

Comunidad Andina: un estudio de su competitividad exportadora

Martha Cordero



Coordinación de Asuntos Económicos

México, D. F., enero del 2005

Este documento fue elaborado por Martha Cordero, Oficial Asociada de Asuntos Económicos de la Sede Subregional de la CEPAL en México.

Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

ISSN impreso 1680-8800

ISSN electrónico 1684-0364

ISBN: 92-1-322649-9

LC/L.2253-P

LC/MEX/L.647

Nº de venta: S.05.II.G.10

Copyright © Naciones Unidas, enero del 2005. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, México, D. F.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N. Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

Índice

Resumen	7
Introducción	9
I. Los países andinos en un contexto internacional competitivo	11
La inserción de la Comunidad Andina y América Latina y el Caribe en el nuevo contexto internacional	15
II. Enfoques de competitividad	23
A. World Competitiveness Yearbook	24
B. Competitividad sistémica	25
C. Global Competitiveness Report.....	26
D. TradeCAN, MAGIC y TradeMap	27
III. Comercio exterior y competitividad de la CAN	31
A. Análisis de los países andinos	32
1. Bolivia	32
2. Colombia.....	33
3. Ecuador.....	33
4. Perú.....	34
5. Venezuela	35
B. Competitividad de la Comunidad Andina en diferentes mercados.....	35
1. Países industrializados	35
2. Los Estados Unidos y Canadá	47
3. América en desarrollo.....	61
4. Comunidad Andina.....	63
IV. Conclusiones	65
Bibliografía	67

Anexos	71
I Notas metodológicas	73
II Cuadros sobre competitividad de la CAN	75
Serie Estudios y perspectivas: números publicados	95

Índice de cuadros

Cuadro 1	Países seleccionados: Participación de las exportaciones en el mercado de países industrializados, 1985-2000	36
Cuadro 2	Países seleccionados: Competitividad de las exportaciones totales a los países industrializados, 1990-2000	37
Cuadro 3	Comercio internacional de bienes: Los 50 productos más dinámicos en las importaciones de los países industrializados, 1990-2000	39
Cuadro 4	Comunidad Andina: Indicadores de competitividad internacional, 1990-2000	41
Cuadro 5	Países seleccionados: Participación de las exportaciones en el mercado de los Estados Unidos y Canadá, 1985-2000.....	48
Cuadro 6	Bolivia: Participación en las importaciones de los Estados Unidos, 1990-2003	50
Cuadro 7	Colombia: Participación en las importaciones de los Estados Unidos, 1990-2003....	52
Cuadro 8	Ecuador: Participación en las importaciones de los Estados Unidos, 1990-2003	55
Cuadro 9	Perú: Participación en las importaciones de los Estados Unidos, 1990-2003	57
Cuadro 10	Venezuela: Participación en las importaciones de los Estados Unidos, 1990-2003 ..	59

Índice de gráficos

Gráfico 1	Mundo: Exportaciones de bienes, 1980-2002	14
Gráfico 2	Mundo: Exportaciones de servicios, 1980-2002	14
Gráfico 3	América Latina y el Caribe: Exportaciones por grupos de productos, 1980-2001	17
Gráfico 4	Comunidad Andina: Exportaciones por grupos de productos, 1980-2001	17
Gráfico 5	América Latina y el Caribe: Exportaciones de bienes y servicios, 1980-2002	18
Gráfico 6	Comunidad Andina: Exportaciones de bienes y servicios, 1980-2002	18
Gráfico 7	América Latina: Entradas netas de IED, 1990-2002	19
Gráfico 8	Comunidad Andina: Competitividad de sus exportaciones en los países industrializados, 1990-2000	38
Gráfico 9	Comunidad Andina: Estrellas nacientes (exportaciones dinámicas en mercados dinámicos), 1990-2000.....	42
Gráfico 10	Comunidad Andina: Estrellas menguantes (exportaciones dinámicas en mercados no dinámicos), 1990-2000.....	44
Gráfico 11	Comunidad Andina: Oportunidades perdidas (exportaciones no dinámicas en mercados dinámicos), 1990-2000	45
Gráfico 12	Comunidad Andina: Retiradas (exportaciones no dinámicas en mercados no dinámicos), 1990-2000.....	46
Gráfico 13	Comunidad Andina: Participación en las importaciones de los Estados Unidos, 1990-2003	48
Gráfico 14	Estados Unidos: Importaciones de los países andinos, 1990-2003	49
Gráfico 15	Bolivia: Tipología de la estructura de sus exportaciones a los Estados Unidos, 1990-2003	51
Gráfico 16	Colombia: Topología de la estructura de sus exportaciones a los Estados Unidos, 1990-2003	54

Índice de gráficos

Gráfico 17	Ecuador: Tipología de la estructura de sus exportaciones a los Estados Unidos, 1990-2003	56
Gráfico 18	Perú: Tipología de la estructura de sus exportaciones a los Estados Unidos, 1990-2003	58
Gráfico 19	Venezuela: Tipología de la estructura de sus exportaciones a los Estados Unidos, 1990-2003	61

Índice de diagramas

Diagrama 1	Determinantes de la competitividad nacional.....	25
Diagrama 2	Factores determinantes de la competitividad sistémica.....	26
Diagrama 3	Matriz de competitividad.....	29

Resumen

El proceso de la globalización, la creación del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) propuesta para el año 2005 y la firma de acuerdos de libre comercio implican nuevos retos y oportunidades para los países andinos. Por una parte, se plantea la posibilidad de alcanzar mayores niveles de competitividad con la apertura de los mercados, en los que las empresas puedan fortalecerse, ya sea mediante el incremento de sus exportaciones, la incursión a nuevos destinos o bien la exportación de productos diferentes de los tradicionales. En contraste, se presenta el reto de enfrentarse a otros productores que gozan de las mismas ventajas en la apertura de mercados, pero con diferentes niveles de competitividad.

La próxima firma de un acuerdo conjunto, pero con cláusulas bilaterales con los Estados Unidos, y el estancamiento de las negociaciones del ALCA desde noviembre de 2003, generan mayores retos por la diferencia de las ventajas conseguidas por cada mercado de manera bilateral y, por ende, eleva aún más la importancia de analizar la competitividad de los países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), particularmente en el mercado de los Estados Unidos.

Ante este escenario, el presente documento se aboca al estudio de la competitividad exportadora de los países miembros de la Comunidad Andina con el objetivo de brindar los elementos necesarios mediante un análisis de sus exportaciones con los programas de competitividad desarrollados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) —TradeCAN

y MAGIC— en cuatro de sus principales mercados de exportación, a fin de que los países andinos dispongan de una visión más amplia del estado y comportamiento de su estructura exportadora en estos mercados en términos competitivos y ello sirva como un elemento más para aumentar las oportunidades y afrontar los retos de una mayor apertura comercial.

Introducción

A partir de la década de 1980, el mundo experimentó cambios cualitativos y cuantitativos en la forma de interrelación de los diferentes mercados nacionales y regionales. Surgieron nuevas agrupaciones económicas, algunos esquemas de integración se renovaron y diversos países decidieron implementar políticas de apertura unilateral a fin de fortalecer y expandir sus exportaciones para responder al reto de la competitividad en un mercado cada vez más grande y más exigente.

Los países de la Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) implementaron políticas de apertura externa, al mismo tiempo que fortalecieron su mercado intrarregional. La conformación del ALCA aparece en este contexto como una oportunidad más para ampliar sus exportaciones al resto de América Latina, pero sobre todo para lograr una mayor y mejor incursión en uno de sus principales mercados, los Estados Unidos, especialmente si se considera el inicio de negociaciones de Colombia, Ecuador y Perú con ese país.

El ALCA y el futuro acuerdo comercial entre países de la CAN y los Estados Unidos constituyen una gran oportunidad para esta subregión, a la vez que representan un gran desafío en la lucha por el mercado estadounidense.

Ahora bien, de inmediato surge la pregunta: ¿hasta qué punto son competitivos los países andinos para enfrentar estas transformaciones y aprovechar estas oportunidades? El presente documento se aboca al estudio de la competitividad de las

exportaciones andinas, y su exposición se divide en tres secciones. En una primera parte se exploran los diferentes cambios en el mercado internacional y la subsecuente respuesta de la CAN y América Latina y el Caribe en su conjunto al nuevo escenario, con objeto de ubicar a estos países primero en su contexto regional y luego en el plano mundial, así como dar cuenta de la situación, en términos generales, en la que se encuentra la subregión andina en comparación con el mundo y la región.

En la segunda parte se analizan los diferentes métodos que han surgido para medir la competitividad, como el *World Competitiveness Yearbook*, el *Global Competitiveness Report*, el *TradeMap*, el *Competitive Analysis of Nations (TradeCAN)* y el *Sistema para el Análisis del Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC)*, por sus siglas en inglés, estos dos últimos desarrollados por la CEPAL. En cada caso se describe la metodología que los sustenta, así como su propia definición de la competitividad.

En la tercera parte se expone la evolución de la estructura exportadora de la subregión andina a partir de la utilización de los programas *TradeCAN*, *MAGIC* y *TradeMap*, confrontándola con los cambios en las tendencias económicas y del comercio internacional, lo que permite evaluar la capacidad de respuesta de esta región y su nivel de competitividad en cuatro de sus mercados más importantes: los países industrializados, los Estados Unidos y Canadá, América en desarrollo y la propia Comunidad Andina. El objetivo de este apartado es ofrecer un panorama de las fortalezas y debilidades de la estructura exportadora de la subregión en su conjunto y por país, que sirva de base para implementar las políticas necesarias a fin de aprovechar mejor las oportunidades que se presenten con la firma de acuerdos comerciales en el marco del ALCA y el que los tres países de la CAN negocian con los Estados Unidos.

I. Los países andinos en un contexto internacional competitivo

La Comunidad Andina de Naciones, antes conocida como el Grupo Andino o Pacto Andino, remonta sus orígenes a 1969, cuando Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú firmaron en Bogotá el Acuerdo de Cartagena, al que más tarde se uniría Venezuela (1974) y del cual se retiraría Chile (1979). Desde entonces, en este proceso de integración se ha planteado como uno de sus principales objetivos promover el desarrollo equilibrado de la región mediante la conformación de una unión aduanera que permita un libre intercambio de las mercancías de los miembros y el consiguiente incremento del comercio intrarregional, así como de políticas de apoyo a sus industrias para una mejor inserción en el mercado internacional.

Muchos fueron los programas de incentivación y diversificación de la producción que durante las décadas de 1960 y 1970 permitieron a los países andinos un avance en la industrialización de su producción y en la intensificación de sus relaciones comerciales intrarregionales, aunque no fueron suficientes para solventar la crisis económica de los años ochenta, que afectó a los países andinos y a América Latina en general. A raíz de esta crisis, caracterizada por graves déficit de la balanza de pagos, reducción de las reservas internacionales, endeudamiento externo, aminoración del crecimiento del producto interno bruto (PIB), inflación y desempleo, tanto los gobiernos de los países andinos como los latinoamericanos y caribeños en general comenzaron a instrumentar una serie de reestructuraciones

macroeconómicas orientadas a hacer frente a los cambios que en el marco internacional se estaban gestando desde el punto de vista político hasta el social.

Los países andinos, por ejemplo, pasaron de un esquema de integración basado en la sustitución de importaciones a otro abierto en que la competencia y el comercio serían los canales centrales para el desarrollo, y en el que la industrialización sería el resultado y no el principal factor detrás del crecimiento económico (Echavarría, 1998). La integración andina reestructurada en 1996¹ tuvo desde entonces como uno de sus principales objetivos fortalecer e incrementar la competitividad de los países para una mejor inserción regional y mundial.

Esta reestructuración ocurrió en un contexto mundial cuya característica fundamental es el dinamismo del comercio, junto con el desbordamiento de las fronteras productivas, la innovación tecnológica, la reducción de los costos de transporte y de las barreras arancelarias, así como la intensificación en la transacción de servicios financieros.

A raíz del lento crecimiento que la región de América Latina y el Caribe experimentó durante los años ochenta, tanto las naciones como las empresas² efectuaron diversos cambios en busca de asegurarse un lugar en el nuevo escenario internacional. El objetivo era, en primera instancia, salir del bache en el que se encontraban para posteriormente emerger a conquistar, mantener y ampliar la participación de sus productos en el mercado internacional; es decir, alcanzar mayores niveles de competitividad (Müller, 1995).

Con este fin, los gobiernos de los países de América Latina y el Caribe comenzaron a poner en práctica la apertura de sus mercados por medio del desmantelamiento de las medidas arancelarias y algunas no arancelarias, así como la inserción a otros mercados. El eje de la estrategia se ha concentrado en la creación, incentivación y reforzamiento de sus respectivas estructuras de exportación, lo que ha permitido la transición de un modelo de inserción internacional mediante las ventajas comparativas a un modelo de promoción de las exportaciones con base en las ventajas competitivas. Sin embargo, América Latina no ha logrado dar ese salto y más bien se produce el aprovechamiento de ventajas estáticas, como mano de obra y recursos naturales. El problema es que la mano de obra calificada no es abundante y los recursos naturales se agotan.

Esta estrategia sí ha avanzado en algunas regiones como en el Asia del Pacífico, donde la producción se ha desplazado de la explotación o producción con base en los recursos naturales o humanos disponibles a una producción con base en el conocimiento y la innovación tecnológica, el uso de recursos humanos capacitados o de conocimiento (Drucker, 1994), pero sobre todo en función de la demanda internacional.

A escala empresarial, las firmas mundiales han transitado igualmente de estrategias de producción masiva y enfocadas al mercado nacional o regional hacia una producción estratégica de acuerdo con un plan internacional de producción, o lo que se ha dado en llamar nuevas cadenas de producción o de valor (CEPAL, 2002), orientadas a la producción de bienes para el mercado mundial.

En este marco, las empresas transnacionales figuran entre las principales responsables de dicha reestructuración. En tanto generadoras de tres cuartas partes del movimiento de la inversión extranjera directa (IED) y dos tercios del comercio internacional, han aplicado estrategias de producción global, confiriendo a sus distintos mercados de inversión determinadas tareas de acuerdo con su capacidad productiva y a la disponibilidad de sus recursos naturales y humanos, a fin de obtener un bien de calidad y a bajo costo para competir eficazmente en el mercado internacional, así como destinar recursos para el desarrollo de nuevos y mejores productos.

¹ En marzo de 1996 los países integrantes del Grupo Andino firmaron el Protocolo Modificadorio del Acuerdo de Cartagena mediante el cual se da un cambio de la integración andina en una Comunidad Andina de Naciones (véase Córdoba, 1997).

² A partir de esta reestructuración mundial, las empresas han ido cobrando cada vez más fuerza como actores decisivos en la dinámica internacional, tanto desde el punto de vista económico como político y social.

Asimismo, han generado nuevas estrategias de producción modificando su estructura organizacional en la elaboración de productos o en la prestación de servicios mediante alianzas estratégicas, *joint ventures*, subcontratación, acuerdos intraindustriales, y otros mecanismos, que propician un nuevo tipo de relaciones entre sus contrapartes y las empresas de los países en desarrollo (Cordero, 2001).

Las transformaciones operadas en el Estado y en las empresas han propiciado variaciones en el volumen y valor de las exportaciones mundiales y en la estructuración de los bienes de exportación. La producción y exportación de productos es más competitiva en la medida en que incorpora mayor tecnología (UNCTAD, 2002), por lo que muchas de las políticas de promoción de exportaciones se han dado a la tarea de incentivar aquellos productos que consideran más dinámicos en el mercado mundial.

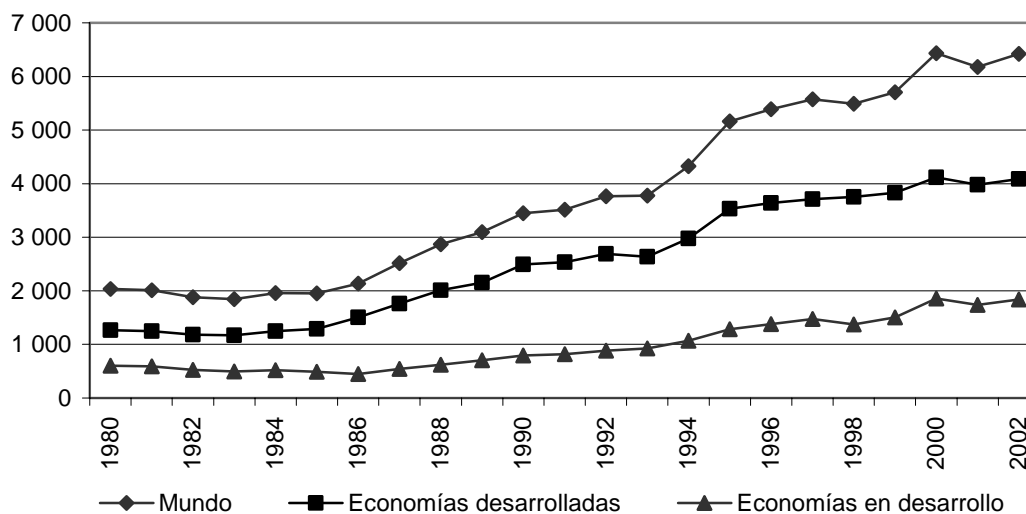
Dicha tarea no ha sido fácil en algunos países en desarrollo con altos niveles de producción de bienes basados en recursos naturales y/o abundante mano de obra no calificada —el caso de los países andinos—, por lo que su mudanza a productos con mayor contenido tecnológico ha sido relativamente lenta, pese a la reestructuración de su base exportadora y de sus políticas de inversión extranjera tendientes a generar productos más dinámicos en aras de participar de las corrientes del nuevo contexto internacional.

