Es decir, revela un producto competitivo en un mercado estancado.

Importaciones

$$[(M_{itf}^j/M_{itf}^o) * 100] - [(M_{itb}^j/M_{itb}^o) * 100] = > 0$$

y

$$[(M_{otf}^o/M_{otf}^o) * 100] - [(M_{otb}^o/M_{otb}^o) * 100] = < 0$$

Oportunidad perdida

Denota una mercancía cuya participación de producto (demanda) aumentó, en el mercado informante, pero su participación de mercado (competitividad exportadora) disminuyó, durante el mismo período seleccionado. Es decir, revela un producto no competitivo en un mercado dinámico.

Importaciones

$$[(M_{itf}^j/M_{itf}^o) * 100] - [(M_{itb}^j/M_{itb}^o) * 100] = < 0$$

y

$$[(M_{itf}^o/M_{otf}^o) * 100] - [(M_{itb}^o/M_{otb}^o) * 100] = > 0$$

Retirada

Denota una mercancía cuya participación de producto (demanda) aumentó, en el mercado informante, pero su participación de mercado (competitividad exportadora) disminuyó, durante el mismo período seleccionado. Es decir, revela un producto no competitivo en un mercado dinámico.

Importaciones

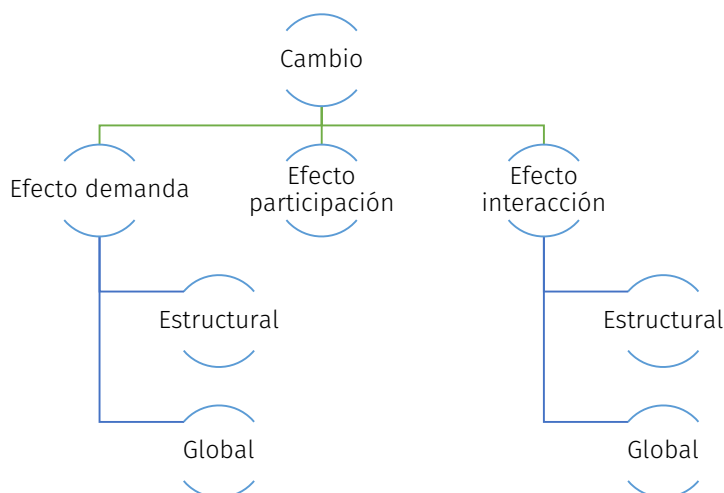
$$[(M_{itf}^j/M_{itf}^o) * 100] - [(M_{itb}^j/M_{itb}^o) * 100] = < 0$$

y

$$[(M_{itf}^o/M_{otf}^o) * 100] - [(M_{itb}^o/M_{otb}^o) * 100] = < 0$$

Descomposición del cambio

Es una herramienta de cálculo que explica en qué proporción el dinamismo del mercado destino (efecto demanda), su estructura (efecto interacción) y la competitividad del exportador (efecto participación) influyeron en el cambio en el valor de las importaciones, durante un período determinado.



Cambio

Es el cambio, o bien la diferencia real que se observó entre el valor de las importaciones totales del país socio en el año final y el valor de esas mismas importaciones en el año base.

Importaciones

$$M_{itf}^j - M_{itb}^i =$$

Efecto demanda

Es el cambio en el valor de las importaciones que hubiera resultado si la participación de mercado se hubiera mantenido constante desde el año base, en el mercado del país informante. De esta manera, el cambio es resultado de la variación en las importaciones globales del producto.

Importaciones

$$(M_{itb}^j / M_{itb}^o) * (M_{itf}^o - M_{itb}^o) =$$

Efecto estructural de la demanda

Muestra la parte del cambio del efecto en la demanda tomando en consideración la diferencia entre la variación de las importaciones globales del producto y la variación de las importaciones globales totales del mercado, durante el período seleccionado. Se deja constante el valor de las importaciones del producto-país en el año base, es decir, la participación de mercado del socio comercial.

Importaciones

$$M_{itb}^i * [(M_{itf}^o \div M_{itb}^o) - (M_{otf}^o \div M_{otb}^o)] =$$

Efecto global de la demanda

Muestra la parte del cambio del efecto en la demanda tomando en consideración solamente el crecimiento de las importaciones globales totales del mercado destino, durante el período seleccionado. Se deja constante el valor de las importaciones del producto-país en el año base, es decir de la participación de mercado del socio comercial.

Importaciones

$$M_{itb}^i * [(M_{itf}^o \div M_{otb}^o) - 1] =$$

Efecto participación

Es el cambio en el valor de las importaciones que hubiera resultado si la participación global del producto se hubiera mantenido constante desde el año base en el mercado importador. De esta manera, el cambio en el valor de las importaciones es resultado de la variación en la participación de mercado del socio comercial.

Importaciones

$$M_{it_b}^o * [(M_{it_f}^j \div M_{it_f}^o) - (M_{it_b}^j \div M_{it_b}^o)] =$$

Efecto interacción

Es el cambio en el valor de las importaciones que se explica por la interacción de la variación de la participación de mercado con la variación de las importaciones globales del producto en el mercado durante el período seleccionado.

Su valor es cero cuando la participación del producto o la importación global del producto no cambian.

Su valor es positivo cuando tanto la variación de la participación producto-país, como la variación de la importación global del producto fueron positivos o negativos.

Su valor es negativo cuando la variación de la participación producto-país o la variación de la importación global del producto fue negativa y la otra variación positiva.

Importaciones

$$[(M_{it_f}^j \div M_{it_f}^o) - (M_{it_b}^j \div M_{it_b}^o)] * (M_{it_f}^o - M_{it_b}^o) =$$

Efecto estructural de la interacción

Muestra la parte del efecto tomando en consideración la interacción entre la variación de la participación de mercado con la diferencia entre la variación de las importaciones globales del producto y las importaciones globales totales, durante el período seleccionado. Se deja constante el valor de las importaciones globales del producto en el año base.

Importaciones


$$[(M_{it_f}^j \div M_{it_f}^o) - (M_{it_b}^j \div M_{it_b}^o)] * (M_{it_b}^o) * [(M_{it_f}^o \div M_{it_b}^o) - (M_{ot_f}^o \div M_{ot_b}^o)] =$$

Efecto global de la interacción

Muestra la parte del efecto tomando en consideración solamente la interacción de la variación de la participación de mercado con el crecimiento de las importaciones globales totales durante el período seleccionado. Se deja constante el valor de las importaciones globales del producto en el año base.

Importaciones

$$[(M_{itf}^j \div M_{itf}^o) - (M_{itb}^j \div M_{itb}^o)] * (M_{itb}^o) * [(M_{otf}^o \div M_{otb}^o) - 1] =$$



En este manual se describen las principales características del nuevo Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC, por sus siglas en inglés), desarrollado por la sede subregional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en México. En una primera parte se describe el desarrollo del MAGIC y sus características principales, así como los requisitos técnicos necesarios para usar el *software*. En una segunda parte se describen cada uno de los módulos que componen el nuevo MAGIC, sus funcionalidades y los parámetros requeridos antes de consultarlo.

Asimismo, se lleva a cabo un ejercicio de interpretación de los datos e indicadores contenidos en cada módulo. Finalmente, en la sección de anexos se provee al usuario de herramientas para ayudarlo a comprender e interpretar los datos en el MAGIC: un glosario, una tabla de referencia de unidad de volumen y una tabla en la que se identifican y solucionan algunos errores técnicos, así como el desglose de las fórmulas matemáticas de los indicadores del MAGIC.

C E P A L

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)
www.cepal.org