A causa de estas transformaciones, la promoción de las exportaciones constituye el eje del crecimiento económico nacional y la producción global de un bien es la nueva estrategia empresarial. Como reflejo de estos fenómenos, en el gráfico 1 se muestra cómo las exportaciones mundiales se incrementaron notablemente a partir de 1985, alcanzando una tasa de crecimiento de 4,9% en el período de 1980-1990 (de 6,4% y 2,5% en los países desarrollados y en desarrollo, respectivamente, durante el mismo período).

Cabe subrayar el mayor peso que han tenido las exportaciones de los países desarrollados entre las exportaciones totales, pero también es relevante el alto crecimiento (8% en promedio) que los países en desarrollo registraron durante la década de 1990 (período en que la mayor parte de éstos implementaron las políticas de liberalización comercial), en comparación con el crecimiento promedio mundial (6%) y el de los países desarrollados (5%). Esta trayectoria de ascenso se ha debilitado a partir del año 2000 debido a la desaceleración económica mundial.

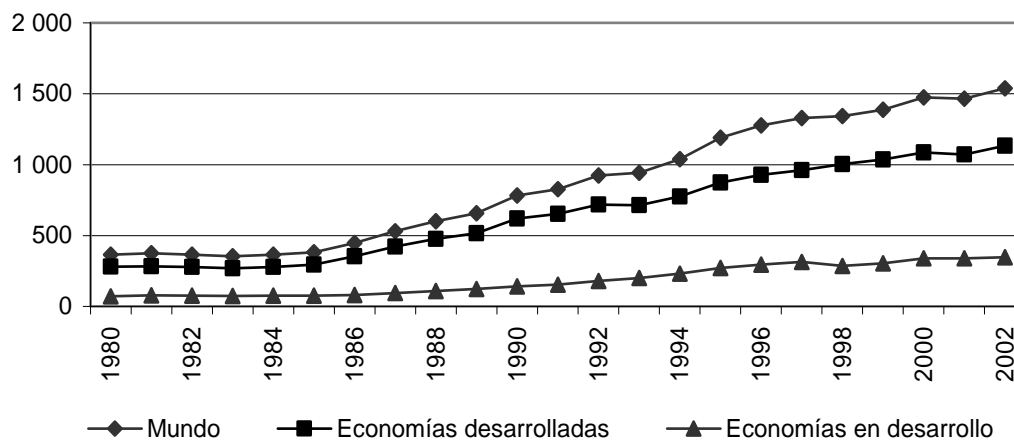
Sin embargo, el aumento en el volumen y el valor de las exportaciones no ha sido el único hecho importante a escala mundial, ya que el despliegue de aspectos como el financiero, jurídico e informático ha provocado que los servicios ocupen cada vez un papel más preponderante en el comercio internacional y que la información sea una de las herramientas principales en la competitividad mundial. Al igual que las exportaciones de bienes, las de servicios presentan un crecimiento acelerado a partir de 1985, sobre todo en los países desarrollados su tasa promedio de crecimiento mundial entre 1980 y 1990 fue de 7,2%, 2,3 puntos porcentuales por arriba de la de los bienes. En el año 2002 su valor superó los 1,5 billones de dólares, alrededor del 20% del comercio total de bienes y servicios, con un alto nivel de concentración, ya que el 42% de éstos corresponde a los cinco mayores exportadores: los Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania y Japón. A pesar de que los países en desarrollo han registrado en el decenio de 1990 altas tasas de crecimiento (8,2%) en comparación con la de los desarrollados (5,2%), el monto de transacciones de los primeros por este concepto fue cinco veces más que el obtenido por los segundos (véase el gráfico 2).

Gráfico 1
MUNDO: EXPORTACIONES DE BIENES, 1980-2002
 (Miles de millones de dólares)



Fuente: OMC, Trade Statistics, Internet.

Gráfico 2
MUNDO: EXPORTACIONES DE SERVICIOS, 1980-2002
 (Miles de millones de dólares)



Fuente: OMC, Trade Statistics, Internet.

La importancia del comercio de los servicios se refleja en su predominante inclusión en las negociaciones comerciales mundiales, regionales y bilaterales. Tras la Ronda Uruguay han estado presentes como uno de los principales puntos a convenir en los distintos foros, tomando como referencia el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios emanado de dicha Ronda.

Como parte de esta mayor dinámica en las exportaciones de bienes y servicios, la firma de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales se ha intensificado desde los años noventa, llegando a contarse 259 acuerdos comerciales registrados en la Organización Mundial de Comercio (OMC) a diciembre de 2002, aunque sólo 179 están vigentes (OMC, 2003).

En términos mundiales existen tres grandes procesos de integración, con sus respectivos tres grandes bloques, liderados por lo que se conoce como la tríada: Alemania, los Estados Unidos y Japón. Alemania a la cabeza de la Unión Europea, Japón en el mercado del sudeste asiático y los Estados Unidos en el área de las Américas. Cada una de estas regiones se ha acoplado a la dinámica mundial a través de diversas medidas, ya sea intensificando procesos de integración, impulsando la producción en cadena o alentando la inversión de sectores específicos.

Europa, por su parte, se ha dado a la tarea de reforzar su proceso de integración económica hasta la conformación de una unión monetaria. En esta evolución se ha apoyado a sus sectores productivos mediante programas de competitividad, enfocándose en las pequeñas empresas; a la vez se han reforzado las relaciones con sus antiguas colonias mediante acuerdos de preferencia comercial como el de Cotonou,³ además de estrechar lazos comerciales con países fuera del continente, como la Comunidad Andina, México o el Mercosur.

Los países asiáticos han propiciado una mayor integración productiva por medio del apoyo de políticas económicas basadas en la inversión del capital humano, relaciones armónicas y estrechas entre el sector público y los empresarios, y en la competitividad vía las exportaciones, de modo que hoy constituyen una de las áreas más dinámicas del mundo (CEPAL, 1998).

Por su parte, los Estados Unidos han ampliado su zona de mayor influencia económica al lanzar mediante la Iniciativa de las Américas la propuesta de conformación de una Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) en 2005; han firmado el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con Canadá y México, un TLC con Chile, un TLC con Centroamérica (CAFTA, por sus siglas en inglés) y República Dominicana, además de iniciar gestiones para la firma de acuerdos con Uruguay, Panamá, Colombia, Perú y Ecuador. Asimismo, han concedido mecanismos de “producción compartida” desde los años ochenta a regiones en el marco de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC), permitiendo a estos países acceder al mercado estadounidense con aranceles reducidos y mejorando sus oportunidades de competitividad frente a otros exportadores, al igual que con cuatro de los países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), en el marco del Acuerdo de Preferencia Comercial Andina (ATPA, por sus siglas en inglés), firmado en 1991 y renovado y ampliado en 2002 en la Ley de Promoción Comercial y Erradicación de la Droga (ATPDEA). Gracias a estas iniciativas, Centroamérica, el Caribe y parte de la Comunidad Andina han potenciado sus exportaciones de maquila de forma más competitiva en el mercado de los Estados Unidos.

La inserción de la Comunidad Andina y América Latina y el Caribe en el nuevo contexto internacional

La forma en que han reaccionado los países de América Latina y el Caribe a este cambio se ha materializado primero en la aplicación de una restricción monetaria y del gasto fiscal para resarcir los problemas causados por la crisis económica y financiera en la que se encontraban inmersos, y posteriormente por medio de políticas de apertura comercial, liberalización económica y promoción de las exportaciones.

Entre los países andinos, Bolivia fue el primero que abrió agresivamente su economía desde mediados de la década de 1980, catalogado como uno de los cuatro reformistas tempranos de la región (junto con Argentina, Chile y Jamaica) (Stallings y Peres, 2000). Sin embargo, el país cuenta con una franja muy pequeña de productos altamente competitivos, e incluso exporta menos que

³ Acuerdo firmado entre la Comunidad Europea y 77 Estados del Grupo ACP (África, Caribe y Pacífico) el 23 de junio de 2000. Este acuerdo sucede al Convenio de Lomé, que organizaba las relaciones comerciales y de cooperación entre la Comunidad y los Estados ACP desde 1975. Su objetivo es la reducción de la pobreza a través del diálogo político, la ayuda al desarrollo y la intensificación de la cooperación económica y comercial.

hace 20 años en términos per cápita (Torres, 1998). A este país le siguieron Colombia, Perú,⁴ Ecuador⁵ y Venezuela, estos dos últimos considerados reformistas lentos.

En sus políticas de apertura económica, los países latinoamericanos y del Caribe en general vislumbraron a las exportaciones como la principal fuente de aseguramiento de una oferta de divisas sustentable para financiar las importaciones, pagar la deuda contraída y activar los recursos materiales y humanos disponibles para mejorar las cadenas productivas y lograr un mejor posicionamiento internacional. Como se advierte, la nueva estrategia de desarrollo de América Latina y el Caribe asignó una alta prioridad al incremento de las exportaciones.

Los programas económicos adoptados en la CAN y en la mayor parte de los países latinoamericanos han consistido en la apertura del comercio exterior mediante la eliminación de las barreras arancelarias (que otrora resguardaban a los productores nacionales de los productos importados con el propósito de generar una base de producción nacional), la inserción, la creación o la reactivación de los procesos de integración económica y la privatización de las principales compañías estatales. En la estrategia se pone énfasis en la necesidad de exportar más y mejor, dejando atrás los programas industriales que buscaban crear nuevos sectores productivos por políticas que se concentran más en la promoción de la competitividad de los sectores existentes (Peres, 1994) a fin de mejorar el posicionamiento de las empresas nacionales en el mercado internacional.

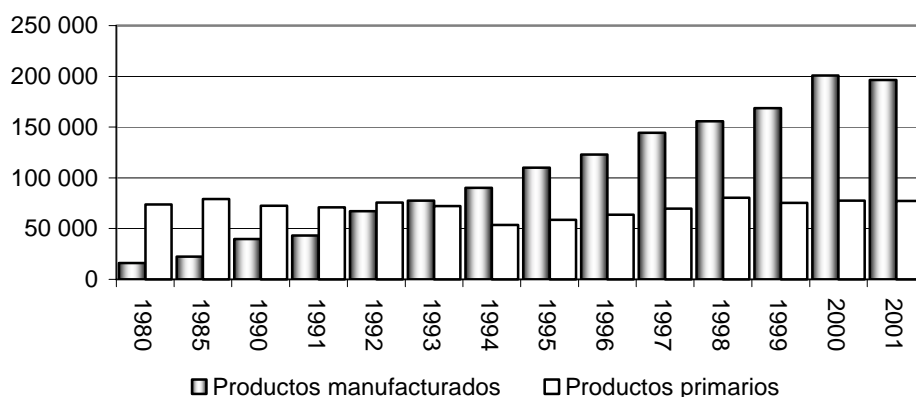
Estas variaciones en la estrategia de inserción internacional se han visto reflejadas en la cuota de participación de América Latina y el Caribe en el mercado mundial: mientras que en 1950 sus exportaciones representaban 9,3% del total mundial, en el período de 1973 a 1990 decayeron a 3,5%, para reubicarse en 2001 con 5,5%. Al mismo tiempo, han mantenido una tasa de crecimiento en el período 1990-2000 de 8,4% anual en volumen de bienes, frente a una tasa de 11,7% de crecimiento de las importaciones. Estos últimos resultados se deben a que gran parte de sus exportaciones se han basado en la importación de insumos para su procesamiento y reexportación, como lo muestran México y Centroamérica en la maquila (CEPAL, 2002).

En el caso de los países andinos, su cambio en la participación de las exportaciones mundiales ha sido mínimo, e incluso ha disminuido en comparación con la década de los ochenta: de 1,5% de participación en 1980 en el total de las exportaciones mundiales, en 2001 disminuyó a 0,8%. Parte de este resultado se debe a que la estructura de las exportaciones andinas ha permanecido casi inmutable; al igual que en los años ochenta, se halla compuesta en su mayoría por bienes primarios, contrario a lo registrado en América Latina y el Caribe en general, en donde se observa una modificación en la estructura de exportación paralelo al sentido de la dinámica económica internacional (véanse los gráficos 3 y 4).

⁴ Perú se ha distinguido por implementar uno de los regímenes de inversión extranjera directa (IED) más liberales de América Latina.

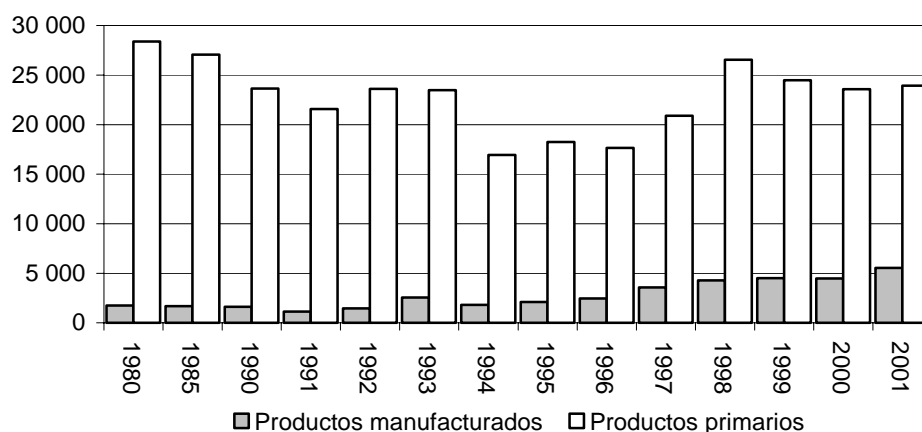
⁵ Los mayores avances en la liberalización comercial se hicieron después de que el país se integró a la OMC en 1996.

Gráfico 3
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: EXPORTACIONES POR
GRUPOS DE PRODUCTOS, 1980-2001
(Millones de dólares)



Fuente: CEPAL, Anuario estadístico, 2002.

Gráfico 4
COMUNIDAD ANDINA: EXPORTACIONES POR GRUPOS
DE PRODUCTOS, 1980-2001
(Millones de dólares)

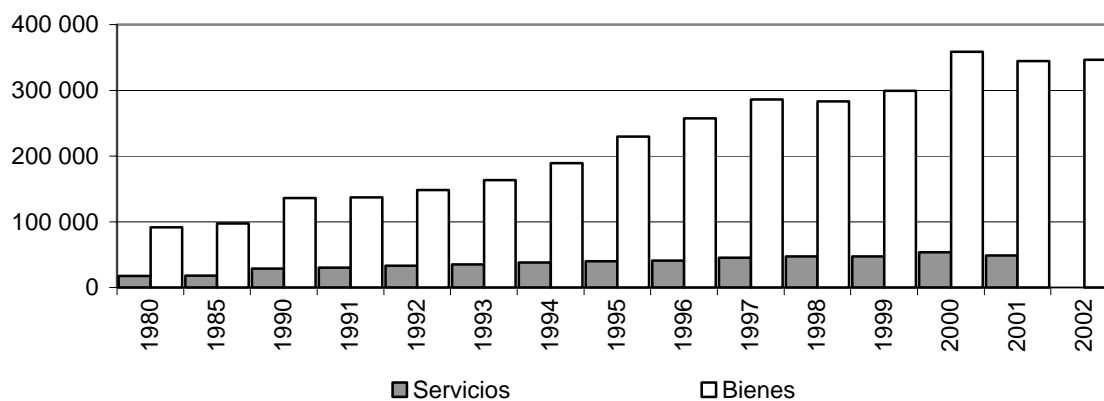


Fuente: CEPAL, Anuario estadístico, 2002.

En cuanto a exportación de servicios, América Latina y el Caribe participaron en el comercio mundial con el 4% durante 2001, lo que representó 58.100 millones de dólares. Más de la mitad de las exportaciones de estos servicios corresponde al rubro de los viajes, destacando la participación de los países del Caribe, Centroamérica y México con 27%, 10,1% y 24,4% del total de América Latina y el Caribe, respectivamente. De este porcentaje, el rubro de viajes representa 70% del total de servicios exportados por el Caribe, 56% para los países de Centroamérica y 60,5% para México.

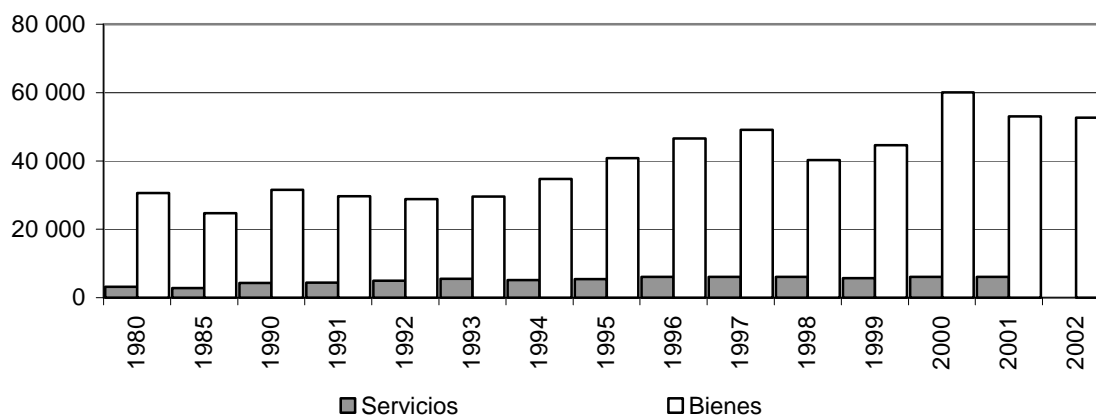
La participación de la Comunidad Andina en el total de América Latina y el Caribe en este rubro es bajo y sus tasas de crecimiento han representado la mitad de las registradas en esta última región, 3,2% en la década de los noventa, en comparación con una tasa de crecimiento del 6% en América Latina (véanse los gráficos 5 y 6).

Gráfico 5
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: EXPORTACIONES DE BIENES
Y SERVICIOS, 1980-2002
 (Millones de dólares)



Fuente: CEPAL, *Anuario estadístico*, 2002.

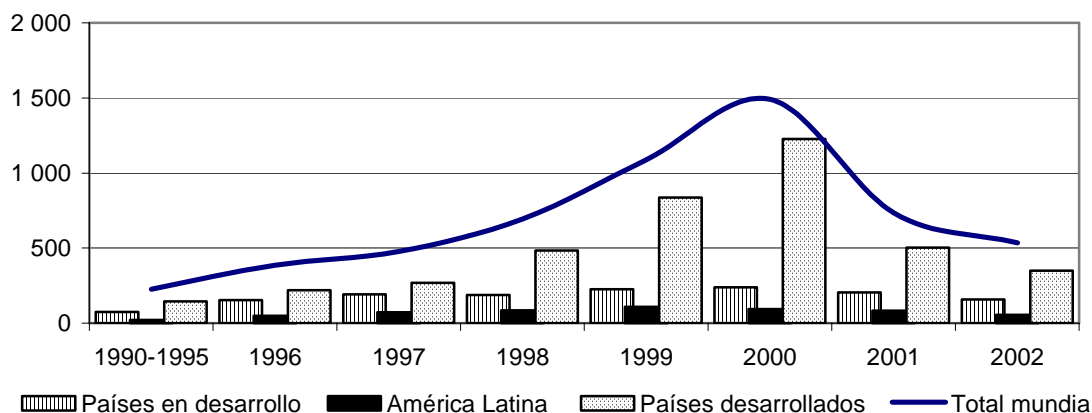
Gráfico 6
COMUNIDAD ANDINA: EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS, 1980-2002
 (Millones de dólares)



Fuente: CEPAL, *Anuario estadístico*, 2002.

Por lo que se refiere a la atracción de IED, las distintas reestructuraciones económicas en América Latina han influido en una mayor captación de divisas por este concepto, en especial en Brasil y México. De una captación promedio de 8,8% del total mundial en el período 1989-1994, a América Latina ingresó 15,3% en 1997 y 10,5% en 2002, esto último debido tanto a la desaceleración económica mundial como al término de los grandes procesos de privatización llevados a cabo en la región; sin embargo, los mayores porcentajes se dirigen a los países desarrollados (véase el gráfico 7).

Gráfico 7
AMÉRICA LATINA: ENTRADAS NETAS DE IED, 1990-2002
 (Miles de millones de dólares)



Fuente: CEPAL (2003), *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 2002*, Santiago de Chile.

En términos monetarios, 8,8% promedio significa el ingreso de 17.506 millones de dólares en promedio durante el período 1989-1994 y 56.000 millones en 2002. La Comunidad Andina se ha distinguido por ser un destino menor en la atracción de IED en la región; en el período 1990-2001 sólo captó 13% del total latinoamericano, siendo superada por México (20%) y los países del Mercosur (40%) (CEPAL, 2003b).

Con respecto a los países de origen de la IED, sobresalen los Estados Unidos, con sus inversiones predominantemente en Centro y Norte América, seguido por las inversiones de España, Francia, Reino Unido y Portugal. La Unión Europea se ha enfocado en Sudamérica en las ramas manufacturera y de recursos naturales. En particular, la Comunidad Andina recibió casi el mismo porcentaje por parte de la Unión Europea (25,6%) y de los Estados Unidos (23,8%) durante el período 1992-2001.

En general, en América Latina y el Caribe se pueden apreciar tres tipos de especialización exportadora. El primero corresponde a algunos países centroamericanos y del Caribe, al igual que México, que influidos por su cercanía al mercado estadounidense se han abocado a la integración de flujos verticales de comercio de manufactura, centrados fundamentalmente en ese mercado. México es el principal exportador de manufacturas —casi 90% de sus exportaciones se destinan al TLCAN—, con base en la producción de manufactura de primera y segunda generación (con alto contenido de mano de obra y poco valor agregado), así como de tercera generación (aplicación más intensiva de conocimiento y por recursos humanos más calificados). Por su parte, la región centroamericana y del Caribe se ha dedicado a la maquila de primera y segunda generación (Mortimore y Peres, 2001). En general, los principales productos de exportación de este bloque de países han sido básicamente los de la industria automovilística (en México), la electrónica y las prendas de vestir.

A su vez, los países sudamericanos —entre los que se cuentan los que conforman la Comunidad Andina— se han distinguido por integrarse en redes horizontales de producción y comercialización, especialmente de productos homogéneos (*commodities*) basados en el procesamiento de recursos naturales, cuya participación en el mercado mundial es poco dinámica. A diferencia de los países del primer bloque, los sudamericanos se distinguen por tener un comercio intrarregional altamente diversificado y una menor concentración en los mercados de destino, además de que sobresalen por la diferenciación de su estrategia de exportación, ya que destinan la producción de bienes manufacturados al mercado regional, mientras que al mercado mundial se

envían productos basados en recursos naturales como el petróleo crudo, forrajes para animales, derivados del petróleo, café, cobre, frutas y nueces, además de los automóviles (Mortimore y Peres, 2001).

En cuanto a los países del Caribe y Panamá, éstos han basado sus exportaciones en los servicios, principalmente de índole turística, pero también financieros y de transporte. Aun cuando América se ha convertido en el segundo destino turístico de mayor importancia del mundo, con tasas de crecimiento de 9% en América Central, 6,9% en el Caribe y 4,9% y 2,6% en América del Norte y América del Sur, respectivamente, para el Caribe ha sido en las últimas dos décadas el primer ingreso de exportación, sustituyendo a la histórica industria del azúcar de caña. Mientras que para el resto de América Latina representó 0,69% promedio en porcentaje del PIB, para la Asociación de Estados del Caribe constituyó 2,91%, en el período de 1990 a 1998.

Como parte de todos estos cambios, no sólo la Comunidad Andina reestructuró o reactivó su esquema de integración; también otros procesos de integración como el Mercado Común Centroamericano (MCCA),⁶ la Asociación Latinoamericana del Libre Comercio⁷ (ALALC) y la Comunidad del Caribe⁸ efectuaron diversas modificaciones encaminadas a fortalecer la integración comercial entre los miembros y al mismo tiempo buscar una mayor inserción en el mercado internacional tendiente a elevar la competitividad; en otras palabras, ponen en práctica un regionalismo abierto.

En este marco han surgido múltiples acuerdos bilaterales tanto regionales como extrarregionales (Europa y Asia, principalmente), nuevos esquemas de integración como el Mercado Común del Sur (Mercosur) y el TLCAN, así como la conformación del ALCA. El objetivo principal en estas acciones ha sido incrementar las exportaciones y promover la competitividad productiva, tanto por el mayor abastecimiento de insumos en mejores condiciones de precios como por el reto que plantea la producción a los fabricantes locales (Orellana, 2002).

Ejemplo de esto ha sido la adhesión de Bolivia y Perú como miembros asociados del Mercosur, la firma de un tratado de libre comercio de Colombia y Venezuela con México, así como otros tratados bilaterales con países sudamericanos, centroamericanos y del Caribe, y acuerdos subregionales con el Mercosur, la Unión Europea y más recientemente las negociaciones para la conformación del ALCA.

Aunque la Comunidad Andina cuenta con una ley de preferencias con los Estados Unidos (el ATPDEA, por sus siglas en inglés), la firma del ALCA y la negociación del CAFTA confieren especial importancia para estos países, ya que por una parte se les otorgaría una seguridad para el libre acceso al mercado estadounidense, a la vez que se permitiría la incorporación de un mayor rango de bienes y países,⁹ además de que se abre la perspectiva de nuevos horizontes de comercialización con aranceles preferenciales en otros grandes mercados y mayores flujos de IED, lo que se traduciría en mejores condiciones de competencia.

Ante los nuevos retos que enfrenta, la Comunidad Andina se ha preocupado por fortalecer e incrementar la competitividad de los países que la componen; en 1995, por ejemplo, la Junta de Acuerdo de Cartagena sentó las bases para el desarrollo de un Programa de Política Industrial y Competitividad, al promover la realización de estudios sobre competitividad de la industria andina

⁶ Creado en 1960 y conformado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

⁷ Creada en 1960. A partir de 1980 se convirtió en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), quedando integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

⁸ El Caricom lo integran Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname y Trinidad y Tabago.

⁹ Aunque en la renovación del ATPA en agosto de 2002 se incluyeron productos anteriormente excluidos como ciertos textiles y artículos de confección, ropa deportiva, atún enlatado, petróleo y sus derivados, relojes y productos de piel, aún quedan fuera de los beneficios otorgados por este acuerdo Venezuela y productos importantes para la región, como ciertos bienes agrícolas, azúcar, ron y otros.

en cada uno de los países miembros, el diseño de un modelo de medición de la competitividad y el perfeccionamiento del Sistema de Información de la Industria Manufacturera. (Córdoba, 1997).

Actualmente, la Corporación Andina de Fomento (CAF), órgano financiero de la Comunidad Andina, ha implementado un Programa Andino de Competitividad (PAC) con el objetivo de consolidar una agenda nacional y regional para fortalecer la competitividad entre los diferentes actores clave. La PAC ha elaborado, junto con el Centro para el Desarrollo Internacional (CID) de la Universidad de Harvard, un conjunto de documentos de trabajo que buscan proporcionar una visión global y explorar las experiencias alternativas de mejora de la competitividad andina.

Asimismo, se han puesto en marcha programas nacionales de fortalecimiento institucional (en el caso de Colombia), programas de fortalecimiento competitivo de los sectores productivo y financiero (Bolivia), un crédito sectorial de transporte y competitividad (Ecuador), un programa de apoyo a la competitividad, gobernabilidad e inversión social (Perú), y se plantea la puesta en marcha de un programa integral de apoyo a las pequeñas y medianas empresas para impulsar sus exportaciones.¹⁰

En el marco nacional, Colombia, por ejemplo, ha implementado los llamados “Acuerdos de competitividad” entre los productores y distribuidores con el fin de fortalecer los *clusters* agroindustriales orientados a la exportación (EIU, Colombia, 2002).

¹⁰ De acuerdo con una nota informativa de la presidencia de Colombia del 18 de septiembre de 2003 (www.presidencia.gov.co/cne/2003/septiembre/18/14182003.htm).

II. Enfoques de competitividad

El término competitividad ha estado desde sus orígenes ligado a la apertura comercial. Sus primeras menciones datan de los economistas clásicos como Adam Smith y David Ricardo, quienes vinculan los factores de producción con el aprovechamiento de las ventajas comparativas. La competitividad desde entonces se ha visto como la capacidad de una determinada nación de insertarse exitosamente en el mercado internacional con el aprovechamiento de sus factores. Sin embargo, aun cuando se ha utilizado continuamente desde el siglo XVIII, no existe una definición homogénea para responder al qué o quiénes, al cómo o al nivel de competitividad.

La propia dinámica del mercado internacional, con la multiplicidad de nuevos actores, la incorporación e importancia de nuevos factores de producción como el conocimiento, y el despliegue de los servicios como actividad transferible, han coadyuvado a la falta de una definición común, y a que el mismo término se mimetice en esa dinámica cambiante, adquiriendo diversos alcances y matices de acuerdo con el contexto.

Una de las primeras interrogantes planteadas ha sido determinar los sujetos de competencia: ¿son las naciones o las empresas? Dada la importancia creciente de las segundas y el nuevo papel que ha asumido el Estado, ha quedado claro hasta el momento que son las empresas las que compiten, pero es el Estado el que ofrece el entorno necesario para que éstas puedan ser competitivas a largo plazo, ya sea como Estado origen o como Estado huésped (en el caso de atracción de inversiones productivas).

A partir de esta aseveración surge una segunda interrogante: ¿qué es lo que lleva a que una empresa o una nación sea más o menos competitiva que otra? Es aquí donde se plantea la mayor discrepancia entre diversas instituciones y académicos, preocupados por responder a esta interrogante; pues en función de la perspectiva y alcance, o del significado mismo que se le dé a la competitividad, se tiende a otorgar un valor determinado a ciertas variables o a actores que al parecer engloban el concepto.

A. World Competitiveness Yearbook

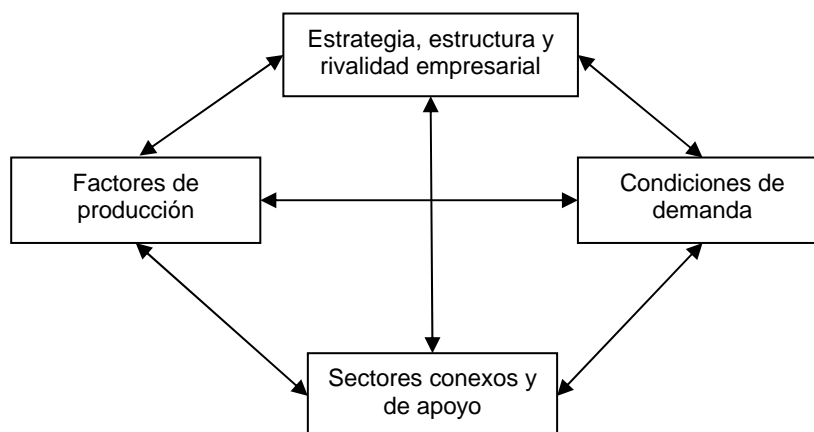
Entre los métodos de medición más conocidos y seguidos por los gobiernos y las empresas a nivel mundial se encuentra el *World Competitiveness Yearbook* (WCY, Anuario de la Competitividad Mundial), elaborado desde 1989 por el International Institute for Management Development (IMD). Este anuario analiza y califica la habilidad de las naciones para crear y mantener un entorno que apoye la competitividad de las empresas, de acuerdo con su definición de competitividad descrita en dicha publicación. Para ello evalúa la competitividad a partir de 321 criterios en 2003 (cada año aumenta este número), agrupados en cuatro factores (cada año también se redefinen de acuerdo con los avances en la investigación a partir de la dinámica del contexto internacional).

Los cuatro factores evaluados son: a) desempeño económico, una evaluación macroeconómica en la que se toman en cuenta la economía nacional, el comercio y la inversión internacional, el empleo y los precios (75 criterios); b) la eficiencia de las políticas gubernamentales, en el que se abarcan las finanzas públicas, la política fiscal, el marco institucional, la legislación comercial y el marco social (81 criterios); c) la eficiencia del manejo empresarial, para el que se toman en cuenta la productividad, el mercado laboral, las finanzas, las prácticas gerenciales, las actitudes y los valores (69 criterios), y d) la infraestructura, en el que se evalúa la infraestructura básica, tecnológica y científica, la salud, el ambiente y la educación (96 criterios).

Cabe acotar que 127 de los 321 criterios utilizados por el WCY provienen de los datos estadísticos macroeconómicos principales que reportan los gobiernos, 78 de los criterios se utilizan como información de fondo, pero no para calcular las posiciones y 116 criterios provienen de encuestas de opinión efectuadas a empresarios de todo el mundo. Esta última fuente de información es por la que el WCY recibe una de las críticas más fuertes, al sustentar buena parte de su evaluación en datos subjetivos, que en algunos casos tienden a distorsionar la evaluación final y a considerarse como no tan verídicos los resultados reportados.

Básicamente, el WCY se apoya en el modelo de competitividad desarrollado a partir del diamante de la ventaja competitiva elaborado por Michael Porter en su libro *The Competitive Advantage of Nations* de 1990. Porter establece cuatro elementos fundamentales de nivel nacional que interactúan entre sí para promover u obstaculizar la creación de ventajas competitivas en las empresas (véase el diagrama 1). En primer lugar figuran los factores de producción, como infraestructura y mano de obra calificada; en segundo, las condiciones de demanda, la naturaleza de la demanda nacional para los bienes o servicios industriales; en tercero, los sectores conexos y de apoyo, lo que se refiere a la presencia o ausencia de industrias de suministro que sean competitivas internacionalmente y, finalmente, la estrategia, estructura y rivalidad empresarial.

Diagrama 1
DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD NACIONAL



Fuente: Michel Porter (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Nueva York, Free Press.

B. Competitividad sistémica

El modelo de competitividad sistémica desarrollado por investigadores del Instituto Alemán de Desarrollo (IAD)¹¹ toma en cuenta estos elementos y los incluye desde una perspectiva de sistema en cuatro niveles que interactúan entre sí: nivel macro, nivel meta, nivel meso y nivel micro (véase el diagrama 2). En el nivel macro se encuentran propiamente las políticas como la monetaria, presupuestaria, fiscal, comercial, y otras, que hacen posible una asignación eficaz de los recursos y al mismo tiempo exigen una mayor eficacia de las empresas. En el nivel meso se localizan todas las políticas de apoyo específico que fomentan la formación de estructuras, también denominadas políticas horizontales, como la infraestructura física, la política educacional, tecnológica, ambiental, entre otras. En el nivel meta se ubican las estructuras básicas de organización jurídica, política y económica, como los factores socioculturales, la escala de valores, la capacidad estratégica y política, entre otras. Por último, en el nivel micro se coloca la capacidad de gestión de una empresa, sus estrategias empresariales, la gestión de innovación, entre otros elementos que diferencian una empresa de otra (Esser y otros, 1996).

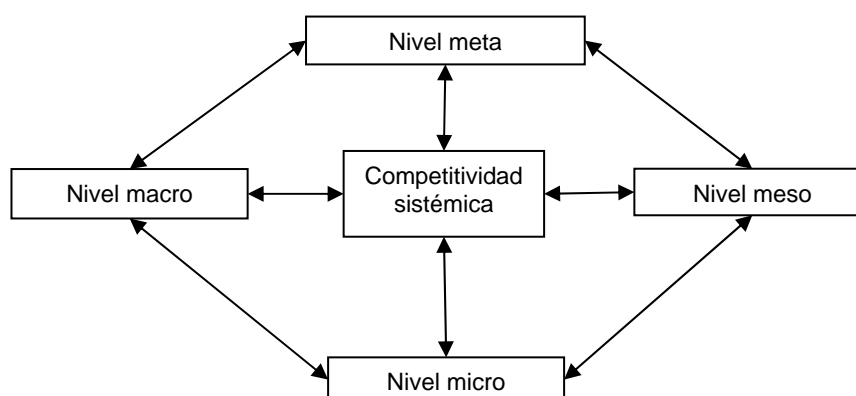
La factibilidad de que una empresa alcance y mantenga sus niveles de competitividad deseables recae en el mejor desempeño y balance de todos los niveles antes descritos. Desde esta perspectiva, los niveles se entienden como órganos necesarios para el funcionamiento de un determinado mecanismo o sistema (por ejemplo, como el cuerpo humano), por lo que cualquier falla en alguno de ellos atentaría contra el buen funcionamiento del mecanismo en su totalidad. Lo deseable, por tanto, es que todos los órganos avancen a un mismo paso y en conjunto.

Con base en estos elementos y asumiendo que las naciones compiten para mantener e incrementar sus estándares de vida, el *World Competitiveness Yearbook* enuncia 10 reglas de oro para la competitividad, a saber: a) crear un contexto legislativo estable y predecible; b) desarrollar una estructura económica flexible y elástica; c) invertir en infraestructura tecnológica y tradicional; d) promover ahorros privados e inversiones internas; e) desarrollar agresividad en los mercados internacionales, así como atracción para la inversión extranjera directa; f) enfocarse en calidad, rapidez y transparencia en el gobierno y en la administración; g) mantener una relación entre los

¹¹ K. Esser, W. Hillebrand, D. Messner y J. Meyer-Stamer en el libro *Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*, publicado por el Instituto Alemán para el Desarrollo en Berlín en 1994.

niveles salariales, la productividad y los impuestos; h) preservar el tejido social mediante la reducción de la disparidad salarial y el fortalecimiento de la clase media; i) invertir fuertemente en educación, especialmente en el nivel de secundaria y en la formación a largo plazo de la fuerza laboral, y j) equilibrar las economías de globalidad y de proximidad para asegurar la creación de riqueza, mientras que se preserve el sistema de valores que los ciudadanos anhelan.

Diagrama 2
FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA



Fuente: Klaus Esser y otros (1996) "Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política", Revista de la CEPAL N° 59, CEPAL, Santiago de Chile, agosto.

En el último anuario publicado por el IMD, en adición a la división de los cuatro factores de evolución, los resultados se dividen en dos grupos de países: aquéllos con una población mayor a los 20 millones de habitantes y aquéllos con una población menor a ésta. Colombia y Venezuela, únicos países de la Comunidad Andina dentro de los 30 primeros lugares en 2003, se ubican en el primer grupo de países, con las siguientes posiciones: en el desempeño económico Colombia ocupa la posición número 21 y Venezuela la 30, registrando este último un retroceso de siete posiciones, en comparación con el lugar 23 que ocupó de 1999 a 2001. En eficiencia de las políticas gubernamentales, Colombia avanzó de la posición número 20 en 2002 a la 11 en 2003, mientras que Venezuela retrocedió de la posición número 25 a la 30 en los mismos años. En el tercer factor, correspondiente a la eficiencia del manejo empresarial, Colombia cedió tres posiciones en 2003, ubicándose en el lugar número 18, pero obtuvo mejores resultados con respecto a años anteriores, en tanto Venezuela ocupó el lugar número 28. Por último, por lo que se refiere a infraestructura, Colombia obtuvo la posición número 14 y Venezuela descendió a la posición 28.

A primera vista se aprecia una alta fluctuación en los lugares de un año a otro; parte de este comportamiento es atribuible a la ya mencionada subjetividad del método, el cual propicia que un acontecimiento político, social o económico influya en la percepción que los empresarios tienen del país y eso mismo afecte su posición dentro del anuario y por ende los flujos monetarios.

C. Global Competitiveness Report

Otro de los métodos de medición también conocido y tomado en cuenta por los países y empresas al igual que el WCY es el *Global Competitiveness Report* (GCR, Reporte de competitividad global), elaborado en el Foro Económico Mundial desde 1979 y en el que participa Michel Porter y otros destacados economistas como Jeffrey Sachs y John McArthur. De hecho, la primera de las dos partes en la que se divide el reporte, *Growth Competitiveness Index* (GCI), fue

desarrollado en 2001 por los dos últimos economistas mencionados, en tanto que la segunda parte del reporte, *Business Competitiveness Index* (BCI), fue elaborado por Porter en el año 2000.

Al igual que el WCY, el GCR también ha sufrido cambios en su metodología aplicada para medir la competitividad en función de la dinámica del escenario internacional, pero el objetivo fundamental del reporte ha sido evaluar el potencial de las economías del mundo para lograr un crecimiento económico sostenido en el mediano y largo plazo. El primero de los dos índices que componen el reporte se realiza a partir del análisis de lo que llaman “los tres pilares”, i.e., el entorno macroeconómico, las instituciones y la tecnología, que establecen el marco ideal para que las empresas puedan generar bienes y servicios mediante métodos eficientes. En el entendido de que una economía no puede ser competitiva salvo que las compañías que ahí operan sean competitivas, ya sea que se trate de compañías nacionales, subsidiarias o extranjeras, la segunda parte del reporte se enfoca en medir la productividad de éstas por medio de dos subíndices: a) la sofisticación de la estrategia y las operaciones de la compañía, y b) la calidad del ambiente nacional de negocios. En ambos índices se utilizan tanto datos estadísticos como información de encuestas a empresarios, de la misma manera que el WCY.

La lógica del método utilizado por el reporte es similar a la del WCY, por cuanto ambos consideran a la competitividad como parte de un todo de forma sistémica, en el que los elementos interactúan entre sí y es la empresa la que compite y el Estado el que ofrece el entorno necesario para hacerlo. Las críticas son las mismas en cuanto al balance entre subjetividad y objetividad de los datos y resultados, y distan con respecto a los conceptos, factores y criterios de evaluación otorgados, lo que se observa en sus resultados.

Los países de la Comunidad Andina en este reporte ocuparon en 2003 posiciones que van de lo intermedio a lo bajo con relación a los 102 casos analizados. De acuerdo con el índice de crecimiento competitivo, Perú se ubica en la primera posición con respecto al resto de la CAN (en el lugar 57), le sigue Colombia en el sitio 63, Venezuela en el número 82, Bolivia en el 85 y Ecuador en el 86; todos ellos precedidos por países como Chile, México, El Salvador, Uruguay, Costa Rica y Brasil. En cuanto al índice de competitividad empresarial, todos los países de la CAN se ubican en las últimas posiciones, con excepción de Colombia (51); Perú se halla en la posición 81, seguido de Venezuela (85), Ecuador (89) y Bolivia (98). Los países de América Latina posicionados mejor que los de la CAN son Chile, Brasil, Costa Rica y México.

D. TradeCAN, MAGIC y TradeMap

La CEPAL ha desarrollado dos programas computacionales cuyos objetivos principales son evaluar el comercio internacional de bienes, el comportamiento de los mercados regionales y/o nacionales, el comportamiento de los productos y el desempeño de las exportaciones. El primero de estos programas es el *Competitive Analysis of Nations* (TradeCAN), desarrollado en 1991 para medir la competitividad de los países por regiones; el segundo es el *Sistema para el Análisis del Crecimiento del Comercio Internacional* (MAGIC, por sus siglas en inglés, *Module for the Analysis of Growth of International Commerce*), desarrollado en 1995 para medir la competitividad de los países en el mercado de los Estados Unidos.

Los datos estadísticos que utiliza el TradeCAN para su análisis provienen de la base de datos de la Oficina de Estadísticas de las Naciones Unidas (COMTRADE), la cual abarca el 90% del comercio mundial. Estos datos se incorporan al sistema computacional una vez que se han trabajado en promedio tres años, a fin de reducir los sesgos en los resultados a causa de un año atípico al principio o al final de período; los años que actualmente abarca este programa van de 1985 a 2000. En cuanto a los países de referencia, aunque la base de datos contiene más de 80 países exportadores, los mercados de importación sólo son seis en el momento en que los agrupa por tipo

de país; la primera agrupación es entre el mundo industrializado y el mundo en vías de desarrollo; posteriormente éstos se subdividen en tres por regiones geográficas.

Este programa puede responder a preguntas como: ¿cuáles son los principales productos de exportación y/o importación de determinada región?; ¿cómo se han comportado estas exportaciones y/o importaciones?; ¿cuál es su contribución a las exportaciones o su participación en las importaciones?; ¿cuál es la cuota de mercado de determinado producto en un determinado país?; ¿cuál es la posición de un país con respecto a sus principales rivales?, entre otras. Ahora bien, su esencia se encuentra en el análisis de la relación de dos variables para medir la competitividad de un país o un producto o tipo de productos: el factor exógeno y el endógeno. El primero de éstos tiene que ver con los cambios en el mercado internacional, como los gustos o preferencias por un determinado producto, las variaciones en los ingresos de los países, en los precios de los productos o de los factores productivos, entre otros, lo cual determina que las importaciones de un producto tiendan a aumentar o disminuir con respecto al total de todos los productos importados; este primer factor se mide por el porcentaje de importaciones.

El factor endógeno, segunda variable, se relaciona con la habilidad de cada país para responder a las alteraciones en la primera variable, ya sea aumentando o disminuyendo sus exportaciones, dependiendo de la dinámica del producto. Este segundo factor se mide por la participación en el mercado (por ejemplo, el porcentaje de bananas que Europa importa de Ecuador del total de bananas que importa del mundo) o por el porcentaje de exportaciones (por ejemplo, el porcentaje de las exportaciones de bananas de Ecuador en el total de sus exportaciones), o bien la especialización.

La relación entre estas dos variables se expresa en la llamada matriz de competitividad, la cual permite distinguir cuatro situaciones diferentes de esta relación (véase el diagrama 3). En el eje horizontal (X) se mide el comportamiento del primer factor: el porcentaje de importaciones, mientras que en el eje vertical (Y) se mide el comportamiento del segundo factor, en este caso (para fines ilustrativos) la participación en el mercado. Siguiendo con el ejemplo de las exportaciones de bananas de Ecuador, en el caso de que las importaciones de este producto aumenten en Europa y que Ecuador aproveche la coyuntura incrementando sus exportaciones de este producto y por ende su participación en ese mercado, el producto se situará dentro de la categoría de estrellas nacientes, es decir, existe un cambio positivo en el porcentaje de importaciones y un cambio positivo en la participación de mercado (+,+) (véase en el anexo I las fórmulas matemáticas empleadas).

En el caso de que las importaciones de bananas en el mercado europeo aumentaran pero Ecuador no lo aprovechara, y por el contrario disminuyera su participación en ese mercado (ya sea por efecto de desplazamiento de otros exportadores de bananas, por disminución de su producción, entre otros factores), el producto se situaría en la categoría de oportunidades perdidas. En este caso existe un signo positivo en el porcentaje de importaciones y uno negativo en la participación de mercado (+,-).

Si por el contrario, el porcentaje de importaciones de bananas en el mercado europeo tendiera a disminuir, pero Ecuador no modificara su participación de mercado e incluso la elevara, entonces el producto se localizaría dentro de la categoría de estrellas menguantes, es decir, que existe un cambio negativo en el porcentaje de importaciones y un cambio positivo en la participación de mercado (-,+). En estos casos se dice que el país ha sido eficiente al aumentar su participación de mercado, pero no eficaz al enfocarse en productos no dinámicos.

En el último caso, en el que el porcentaje de importaciones de bananas en el mercado europeo cayera (ya sea porque a los europeos ya no lo incluyan en su dieta o prefirieran la banana procesada en galletas) y Ecuador también disminuyera su participación de mercado, entonces el producto se localizaría dentro de la categoría de retiradas. En esta situación se presenta un cambio negativo en el porcentaje de importaciones y un cambio negativo en la participación de mercado (-,-).

Diagrama 3
MATRIZ DE COMPETITIVIDAD

Participación de mercado	+	Productos estancados	Productos dinámicos	Sectores competitivos
		Estrellas menguantes	Estrellas nacientes	
	-	Retiradas	Oportunidades perdidas	Sectores no competitivos
+	-	Porcentaje de importaciones		

Fuente: CEPAL.

El TradeCAN efectúa estos ejercicios a un nivel de desagregación de tres o cuatro dígitos, utilizando la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional, Rev. 2 (CUCI Rev. 2) y ofrece como resultado datos meramente descriptivos, ya que no es un modelo ni contiene hipótesis o juicios de valor acerca de las estructuras, tendencias, desempeños, países o productos. En resumen, el TradeCAN no explica los factores que subyacen a la competitividad detectada, ni la separa de la competencia lograda, no distingue fenómenos de precio o volumen. Por lo tanto, los resultados arrojados ofrecen una pauta para una mayor investigación por parte del usuario ya sea que se trate de funcionarios, académicos o empresarios.

El MAGIC se basa en la misma lógica de análisis del TradeCAN, con la diferencia de que aquél se enfoca exclusivamente en medir la competitividad de todos los socios comerciales de los Estados Unidos en este mercado, por lo cual las estadísticas que utiliza son las del Departamento de Comercio de los Estados Unidos bajo el sistema armonizado y con una desagregación de 2, 4, 6 y 10 dígitos. El período que analiza va de 1990 a 2003, con los datos trabajados en porcentaje de tres años, al igual que en el TradeCAN. Además, el MAGIC aporta datos sobre la tasa arancelaria, el arancel recaudado, el valor unitario, la participación relativa en las importaciones estadounidenses y el volumen, datos que ayudan a explicar mejor los cambios en las exportaciones e importaciones.

Además de estos dos programas, se encuentra el TradeMap, desarrollado por el Centro de Comercio Internacional (CCI) de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD); su objetivo principal no es medir la competitividad sino facilitar la investigación estratégica de mercado, monitoreando tanto el desempeño comercial nacional como el de productos específicos; utiliza la misma lógica de la matriz de competitividad del TradeCAN y el MAGIC, pero con un enfoque distinto. Las dos variables que emplea para elaborar el gráfico de desempeño de las exportaciones son la tasa de crecimiento de las exportaciones y la tasa de crecimiento de las importaciones con cuatro resultados posibles: campeones (estrellas nacientes), subaprovechados (oportunidades perdidas), sectores en regresión (retiradas) y persistentes (estrellas menguantes).

Al igual que en el TradeCAN, el TradeMap utiliza los datos estadísticos del COMTRADE de las Naciones Unidas para medir los indicadores sobre desempeño del mercado o del producto, la demanda, los mercados alternativos y el papel de los competidores en un período preestablecido; y de manera adicional ofrece información sobre las barreras arancelarias y no arancelarias de 133 países.

La utilización de los últimos tres programas desarrollados por las Naciones Unidas brinda la oportunidad de analizar los cambios en la competitividad de determinados países desde una perspectiva de largo plazo y *ex post* de las exportaciones. Es decir, estos programas posibilitan conocer el desempeño exportador y otros indicadores de la calidad de inserción externa de los países, aunque no proveen evidencia sobre la competitividad *ex ante*, es decir, sobre los factores que determinan ese comportamiento (costos, precios, calidad de la mano de obra, infraestructura, y otros). Asimismo, los programas sólo informan sobre una parte del comercio internacional al no tomar en cuenta los servicios, transacción de creciente importancia a escala mundial, según lo visto en el primer apartado.

En el caso de estudio de este documento, los países miembros de la Comunidad Andina, se utilizarán básicamente los dos programas de competitividad desarrollados por la CEPAL con el soporte del programa desarrollado por el CCI en los casos más generales y en algunos concretos. Teniendo como base lo descrito en el primer apartado de este documento, los resultados de los ejercicios realizados en estos programas pretenden determinar el estatus competitivo de la mayor parte de su comercio exterior, por cuanto los servicios son una rama poco desarrollada en estos países, según lo observado en el primer apartado y por cuanto presentan una alta concentración de sus productos exportados.

III. Comercio exterior y competitividad de la CAN

La Comunidad Andina de Naciones comprende una superficie de alrededor de 4.700.000 kilómetros cuadrados, en la que de acuerdo con datos de 2003 se alberga una población de 119 millones de habitantes (22% de la población total de América Latina y el Caribe). En 2003 se generó en la región 14,2% del PIB de toda América Latina, siendo Venezuela el país con mayor aportación (38% del total de la CAN) y Bolivia el de menor (3% del total de la CAN). La región se distingue por contar con una población joven (67% del total se encuentra entre los 0 y 34 años) y una tasa de alfabetismo de 89%; Venezuela dispone del mayor PIB per cápita (2.794 dólares) y Bolivia el menor (949 dólares). Existe además una vasta reserva de recursos naturales, entre los que sobresalen el petróleo y otros minerales como cobre y aluminio.

De acuerdo con datos de la Secretaría General de la Comunidad Andina, en 2002 esta región exportó 51.099 millones de dólares, de los cuales el 42% se dirigió al mercado de los Estados Unidos, 10,3% fue comercio intrarregional, 12% se destinó a la Unión Europea, 2,8% al Mercosur, 1,6% a México y 1,3% a Chile y Canadá. El 7,8% de estas exportaciones fueron de origen agrícola y pesquero, 44% correspondió a minería y petróleo crudo y 48% a manufacturas y refinación de petróleo.

El principal rubro de exportación de la Comunidad Andina es el petróleo crudo (38% de las exportaciones totales), el cual se distingue por ser un producto poco dinámico y volátil,¹² aunque su peso en las exportaciones totales de la región ha ido en aumento, al igual que su porcentaje de participación a nivel mundial (de una cuota de mercado de 4,7% en 1990 a 6,6% en 2000). Los principales exportadores de petróleo en la región son Ecuador, Colombia y Venezuela, siendo este último el de mayor presencia internacional en su exportación, así como el de mayor concentración (58% del total de sus exportaciones son de petróleo crudo).

Además del petróleo crudo, la Comunidad Andina también exporta productos derivados como gasolina aceites y otros, los cuales, al contrario del petróleo, presentan una disminución no sólo en su demanda, sino también en la cuota de mercado de la Comunidad Andina a nivel mundial (alrededor de 3 puntos porcentuales menos en promedio en el período 1990-2000). De esta manera, la exportación del petróleo y sus derivados constituye cerca del 50% del total de las exportaciones de la CAN, lo cual implica la dependencia del 50% de sus ingresos de exportación en un producto de suma volatilidad y poco dinámico.

El restante 50% de las exportaciones de la Comunidad Andina lo constituyen productos primarios, entre los que se cuentan el oro (3%), las bananas (3%), las hullas (3%), el café (2%), las flores y follajes (2%), la harina (2%), el cobre (2%) y los crustáceos (1%), entre otros, rubros que también se distinguen por ser poco dinámicos aunque su posicionamiento en el mercado y en el porcentaje de las exportaciones de la Comunidad Andina varía de uno a otro.

Aun así, debido a la diferencia en el tipo e importancia de determinadas mercancías entre los países que integran la Comunidad Andina, es conveniente analizar los principales rubros de exportación por país, ya que, por ejemplo, no significa lo mismo el petróleo para Venezuela que para Bolivia. A continuación se hará un primer análisis de los países andinos, con la finalidad de proporcionar un panorama general de su situación en materia de competitividad, en el quinquenio 1998-2002, utilizando el programa TradeMap, desarrollado por la UNCTAD.

A. Análisis de los países andinos

1. Bolivia

El rápido crecimiento de las exportaciones de gas de petróleo y demás hidrocarburos, en relación con las exportaciones totales de Bolivia, ha modificado su grado de concentración de manera similar a la presentada en el resto de la Comunidad Andina, la cual se caracteriza por centralizar más del 30% de sus exportaciones en un solo producto: el petróleo. En el caso de Bolivia, el 38% de sus exportaciones son de gas de petróleo, cuyo principal destino es Brasil (99% de todas sus exportaciones de este producto), seguido por Chile, Paraguay y Perú. Este producto se ha comportado favorablemente durante el período 1998-2002, en el que presenta una tasa de crecimiento anual de sus importaciones de 17%. Bolivia, por su parte, también ha incrementado la exportación de este producto en relación con el total de sus ventas externas, manteniendo una tasa de crecimiento anual elevada durante el mismo período.

En contraste, en el caso de las tortas de semillas oleaginosas (soya), segundo producto en importancia para Bolivia (6,9% de las exportaciones totales), el crecimiento de estas exportaciones ha disminuido 9% en promedio entre 1998 y 2002, en comparación con el crecimiento de las importaciones del producto a nivel mundial (4% en el mismo período), lo que a primera vista se vería como una oportunidad desaprovechada por Bolivia. El resto de los productos de exportación de Bolivia se concentra en pocas cantidades y buena parte de ellos se distinguen por ser productos cuya demanda en el mercado internacional ha disminuido, como el estaño (4,5% de sus

¹² No obstante, entre 2002-2004 su demanda y precio internacional se han incrementado significativamente.

exportaciones totales), el aceite de soya (4,2%), minerales de cinc (3,7%), cocos y nueces del Brasil y marañón (2,4%), así como la madera aserrada o desbastada (1,7%). En los casos de la madera, el cinc y la soya, la tasa de crecimiento anual de estas exportaciones en Bolivia ha decrecido al igual que la de las importaciones, lo que marca un primer indicio de productos en retroceso, ya que al mismo tiempo que disminuye su demanda internacional, Bolivia también acota su participación dentro de las exportaciones totales del país.

Entre las principales exportaciones de Bolivia también existen productos cuyo crecimiento en las importaciones mundiales ha ido en aumento durante el período 1998-2002. Entre éstos se cuentan los aceites crudos de petróleo (tercer producto en importancia en las exportaciones totales de Bolivia, con 6% del total), minerales de metales preciosos, el pescado congelado, suéteres, jersey, artículos de joyería, minerales de plomo, y otros. Pero si bien la diversificación productiva de sus exportaciones ha ido agrupándose en un solo producto, sus destinos de exportación no han mostrado la misma tendencia y existe una mayor diversificación en comparación con el resto de los países andinos, sólo menor con respecto a Perú. Entre los principales destinos de Bolivia, se encuentran Brasil, los Estados Unidos, Colombia, Ecuador, Perú, Japón y países de la Unión Europea, al contrario del resto de los países andinos que tienden a centralizar sus exportaciones en un solo mercado —los Estados Unidos—, a excepción de nueva cuenta de Perú.

2. Colombia

Colombia destina 45% de sus exportaciones a los Estados Unidos; sólo el petróleo, principal producto de exportación (22% de las exportaciones totales), se dirige en un 90% a ese mercado. Panamá, segundo destino de exportación del petróleo colombiano, parece ser un mercado potencial, ya que a pesar de que sólo absorbe el 3% de estas exportaciones, presentó una tasa de crecimiento de las importaciones de 107% anual durante el período 1998-2002. Sus principales rivales en el primer mercado son la Arabia Saudita (16% del mercado estadounidense en 2002), México (14%), Canadá (14%), Venezuela (14%), entre otros; la participación de Colombia en este mercado es la segunda mayor de la región andina (3%), después de Venezuela, con un crecimiento del 4% anual durante el período 1998-2002.

Colombia también exporta, aunque en menor medida, productos como la hulla (8% de las exportaciones totales), café (7%), flores (6%), bananas (4%), azúcar (2%), ferroatomociones (2%), insecticidas (2%) y medicamentos (2%). Los últimos cuatro productos se distinguen del resto por dirigirse a mercados distintos al de los Estados Unidos, como Italia, Venezuela, Ecuador y México; además de ser, en los dos últimos, productos que requieren mayor incorporación tecnológica y abren un primer indicio de alternativas a la producción y exportación tradicional en los países andinos. En el caso de los medicamentos también se registra una mayor tasa de crecimiento en las importaciones mundiales (18%), similar a la del petróleo, y contraria a la revelada, por ejemplo, en otros productos tradicionales y volátiles como el café (-17%).

3. Ecuador

En el caso de Ecuador, son dos los productos de exportación que representan más del 50% de sus exportaciones. El primero de ellos es el aceite crudo de petróleo, producto que ha aumentado su tasa de crecimiento de exportación (22%) del mismo modo que las importaciones mundiales del producto (19%), y ello determina que aun cuando sea un producto de suma volatilidad en el mercado internacional, la respuesta favorable de Ecuador a la creciente demanda internacional lo coloca en una posición competitiva frente a algunos de sus rivales. El 52% de este petróleo se dirige al mercado de los Estados Unidos y el resto a la República de Corea (16%), Perú (16%), Panamá (5%), El Salvador (4%), entre otros. Sus principales rivales en el primer mercado son los mismos que para el resto de los países andinos; la participación de Ecuador en este mercado es tan sólo de

1%, pero parece tener un crecimiento mayor (26%) que sus principales competidores (20% en promedio).

El segundo producto, las bananas o plátanos frescos o secos, no presenta la misma tendencia de crecimiento que el petróleo; por el contrario, se observa una tasa de decrecimiento del 3% tanto dentro de las exportaciones totales de Ecuador como en las importaciones mundiales del producto. Ecuador es el principal exportador de bananas a nivel mundial. El principal importador mundial de este producto es Estados Unidos, al que Ecuador dirige el 26% de sus ventas y abarca 27% de su mercado en este producto. Su principal rival es Guatemala (22% de las importaciones estadounidenses), que presenta un crecimiento favorable del 12% en este mercado y del 8% a nivel mundial, tal vez sustentado en un precio menor (325 dólares por tonelada de Guatemala en contraste con 352 dólares por tonelada de Ecuador).

A estos dos productos le siguen en importancia las preparaciones y conservas de pescado (7%), junto con las flores cortadas (6%), cuyo principal mercado es también Estados Unidos, al que se dirige 41% y 69% de sus exportaciones, respectivamente. Estos productos, aunque han tenido un crecimiento en las exportaciones totales de Ecuador, se han estancado con respecto a las importaciones mundiales. Sus principales rivales en el mercado de los Estados Unidos son Tailandia, en el caso de las conservas de pescado, y Colombia, en las flores. En general, los productos de exportación del Ecuador se distinguen por presentar una baja o casi nula tasa de crecimiento en las importaciones mundiales, a excepción de los aceites de petróleo o mineral bituminoso (3% de las exportaciones totales) y los aceites de la destilación de los alquitranes de hulla (1%).

4. Perú

Aunque Perú se cuenta entre los cuatro principales exportadores a nivel mundial de sus primeros cuatro productos de exportación —oro, harina de pescado, cobre y cinc—, esta posición no le reditúa las ganancias esperadas, debido en gran parte a que en los cuatro casos se trata de productos primarios con una mínima incorporación tecnológica para su proceso y con una demanda decreciente en el mercado internacional. En ese sentido, el caso del oro es el más característico. La tasa de crecimiento anual de las importaciones mundiales de este producto ha decrecido en 8% entre 1998 y 2002, y Perú es el primer exportador del mundo. Con todo, su participación dentro de las exportaciones totales ha aumentado 9% durante el mismo período.

Perú también se distingue del resto de los países andinos por tener la mayor diversificación en cuanto al destino de sus exportaciones. A pesar de que en los Estados Unidos se concentra la mayor parte de sus exportaciones totales (26%), existen mercados como el del Reino Unido (12%) y China (8%), entre otros, hacia donde dirige estas ventas. A los Estados Unidos destina 61% del cobre, al Reino Unido envía 48% de oro y a China 38% de la harina de carne y pescado. Su principal competidor en el caso del cobre y la harina es Chile.

Entre los 10 principales productos de exportación de Perú se encuentran también los aceites de petróleo (4%), las camisetas (3%), el café (2%), la plata (2%) y los aceites crudos de petróleo (2%), cuyos principales destinos son los Estados Unidos, Alemania, Brasil y la República de Corea. En el caso de las camisetas y los aceites de petróleo se observan mayores grados de competitividad por ser productos cuya tasa de crecimiento anual de importaciones ha aumentado (7% y 15%, respectivamente) al mismo tiempo que su participación en las exportaciones totales de Perú (20% y 9%, respectivamente).

5. Venezuela

Venezuela, séptimo exportador mundial de petróleo, concentra alrededor del 75% de sus exportaciones totales en este producto y destina el 69% de su producción total al mercado de los Estados Unidos; el resto se dirige a Colombia, Canadá, España y Brasil, entre otros. En el caso de la exportación de aceite crudo de petróleo (58% del total de sus exportaciones), el crecimiento de la tasa anual de las importaciones mundiales (19%) entre 1998 y 2002, junto con un aumento en la tasa de crecimiento anual de las exportaciones (17%) en el mismo lapso, parece indicar un buen comportamiento del producto a nivel mundial, situación que ha sido aprovechada por Venezuela. Sin embargo, su tasa de crecimiento en las importaciones de los Estados Unidos (20%) es menor que la registrada por sus principales competidores como la Arabia Saudita y México (22%), e incluso que de Ecuador. Venezuela también exporta productos como el aluminio, hullas, alcohol, partes y accesorios de vehículos, y otros minerales; todos ellos en un porcentaje de alrededor de 1% del total de sus exportaciones, y en todos los casos los Estados Unidos siguen siendo el principal y mayor destino de exportación.

Hasta aquí se ha podido observar de manera general y en un lapso corto la estructura de las exportaciones andinas y su comportamiento con respecto a la dinámica del comercio mundial. No obstante, este comportamiento y situación general, al igual que varía de un país a otro, también cambia de un mercado a otro y en función del período estudiado. Por lo general, las exportaciones difieren en el mercado de los países industrializados, en comparación con las exportaciones intrarregionales, por lo que el estudio de las exportaciones andinas en sus mercados más importantes y en períodos más largos resulta esencial para analizar con mayor profundidad y de manera completa el nivel de competitividad en el cual se encuentran los países andinos.

B. Competitividad de la Comunidad Andina en diferentes mercados

1. Países industrializados

El mercado de los países industrializados constituye el más importante destino de exportación a nivel mundial, a la vez que es el más exigente en términos competitivos por el número de oferentes y por el tipo de productos demandados, en su mayoría de alta tecnología. Resulta evidente, por tanto, que sean los mismos países industrializados los que tengan una mayor participación (66% en 2002) en las importaciones totales de este mercado.

La participación de la Comunidad Andina es pequeña en este mercado (0,88% en 2000) e incluso inferior a la alcanzada en 1985 (1,32%); la mayor corresponde a Venezuela (0,45%) y Colombia (0,24%) y la menor a Bolivia (0,01%), Ecuador y Perú (ambas con 0,09%), aunque en todos los casos se observa una disminución con respecto a los niveles de participación en la cuota de mercado alcanzados en 1985. En buena medida, ello se explica como resultado de la estructura de las exportaciones en este mercado. En términos generales, 58% de sus exportaciones están compuestas por productos poco dinámicos (estrellas menguantes), al contrario de la estructura de las exportaciones de los países industrializados, China o incluso América Latina en general, constituidas en su mayoría por productos dinámicos (estrellas nacientes, 54%, 41% y 47%, respectivamente) (véanse los cuadros 1 y 2).

En la Comunidad Andina son Venezuela y Colombia los países que presentan una mayor concentración de productos en la categoría de estrella menguante (70% y 57%, respectivamente); en el caso de Venezuela el petróleo representa 86% dentro de ese porcentaje y 60% de las exportaciones totales a los países industrializados en 2000. En el caso de Colombia, es también el

petróleo el que ostenta la mayor participación dentro de las estrellas manguantes y en las exportaciones totales a ese mercado; en el primer caso este producto significa el 58%, mientras que en el segundo constituye 33% de las exportaciones totales al mercado de los países industrializados.

Cuadro 1
PAÍSES SELECCIONADOS: PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES
EN EL MERCADO DE PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1985-2000
(Porcentajes)

	1985	1990	1995	2000
Países industrializados	70,54	74,20	70,21	66,33
Canadá	5,64	4,66	5,28	5,84
Estados Unidos	10,46	10,27	10,47	10,42
América Latina y el Caribe	5,88	4,70	5,19	6,30
Argentina	0,31	0,27	0,24	0,22
Brasil	1,34	1,02	0,86	0,80
CAN	1,32	0,91	0,87	0,88
Bolivia	0,02	0,02	0,02	0,01
Colombia	0,27	0,23	0,23	0,24
Ecuador	0,15	0,10	0,11	0,09
Perú	0,17	0,10	0,10	0,09
Venezuela	0,71	0,47	0,42	0,45
Caricom	0,31	0,20	0,17	0,15
Chile	0,21	0,27	0,28	0,26
MCCA	0,26	0,20	0,29	0,38
México	1,78	1,52	2,20	3,36
China	1,03	1,85	3,75	5,18

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Debido al peso de Venezuela y Colombia en el total de las exportaciones andinas, el monto y la forma de sus exportaciones determinan el comportamiento del total de las exportaciones de la Comunidad Andina. Sin embargo, países como Bolivia presentan en muchos casos tendencias diferentes a los de la región, aunque Ecuador y Perú mantienen una tendencia media. En el caso de las exportaciones a los países industrializados, Bolivia ostenta la mayor concentración de sus productos en retirada (42%), a la vez que disminuye su participación en las importaciones de ese producto en el mercado de los países industrializados. En esta categoría se encuentran básicamente bienes de origen mineral como cinc, estaño, oro y plomo (35% del total de las exportaciones).

Ecuador mantiene casi la misma proporción de sus exportaciones en las categorías de estrellas manguantes y retiradas (43% y 51%, respectivamente). De nueva cuenta, el petróleo representa la mayor parte de sus ventas a este mercado (24%), después de las bananas (27%), producto de retirada al igual que los crustáceos (15%), uno de sus principales rubros de exportación. Por otra parte, la concentración de Perú en las categorías de estrellas manguantes y retiradas es de 46% y 38%, respectivamente, con un exportación menos concentrada en un solo producto, salvo por el cobre (17% del total de las exportaciones), que ha ido disminuyendo su participación en las exportaciones de Perú al mercado de los países industrializados, no así su participación con respecto a otros países en ese producto (de 6% a 8% de 1990 a 2000).

Cuadro 2

**PAÍSES SELECCIONADOS: COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES
 TOTALES A LOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000**
(Porcentajes de las exportaciones totales en 2000)

	Estrellas nacientes	Estrellas menguantes	Oportunidades perdidas	Retiradas
Países industrializados	53,52	8,27	4,17	34,04
Canadá	47,97	19,40	11,28	21,35
Estados Unidos	48,28	10,51	13,76	27,45
América Latina y el Caribe	46,89	11,38	2,10	39,63
Argentina	9,82	59,00	1,12	26,84
Brasil	20,00	37,08	5,09	37,50
CAN	7,21	58,16	0,95	33,68
Bolivia	14,39	34,59	1,56	42,19
Colombia	10,98	57,03	1,51	29,74
Ecuador	4,69	43,26	0,24	50,62
Perú	13,57	46,27	1,70	37,96
Venezuela	4,12	69,96	0,43	25,46
CARICOM	11,30	50,08	2,06	36,57
Chile	12,48	42,13	1,01	43,90
MCCA	54,53	13,63	2,16	29,68
México	55,69	11,02	15,96	17,08
China	41,04	20,62	21,07	17,25

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Esta tendencia a un mayor porcentaje de las exportaciones andinas en la categoría de estrellas menguantes ha sido creciente en todos los países de la CAN en comparación con la presentada en 1990, con excepción de Perú, que disminuyó su porcentaje de 25% a 14% de 1990 a 2000, pero incrementó su porcentaje de productos en la categoría de retiradas, comportamiento contrario al resto de los países andinos (véase el gráfico 8).

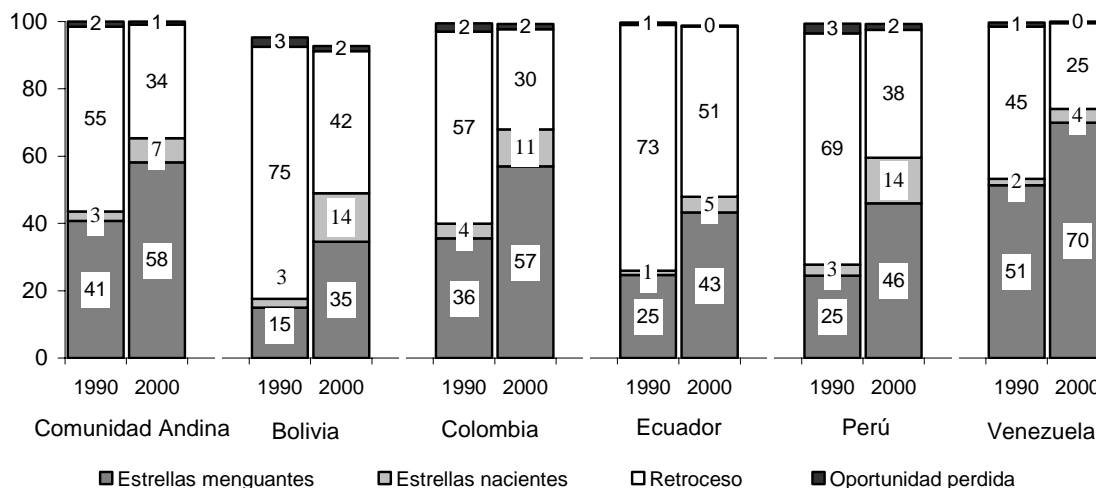
Si se observa el tipo de productos que demanda el mercado de los países industrializados en forma creciente (cuadro 3), se nota que de los 50 productos más dinámicos en ese mercado, 33 corresponden a manufacturas no basadas en recursos naturales y sólo 8 de ellos a productos primarios (1% del total de las importaciones de estos países). Ahora bien, si se considera el tipo de exportaciones de los países andinos a este mercado (cuadro 4), alrededor del 80% de sus exportaciones corresponden a recursos naturales y el 20% restante a manufacturas, es decir, prácticamente una dinámica contraria a la registrada en los países industrializados.

El 4,4% de las exportaciones de la Comunidad Andina se ubica dentro de esos 50 productos más dinámicos en los países industrializados. Perú es el país que tiene un mayor porcentaje de sus exportaciones en esos productos (13,7%), principalmente de textiles, seguido por Bolivia y Colombia (7,6% cada uno), también textiles junto con alimentos procesados. Venezuela es el país con el menor porcentaje de sus exportaciones en estos productos (2,5%), seguido por Ecuador (3,4%). No obstante, es de destacar que una parte mínima de los productos más dinámicos de los países industrializados se encuentra en la categoría de oportunidades perdidas (0,3%).

Gráfico 8

**COMUNIDAD ANDINA: COMPETITIVIDAD DE SUS EXPORTACIONES EN
LOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000**

(Porcentajes)



Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

En un análisis sobre la estructura exportadora de la Comunidad Andina durante el período de 1990 a 2000 se aprecia no sólo un nulo cambio en la participación de sus exportaciones en el mercado de los países industrializados, sino incluso un retroceso o un cambio contrario a la dinámica de la demanda del mercado industrial. El porcentaje de participación de los productos primarios exportados por la Comunidad Andina en 2000 a los países industrializados es similar al de 1990 (3,75% y 3,07%, respectivamente); se ha ampliado su participación en energéticos, se mantuvo en bienes agrícolas y disminuyó en fibras textiles, minerales y menas de metal (cuadro 4). El sector de energía registra la mayor participación en las importaciones totales de los países industrializados (6%).

En contraste, las exportaciones andinas del sector manufacturero muestran una disminución de su participación en el mercado de los países industrializados de 0,21% en 1990 a 0,18% en 2000, e incluso de las basadas en recursos naturales. En general, la participación de los países andinos en el sector más dinámico de los países industrializados tendió a estancarse casi en todos los casos, a excepción de Venezuela, que la redujo en una décima porcentual, y Ecuador, que la aumentó en la misma proporción.

La participación en las importaciones de recursos naturales de los países industrializados aumentó en todos los casos, con excepción de Bolivia, cuya participación en los últimos años de la década de 1990 descendió a causa de una baja en las exportaciones de fibras textiles, minerales y menas de metal. En este último rubro, los países andinos, menos Venezuela, vieron disminuida su participación, la cual fue compensada con el incremento de sus exportaciones en el rubro de energía. Casi todo, resulta preocupante la menor participación en el rubro textil y de minerales, en primer lugar por ser las fibras textiles uno de los sectores con mayor dinamismo a nivel internacional y en segundo lugar, por ser los minerales uno de los sectores de mayor importancia para el caso de Bolivia (21% de sus exportaciones totales).

Cuadro 3
COMERCIO INTERNACIONAL DE BIENES: LOS 50 PRODUCTOS MÁS DINÁMICOS EN LAS
IMPORTACIONES DE LOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000
(Porcentajes)

CUCI	Productos	Participación en las importaciones		Variación en el porcentaje de importaciones (1990-2000)
		1990	2000	
	Grupo			
	Recursos naturales	0,92	1,04	
	Agricultura	0,86	0,96	
048	Preparados de cereales y de harina fina	0,28	0,31	7,90
062	Art. de confitería y otros preparados de azúcar (excepto chocolate)	0,06	0,07	7,84
075	Espicias	0,04	0,04	10,52
098	Productos y preparados comestibles	0,22	0,26	16,17
111	Bebidas no alcohólicas	0,07	0,09	22,52
122	Tabaco manufacturado	0,18	0,20	13,34
244	Corcho natural, en bruto y desperdicios	0,00	0,01	12,91
	Fibras textiles, minerales y menas de metal	0,06	0,08	
289	Minerales de metales preciosos y sus concentrados	0,06	0,08	34,24
	Manufacturas	31,00	41,46	
	Basadas en recursos naturales	3,26	4,89	
514	Compuestos de funciones nitrogenadas	0,57	0,79	38,87
515	Compuestos organominerales y heterocíclicos	0,41	0,66	61,60
541	Productos medicinales y farmacéuticos	1,10	2,01	82,74
551	Aceites esenciales, materias aromatizantes y saporíferas	0,10	0,11	11,02
553	Productos de perfumería, cosméticos y preparados de tocador	0,27	0,36	33,25
554	Jabón y preparados para limpiar y pulir	0,18	0,19	8,25
635	Manufacturas de madera	0,27	0,33	23,31
681	Plata, platino y otros metales del grupo del platino	0,29	0,35	18,74
689	Otros metales comunes no ferrosos	0,07	0,08	8,84
	No basadas en recursos naturales	27,74	36,57	
628	Artículos de caucho	0,16	0,19	22,95
658	Artículos confeccionados total o principalmente con materiales textiles	0,27	0,33	23,45
713	Motores de combustión interna, de émbolo y sus partes	1,03	1,26	22,78
714	Máquinas y motores no eléctricos, partes y piezas	0,72	0,96	32,35
716	Aparatos eléctricos rotativos y sus partes y piezas sueltas	0,36	0,42	17,74
743	Bombas y compresores ventiladores y sopladores, etc.	0,56	0,61	8,07
752	Máquinas para la elaboración automática de datos y sus unidades	2,60	4,04	55,28
759	Partes, n.e.p.; excluye destinadas a grupos	1,53	2,39	55,78
763	Fonógrafos, dictáfonos, aparatos para grabación y reproducción sonido	0,42	0,52	24,87
764	Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios	1,55	2,99	93,03
771	Aparatos de electricidad y sus partes	0,29	0,52	81,83
772	Aparatos eléctricos para empalme, corte de circuitos eléctricos	1,03	1,19	16,25

Cuadro 3 (Conclusión)

	Productos	Participación en las importaciones		Variación en el porcentaje de importaciones (1990-2000)
		1990	2000	
773	Material de distribución de electricidad	0,42	0,62	45,27
776	Lámparas, tubos y válvulas electrónicas de cátodo	1,57	3,01	91,97
778	Máquinas y aparatos eléctricos	1,18	1,47	25,31
781	Automóviles para pasajeros	5,95	6,43	8,03
783	Vehículos automotores de carretera	0,20	0,28	37,22
784	Partes y accesorios de vehículos automotores	2,46	2,67	8,39
785	Motocicletas, motonetas y otros velocípedos, con o sin motor	0,30	0,37	20,04
791	Vehículos para ferrocarriles y equipo conexo	0,10	0,14	48,94
812	Artefactos y accesorios sanitarios	0,31	0,37	18,18
821	Muebles y sus partes	1,09	1,30	19,93
831	Artículos de viaje, bolsas, bolsos, maletines, etc.	0,31	0,33	7,68
845	Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo	0,95	1,03	7,69
846	Ropa interior de punto o ganchillo	0,45	0,65	43,23
871	Instrumentos y aparatos de óptica	0,12	0,27	119,95
872	Instrumentos y aparatos de medicina	0,32	0,47	44,84
873	Medidores y contadores	0,04	0,05	41,86
884	Artículos de óptica	0,16	0,18	11,95
894	Cochecitos para niños, juguetes, juegos y artículos de deporte	0,92	1,08	17,37
899	Otros artículos manufacturados diversos	0,37	0,44	18,63
	Otros	1,76	3,14	
931	Operaciones y mercancías especiales no clasificadas	1,75	3,13	79,04
961	Monedas que no tengan curso legal	0,01	0,01	82,59

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

El peso de las exportaciones de recursos naturales dentro de las exportaciones totales de los países andinos es en promedio de 80%, pero en los casos de Bolivia y Perú la significación de este tipo de rubros frente a las de manufactura parece ir alcanzando poco a poco niveles similares al registrar una contribución de 45% en exportaciones agrícolas, junto con una contribución también de 45% en bienes manufacturados (véanse los cuadros I-1 a II-5 del anexo II).

En el caso de Perú este incremento en las exportaciones manufactureras se sustenta en un aumento de sus manufacturas basadas en recursos naturales, mientras que en el caso de Bolivia llama la atención el enorme avance de las exportaciones de manufacturas no basadas en recursos naturales, sobre todo en lo que a artículos manufacturados diversos se refiere: de una participación de 8% en 1990 con respecto a las exportaciones totales, pasó a una participación de 26% en 2000; entre estos productos destacan los textiles y muebles, ambos productos dinámicos. Sin embargo, este incremento en las exportaciones de manufacturas no se ve reflejado en la participación de Bolivia en los países industrializados debido a la escasa ponderación que éstas tienen en comparación con las del resto del mundo.

Cuadro 4
COMUNIDAD ANDINA: ^a INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 1990-2000
 (Porcentajes)

Indicadores	1990	1994	1998	2000
I. Participación de las exportaciones en el mercado de los países industrializados ^b				
Recursos naturales ^{c d e}	3,07	3,12	3,64	3,75
Agricultura ^c	1,72	1,92	2,12	1,85
Energía ^d	4,97	5,22	6,23	6,11
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^e	2,24	1,94	2,03	1,93
Manufacturas ^{f g}	0,21	0,20	0,19	0,18
Basadas en recursos naturales ^f	1,60	1,43	1,33	1,36
No basadas en recursos naturales ^g	0,10	0,11	0,11	0,11
Otros ^h	0,57	0,58	0,73	0,67
II. Contribución (estructura de las exportaciones)				
Recursos naturales ^{c d e}	81,97	80,75	80,51	81,42
Agricultura ^c	22,99	27,37	25,77	19,45
Energía ^d	53,08	49,14	51,09	59,02
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^e	5,91	4,25	3,65	2,96
Manufacturas ^{f g}	16,52	17,36	16,91	15,92
Basadas en recursos naturales ^f	9,35	8,36	7,31	7,04
No basadas en recursos naturales ^g	6,83	8,74	9,40	8,71
Otros ^h	1,51	1,89	2,58	2,66
III. Diez principales exportaciones por contribución				
333 Aceites de petróleo crudos, aceites crudos de minerales bituminosos	31,37	33,81	35,66	42,69
334 Productos derivados del petróleo, refinados	19,10	11,75	11,25	12,37
057 Frutas y nueces (excluidas las nueces oleaginosas) frescas o secas	5,60	6,27	6,27	5,22
071 Café y sucedáneos del café	8,43	9,65	8,00	4,98
322 Hulla, lignito y turba	2,20	3,00	3,38	3,23
036 Crustáceos y moluscos pelados o sin pelar	2,83	3,59	3,63	2,39
292 Productos vegetales en bruto	1,70	2,28	2,48	2,06
682 Cobre	2,33	1,87	1,75	1,78
931 Operaciones y mercancías especiales no clasificadas	0,89	1,16	1,41	1,78
684 Aluminio	2,98	2,40	1,87	1,58

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002. Grupo de bienes basados en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI rev. 2).

^a Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

^b Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelandia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza.

^c Secciones 0, 1 y 4; capítulos 21, 22, 23, 24, 25 y 29.

^d Sección 3.

^e Capítulos 26, 27 y 28.

^f Capítulos 61,63 y 68; grupos 661, 662, 663, 667 y 671.

^g Secciones 5 y 6 (menos capítulos incluidos en 4/), secciones 7 y 8.

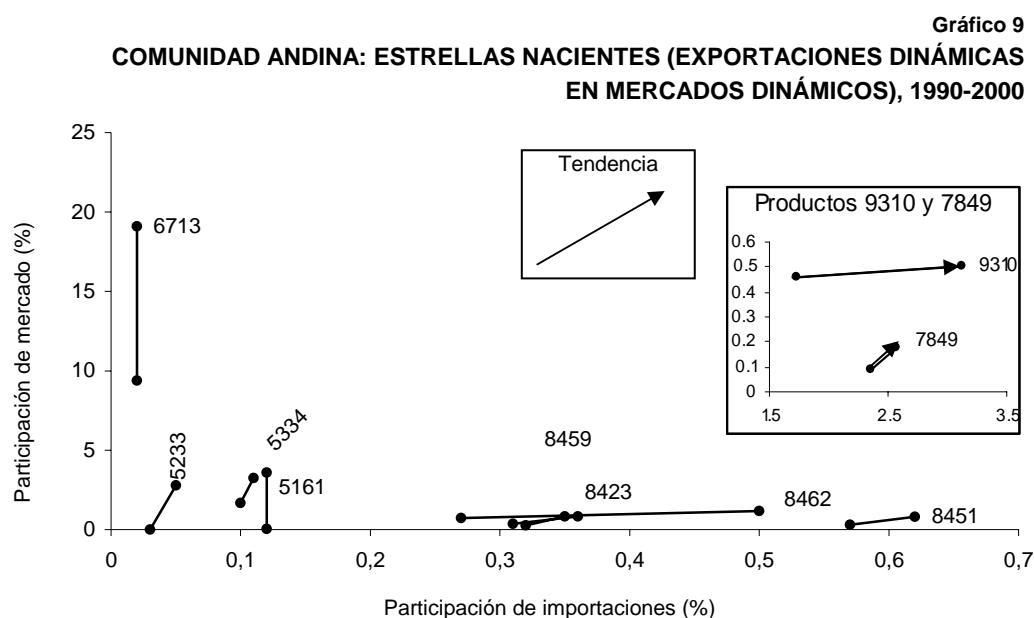
^h Sección 9.

En términos generales, los datos precedentes muestran la alta concentración de las exportaciones andinas en rubros poco dinámicos. De los 10 principales productos de exportación andinos (en los cuales se concentra el 78% del valor de sus exportaciones), sólo 2% del valor de las exportaciones corresponde a productos dinámicos y el resto se clasifica como estrella menguante

(60,35%) y retirada (16%). Perú y Bolivia son los países con mayor concentración de productos en sectores dinámicos (14% y 15%, respectivamente), mientras que Venezuela la presenta en productos no dinámicos (91%), seguido por Ecuador (90%) y Colombia (82%); Perú y Bolivia también obtienen una alta concentración en este tipo de productos, aunque en menor medida que el resto de los países andinos (71% y 73%, respectivamente).

a) Estrellas nacientes

En el gráfico 9 se expone la tendencia de los 10 principales productos que caen bajo la categoría de estrellas nacientes. El punto de inicio se ubica en la coordenada “participación de mercado” (eje X), “porcentaje de importaciones” mundiales (eje Y) en 1990, lo cual expresa el porcentaje de participación que los países andinos tenían en la importación de determinado producto dentro del mercado de los países industrializados en ese año, junto con la participación de ese producto respecto de las importaciones totales de los países industrializados en el mismo año. El punto final es la misma coordenada, pero en el año 2000; esto es para observar la tendencia que cada uno de estos productos recorre. En este primer gráfico la tendencia de la línea al extremo superior derecho (dirección noreste) indica que el producto ha tenido tanto un aumento dentro de las importaciones totales de los países industrializados, como en la participación de la Comunidad Andina dentro de la importación de esos productos, lo que los ubica como estrellas nacientes.



Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Además, por la magnitud y la inclinación de la flecha se determina el cambio relativo de la participación de mercado y de importaciones. Por ejemplo, una flecha con pendiente positiva y dirección noreste indica un aumento, tanto en la participación de mercado como en la participación de importaciones. El tamaño de la flecha indica la magnitud de ese cambio y su inclinación señala cuál es el principal factor explicativo: si la pendiente es muy elevada se trata de un producto que incrementó su participación de mercado mucho más que la participación de importaciones, lo que sugiere que el aumento de la exportación de determinado producto se debió más al incremento de su competitividad que al efecto de arrastre del dinamismo del mercado mundial, en este caso de los países industrializados (Máttar, 1996).

En este gráfico se ubican productos cuya participación en las exportaciones totales de la Comunidad Andina es baja, y sólo en los casos de Colombia y Perú aparecen entre los primeros 10 productos de exportación (véase el cuadro II-6 del anexo II). En el caso de Colombia, en esta categoría se encuentran los pigmentos, barnices y pinturas (5334), la ropa exterior para hombres (8423) y los polvos, granallas o esponjas (6713), con una participación del 2% en las exportaciones totales, en todos los casos. En el primero y último producto este resultado se debe más a un mejor posicionamiento en el mercado que a la dinámica del producto, al contrario de la ropa exterior de hombre, que es un producto más dinámico, pero la reacción de la Comunidad Andina para una mejor colocación en el mercado es menor (la línea casi sigue una tendencia horizontal).

En el caso de Perú son dos los productos más importantes que caen dentro de esta categoría: la ropa exterior (8459) y la ropa interior de punto (8462), el primero con una participación en las exportaciones totales de Perú de 6% y el segundo del 5%, lo que parece indicar un buen posicionamiento en productos altamente dinámicos, ya que su crecimiento con respecto a su participación en las importaciones totales ha aumentado 10% y 85%, respectivamente. No obstante, el cambio en la participación de mercado de los países andinos presenta la misma tendencia que los casos anteriores, es decir, es casi nula. El único caso en que el crecimiento de la participación de mercado y la contribución del sector registra una misma tendencia es en las partes y accesorios de manufactura (7849, en el recuadro), cuya importancia en las importaciones totales de los países industrializados sobrepasa el 2,6%, lo que lo convierte en un producto potencial, al igual que las operaciones y mercancías no clasificadas según su naturaleza (9310).

Asimismo, los productos textiles, industria naciente y altamente competitiva han incrementado su participación en la demanda internacional y son claves en el desarrollo de la competitividad andina, así como otros productos manufacturados. Al mismo tiempo, el gráfico ofrece un indicio del rumbo del mercado de los países industrializados (en este caso del más exigente), en el que sólo Perú y Bolivia parecen comenzar a seguir, aunque a un porcentaje de participación bajo.

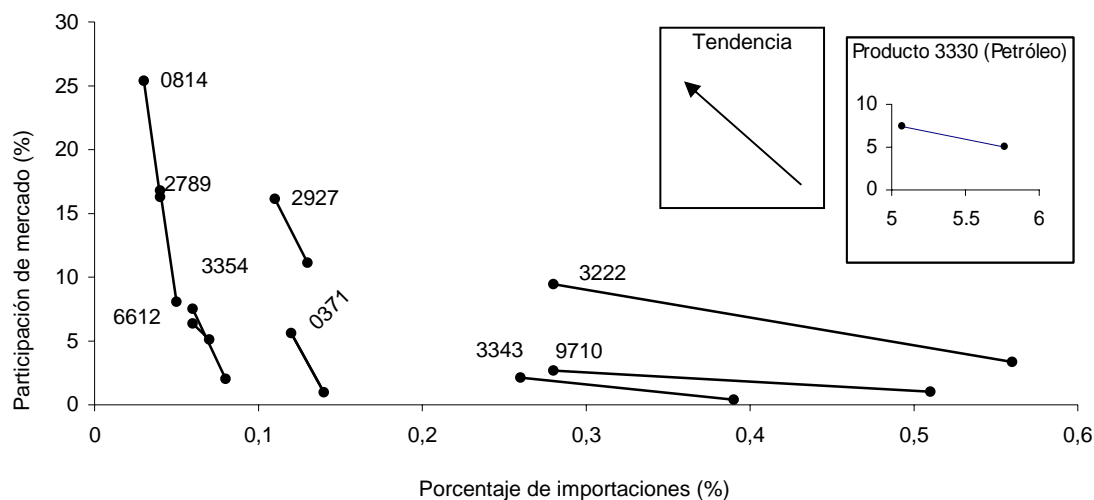
b) Estrellas menguantes

Los productos clasificados como estrellas menguantes se muestran en el gráfico 10, en los que la participación de los países andinos llega a niveles de 25% en el caso de la harina de carne o pescado (0814), pero el porcentaje de ese artículo en las importaciones totales de los países industrializados es de sólo el 0,03% y está decreciendo. Como se observa en este gráfico, la tendencia de la línea se dirige al extremo superior izquierdo, lo que indica que el producto en cuestión disminuye su porcentaje con respecto a las importaciones totales, pero que la participación de mercado, en este caso de los países andinos, aumenta ya sea porque son más competitivos o porque otros competidores han decidido retirarse del mercado. Por tal razón, no se puede decir que el hecho de que un país o región concentre sus productos en estrellas menguantes sea indicio de falta de competitividad, ya que su posicionamiento en ese mercado es creciente.

De nueva cuenta, el producto más característico es el petróleo (3330), que por su importancia en las compras totales de los países industrializados se ha tenido que representar en un recuadro adicional. Digno de notar es que el producto más importante para la región andina sea el que registre una mayor caída con respecto a su contribución en las importaciones totales de los países industrializados (de 5,8% en 1990 a 5,1% en 2000). Sin embargo, los países andinos parecen estar mejor posicionados al haber ampliado su participación en este producto en 48% (de 5% en 1990 a 7,4% en 2000), es decir, el aumento de su participación fue cuatro veces mayor que la disminución del porcentaje de estas importaciones con respecto al total importado (véase el cuadro II-7 del anexo II).

Gráfico 10

COMUNIDAD ANDINA: ESTRELLAS MENGUANTES (EXPORTACIONES DINÁMICAS EN MERCADOS NO DINÁMICOS), 1990-2000



Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Perú fue el país que registró un mayor incremento en su participación de mercado del petróleo crudo, pero su cuota de participación (0,04%) no se compara con la de los principales exportadores de la región, como Colombia (1,54%), Ecuador (0,40%) y sobre todo Venezuela (5,4%). Por consiguiente, si bien Perú ha tenido un buen desempeño en su crecimiento del mercado, Venezuela ha sido más competitivo al posicionarse de una manera creciente en un producto que, aunque decreciente en su porcentaje de importación con respecto al total de las importaciones, constituye uno de los bienes más importantes y estratégicos a nivel mundial.

Otros productos en los que se observa una fuerte disminución en su porcentaje de importación son la hulla (3222) y el oro no monetario (9710), con un decrecimiento de alrededor del 50% en los dos casos. La hulla es el tercer producto de exportación más importante para Colombia (9,72% de sus exportaciones) y se ha logrado ubicar en el mercado al colocar el 7,7% del total de las importaciones que hicieron los países industrializados de esta mercancía en el año 2000. En este rubro Venezuela también ha incrementado su participación en las importaciones de los países desarrollados, pero ésta es mínima comparada con la de Colombia (1,7% en 2000).

El oro no monetario (9710) significa el quinto y sexto producto más importante en las exportaciones de Bolivia y Perú (7% y 5% del total, respectivamente). La diferencia radica en que mientras que Perú ha multiplicado su participación en este producto por casi cuatro veces de 1990 a 2000, Bolivia la ha disminuido a la mitad, al igual que su porcentaje en las exportaciones totales, por lo que en este caso el gráfico estaría representando el comportamiento del oro en Perú, pero no en Bolivia, en el que este metal se distingue por ser un producto en retirada.

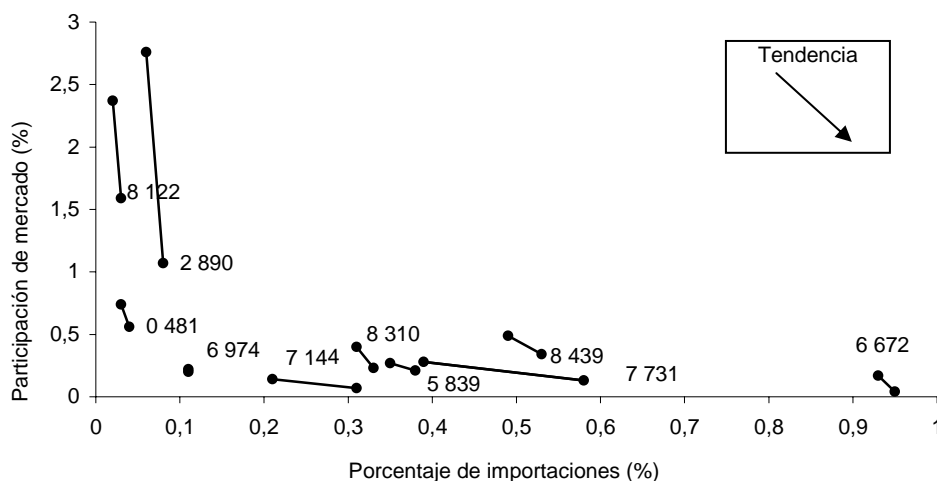
Otro de los productos que se pueden encontrar en este gráfico son las flores y follajes cortados (2927), el pescado preparado o en conserva (0371), los minerales en bruto (2789), los gasóleos (3343), el betún, coque de petróleo (3354) y los cementos (6612), productos representativos de las exportaciones andinas cuya participación en el total de éstas es de más de 50%.

c) Oportunidades perdidas

En el gráfico 11 aparecen representados todos los productos que caen bajo la categoría de oportunidades perdidas según la tipología de la competitividad. Ésta es la categoría en la que sería deseable encontrar un porcentaje pequeño de exportaciones de cualquier país o región, ya que en

caso contrario significaría que el país no está siendo competitivo en la mayor parte de sus exportaciones, aun cuando los productos fueran dinámicos. La tendencia de la línea del punto de origen al final es del extremo superior izquierdo al extremo inferior derecho, lo cual indica un crecimiento en el porcentaje de importación con respecto al total de las importaciones totales (eje de las Y) y una disminución de la participación de las importaciones del producto por parte de la Comunidad Andina (eje de las X).

Gráfico 11
COMUNIDAD ANDINA: OPORTUNIDADES PERDIDAS (EXPORTACIONES NO DINÁMICAS EN MERCADOS DINÁMICOS), 1990-2000



Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

El porcentaje de las principales exportaciones de la Comunidad Andina en esta categoría con respecto al total de las exportaciones es de sólo 0,74% en 2000 y se registra un decrecimiento con relación al porcentaje de 1990 (1,12%). Entre los productos que aquí se ubican y cuya tasa de crecimiento de importaciones en las importaciones totales ha sido mayor y por ende también la pérdida potencial de mercado, están los hilos, trenzas y cables eléctricos (7731), los motores de reacción (7144) y la ropa exterior para mujeres, niñas y bebés (8439). Asimismo, observa la pérdida de competitividad en productos que aunque han crecido a tasas menores, su porcentaje de importaciones en el total de las importaciones es mayor, como es el caso de los diamantes en bruto (6672). En todos estos productos, debido a su mínima participación en las exportaciones, no aparecen en ningún país andino entre los 10 principales productos de exportación.

Los demás productos también localizados bajo esta categoría son los minerales de metales preciosos (2890), productos de polimerización y copolimerización (5839), bolsas, maletines y maletas (8310), artículos sanitarios de cerámicas (8122), utensilios domésticos (6974) y los granos de cereales preparados para desayunos (0481). En todos éstos, con excepción del primero y en cierta medida el último, se constata que mantienen como característica un mayor procesamiento para su elaboración y comercialización (véase el cuadro II-8 del anexo II).

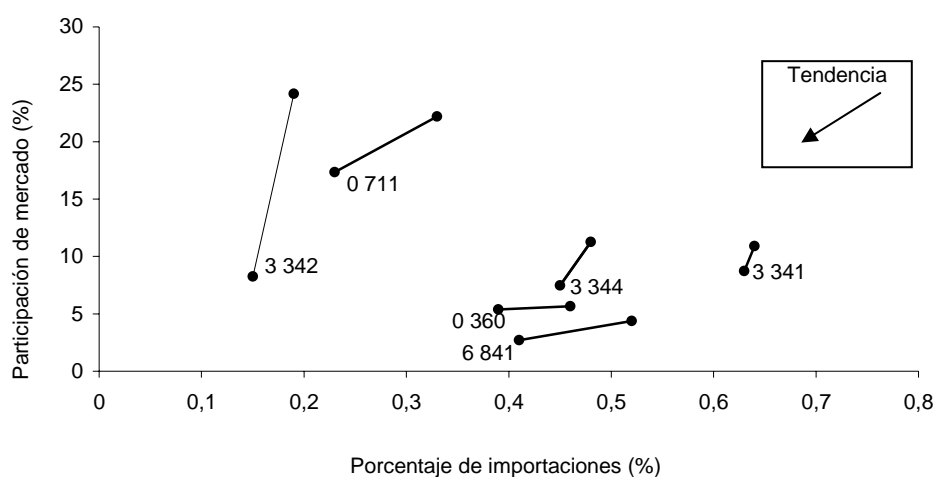
Por país, el que presenta la mayor concentración de sus exportaciones en esta categoría es Bolivia (1,6% de sus exportaciones totales), seguido por Perú (1,5%), mientras que la menor concentración se halla en Venezuela (0,3% de sus exportaciones). Los resultados de Bolivia y Perú revelan en ambos países una tendencia por desarrollarse en aquellos sectores dinámicos a nivel mundial, pero en los casos de los productos localizados en las oportunidades perdidas, los sectores

requieren mayor impulso para ser competitivos en el plano internacional y aprovechar la expansión de estos sectores y su posicionamiento actual en el mercado.

d) Retiradas

Por último, la tipología de la competitividad contempla la categoría de retiradas, representada en el gráfico 12. La característica de estos productos es que al mismo tiempo que los países andinos van perdiendo participación de mercado (eje X), el porcentaje de importación de esos productos en las importaciones totales de los países industrializados también decae (eje Y). La tendencia de la línea en este caso va del extremo superior derecho, en el año base 1990, al extremo inferior izquierdo, en el año final 2000, tendencia contraria a la observada en las estrellas nacientes.

Gráfico 12
COMUNIDAD ANDINA: RETIRADAS (EXPORTACIONES NO DINÁMICAS
EN MERCADOS NO DINÁMICOS), 1990-2000



Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

El 28% del total de las exportaciones de los países andinos se ubica en esta categoría, lo que denota un alto porcentaje de su exportación basada en productos no dinámicos y además con pérdida de participación que se traduce en bajos niveles competitivos por parte de los países andinos. En esta categoría, el gráfico indica una pérdida mayor en el porcentaje de importación de los productos o sectores en las importaciones totales de los países industrializados, respecto de la observada en los casos anteriores. En los casos del aluminio y sus aleaciones (6841), los crustáceos y moluscos pelados (0360) y el café sin tostar o tostado (0711), el decrecimiento registrado en su contribución durante el período 1990-2000 es de 21%, 15% y 30%, respectivamente y su porcentaje de participación dentro de las exportaciones andinas totales es de 1,3%, 2,4% y 4,7%, lo que muestra un retroceso considerable en productos localizados entre los 10 principales para la región (véase el cuadro II-9 del anexo II).

En todos los casos, estos productos son importantes; sin embargo, el retroceso del café de Colombia es determinante debido a que 14% de sus exportaciones están compuestas por este grano y su decrecimiento en la participación de las importaciones mundiales ha pasado de 19% en 1990 a 14% en 2000. Lo mismo sucede para Ecuador en cuanto a los crustáceos, tercer rubro en importancia (14,7% de las exportaciones totales), en el que su participación en las importaciones mundiales ha descendido a niveles de 3,3% en 2000.

Los demás productos de esta misma categoría son la gasolina y productos ligeros (3341), los combustóleos (3344) y el keroseno (3342), este último con el mayor decrecimiento con respecto a la participación de mercado. Los países con un mayor porcentaje de exportaciones en esta categoría son Ecuador (50% de sus exportaciones), seguido por Bolivia (41%). Por el contrario, los países con el menor porcentaje son Venezuela (24%) y Colombia (28%).

Los datos sobre los países industrializados parecen indicar un retroceso en la competitividad de los países andinos con relación a la dinámica mundial, solamente salvable con la mayor participación en sectores que van perdiendo terreno en las importaciones totales, como el petróleo, flores, pescado, harinas y demás productos menores. Aun cuando su porcentaje de exportación en la categoría de estrellas nacies registra un aumento, su casi nulo cambio en la estructura de las exportaciones (recursos naturales-manufacturas) con respecto a la dinámica que sigue el mercado mundial, ofrece indicios de una paulatina disminución de competitividad de los países andinos, salvo por el fortalecimiento de los sectores dinámicos para compensar la volatilidad de los productos más competitivos e importantes para la región.

2. Los Estados Unidos y Canadá

Entre los países industrializados es el mercado de los Estados Unidos el que posee mayor importancia para cuatro de los países andinos, a excepción de Bolivia, que dirige la mayor parte de sus exportaciones a Brasil. Por consiguiente, el estudio de la competitividad de las exportaciones en ese mercado es de gran importancia para los países andinos; sin embargo, debido a que el programa TradeCAN no permite una división del mercado de los Estados Unidos y Canadá, en algunos casos se hará referencia a éste como el mercado norteamericano,¹³ lo que a la vez permitirá conocer la competitividad de los países andinos en el segundo mercado más importante en la conformación del ALCA: Canadá.

En el mercado norteamericano se observa una tendencia similar a la registrada en los países industrializados, ya que 58% de las exportaciones provienen de este mismo grupo de países, pero la participación de mercado de los países andinos es dos veces más grande que la correspondiente a los países industrializados (2,02% en 2000). No obstante, al igual que en los países industrializados se presenta una tendencia a la baja en toda la región, a excepción de Colombia, que pasó de una participación de mercado de 0,39% en 1985 a 0,51% en 2000. En Norteamérica destaca el crecimiento en la participación de mercado de países como China en el mismo período (1% a 7%) y los casos del MCCA y México como los países de América Latina de mayor crecimiento en ese mercado (0,8% y 9,5%, respectivamente), aunque la participación de mercado de los primeros es apenas la mitad de la de los países andinos (véase el cuadro 5).

En el mercado estadounidense esta tendencia a la baja en la participación de las exportaciones andinas se representa en el gráfico 13. En términos generales, la participación de la subregión disminuyó cerca de un punto porcentual, no así el valor de las exportaciones, que creció en promedio 5,1% entre 1990 y 2003 (de 15.005 millones de dólares en 1990 a 28.842 millones de dólares en 2003), inferior en tres puntos porcentuales a la tasa de crecimiento de las importaciones totales de Los Estados Unidos en el mismo período (7,4%) (véase el gráfico 14). De este hecho se infiere que la disminución en la participación de las exportaciones andinas en el mercado estadounidense, a pesar de su mayor monto, se debió a su falta de aprovechamiento de la expansión de ese mercado, que otros como los industrializados, México, el MCCA y China sí aprovecharon.

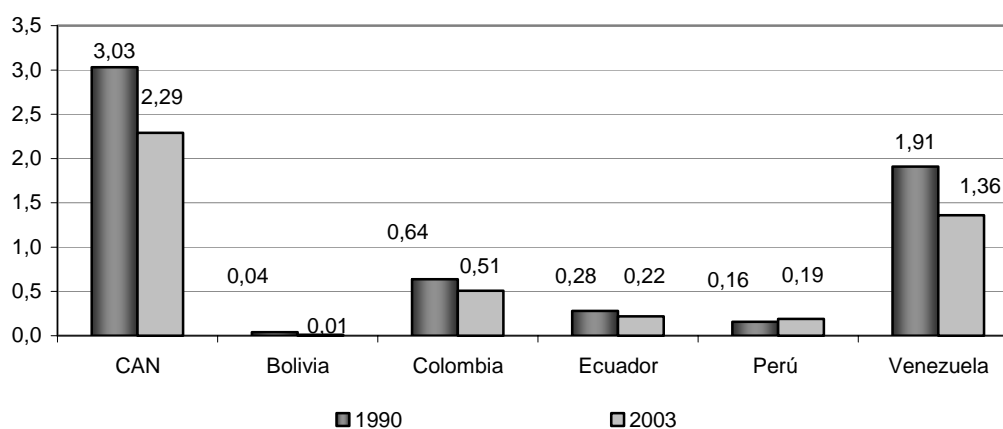
¹³ Para efectos de este trabajo, se entiende Norteamérica como los Estados Unidos y Canadá, sin incluir a México.

Cuadro 5
PAÍSES SELECCIONADOS: PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES
EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ, 1985-2000
(Porcentajes)

	1985	1990	1995	2000
Países industrializados	67,81	64,66	61,14	57,68
Canadá	15,61	14,77	15,90	15,75
Estados Unidos	12,46	12,01	11,74	10,91
América Latina y el Caribe	11,55	11,02	12,56	14,76
Argentina	0,27	0,27	0,24	0,23
Brasil	1,95	1,45	1,10	1,01
CAN	2,77	2,43	2,11	2,02
Bolivia	0,03	0,03	0,03	0,02
Colombia	0,39	0,51	0,46	0,51
Ecuador	0,43	0,27	0,24	0,16
Perú	0,28	0,15	0,14	0,16
Venezuela	1,63	1,46	1,25	1,17
Caricom	0,71	0,43	0,32	0,27
Chile	0,23	0,27	0,27	0,26
MCCA	0,52	0,49	0,71	0,88
México	4,05	5,08	7,19	9,53
China	1,05	2,84	5,57	7,34

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Gráfico 13
COMUNIDAD ANDINA: PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES DE
LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Porcentajes)

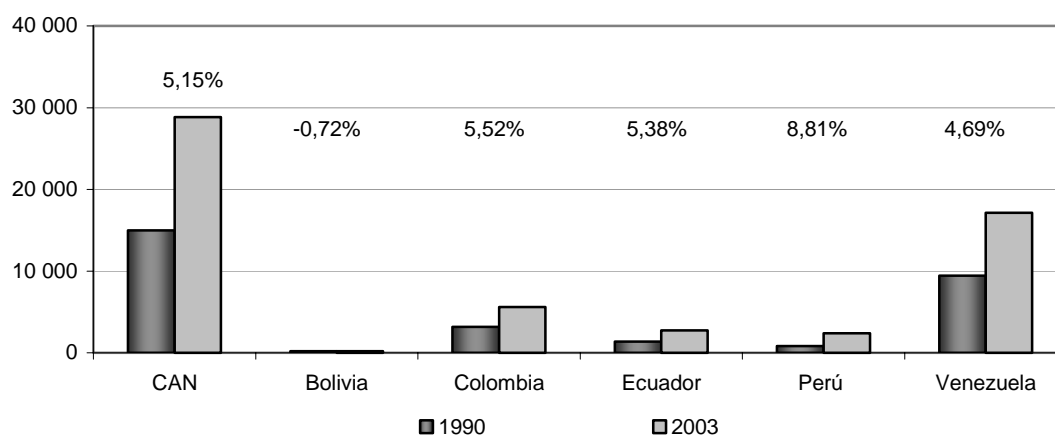


Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

Perú fue el único país de la Comunidad Andina cuya participación en el mercado de los Estados Unidos aumentó con respecto a los niveles alcanzados en 1990 (0,19%), el cual también presentó una de las tasas más altas de crecimiento durante el período 1990-2003 (8,8% en

promedio); en cambio, Bolivia no sólo disminuyó su tasa de crecimiento de las exportaciones (-1%), sino también su participación en ese mercado (0,03 puntos porcentuales menos). De los cinco países, Venezuela es el que tiene la mayor participación en el mercado (1,4% en 2003), sustentada en un 89% en un solo producto: petróleo y sus derivados.

Gráfico 14
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DE LOS PAÍSES ANDINOS, 1990-2003
(Millones de dólares y tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

La estructura de las exportaciones andinas, tanto en el mercado norteamericano en su totalidad como en el estadounidense en particular, es básicamente la misma que se observa en los países industrializados. En términos generales, la estructura de exportación de la CAN al mercado estadounidense en 2003 fue del 65,2% estrellas menguantes, 12,6% estrellas nacientes, 6,9% oportunidades perdidas y 15,4% retiradas, es decir, no hubo prácticamente cambio alguno con respecto a la estructura de sus exportaciones en 1990.

Particularmente, las exportaciones andinas a los Estados Unidos están dominadas por cinco grupos de origen primario (52% del total): crudo y derivados del petróleo, café, oro, bananas y carbón bituminoso. El café, el oro y el carbón están exentos de impuestos, mientras que se ha acordado tratamiento preferencial a la carne y mariscos, frutas y otros productos agrícolas, aunque persiste la existencia de medidas no arancelarias.

Las exportaciones de la CAN a los Estados Unidos

i) Bolivia. Las relaciones comerciales de Bolivia con los Estados Unidos son las menores de toda la subregión. La participación de Bolivia en ese mercado sólo alcanza el 0,01% y tiende a ir decreciendo paulatinamente. En 1990 este país exportó al mercado estadounidense 203 millones de dólares, que en términos de participación comercial se traducían en 0,04%. A partir de fines de la década de los noventa, las exportaciones de Bolivia comenzaron a declinar (191 millones de dólares en el año 2000) y consecuentemente se verificó una caída en su participación en los dos años siguientes, y luego una recuperación en 2003 (véase el cuadro 6).

Cuadro 6
BOLIVIA: PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Millones de dólares y porcentajes)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	Crecimiento promedio (%) (1990-2003)
1. Importaciones totales de los Estados Unidos	495 260	743 505	1 216 888	1 141 959	1 163 549	1 249 396	7,44
2. Importaciones de los Estados Unidos desde Bolivia	203	263	191	166	160	185	-0,72
3. Participación de Bolivia (2/1)	0,04	0,04	0,02	0,01	0,01	0,01	

Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

Este comportamiento se explica en parte por la tendencia apuntada en los apartados anteriores, en la que se describe un aumento de sus exportaciones de gas de petróleo a su principal socio comercial, Brasil, y ello determina que el comercio con los Estados Unidos se vea desplazado y registre un decrecimiento promedio de 0,72% durante el período 1990-2002; al contrario de las importaciones totales de los Estados Unidos, que en el mismo período obtuvieron un crecimiento promedio de 7,4%.

Además de este descenso de la participación de Bolivia en el mercado de los Estados Unidos, sus exportaciones han tendido a concentrarse (84%) en sólo 10 productos, debido principalmente al aumento en sus ventas de los artículos de joyería de metales preciosos o chapados, cocos y nueces del Brasil, piezas de carpintería, exportaciones de artículos importados para reparación y productos textiles. También se han instalado entre los 10 primeros productos de exportación, bienes cuya contribución en 1990 era ínfima o nula (véase el cuadro II-10 del anexo II).

Las camisas de punto para hombres y niños figuran entre los productos que en 2003 contribuían a las exportaciones totales bolivianas con 5,8%, después de que en 1990 su contribución había sido de cero por ciento, al igual que su participación en el mercado estadounidense (0,62% del total de importaciones de ese producto en 2003). Lo mismo sucede con las piezas de carpintería para construcciones, con una contribución en 2003 de 6,03%, y asientos con 2% en las exportaciones totales.

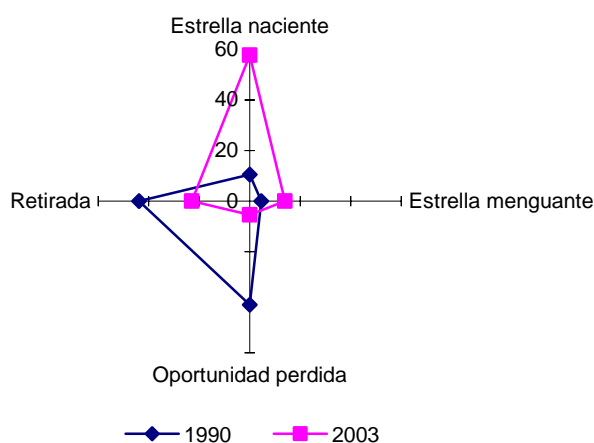
Cabe resaltar la elevada contribución a las exportaciones de Bolivia de la categoría de estrellas nacientes (58% de sus exportaciones totales), básicamente a raíz de que su principal rubro (los artículos de joyería) ha aumentado su participación en el mercado estadounidense, al mismo tiempo que el porcentaje de importaciones de éstos se ha ampliado en las importaciones totales de los Estados Unidos. Esto mismo ocurre con las piezas para carpintería, los artículos textiles y los muebles, artículos de reciente incorporación en las exportaciones de Bolivia que denotan un cambio positivo en su competitividad.

Al contrario de lo que se registra en los países industrializados, los productos exportados por Bolivia a los Estados Unidos bajo la categoría de estrellas menguantes son menores y sólo comprenden 14% de sus exportaciones; la mitad de este porcentaje corresponde a los cocos y nueces del Brasil. El porcentaje de contribución de la categoría de oportunidad perdida es menor y abarca 5% de sus exportaciones, la mayoría correspondiente a la exportación de muestras y muestrarios; la disminución en el porcentaje de productos bajo esta categoría ha sido resultado de un mayor aprovechamiento de productos dinámicos como los textiles, sobre todo durante los

últimos años. En la categoría de retroceso sólo se encuentra, entre los 10 principales, el estaño en bruto y la madera aserrada, pero la contribución de todos los productos en esta categoría es de 23%.

La transición de Bolivia en la tipología de su estructura exportadora a los Estados Unidos se presenta en el gráfico 15, en el que se aprecia un cambio total y positivo en dicha estructura al aumentar el porcentaje en la categoría de estrella naciente de 10% en 1990 a 58% en 2003, y disminuir en la categoría de oportunidad perdida de 41% a 5% en el mismo período, lo que significa el aprovechamiento de los productos dinámicos. También retroceden los productos en retirada de 44% a 23%, al igual que se elevan las estrellas menguantes de 5% a 14%, lo que mantiene a tres de las categorías en un porcentaje similar y permite el incremento en las estrellas nacientes.

Gráfico 15
BOLIVIA: TIPOLOGÍA DE LA ESTRUCTURA DE SUS EXPORTACIONES
A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003



Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

Aunque la estructura de Bolivia indica competitividad, su baja participación en el mercado estadounidense frente a otros competidores no permite que este desempeño se vea reflejado en el total de sus relaciones comerciales. El único caso en el que Bolivia llega a estar entre los cinco primeros exportadores de un producto a los Estados Unidos es en el estaño, el cual ha disminuido su participación dando paso a exportadores que en 1990 no figuraban dentro de la lista de los cinco, como Perú. Sin embargo, debido a que es un producto no dinámico, competidores como Brasil, Malasia, Indonesia y México se han comportado de una manera similar a Bolivia. Cabe subrayar que este producto ingresa con un arancel cero en todos los casos y que el posicionamiento de Bolivia no parece estar ligado a un precio menor que el de sus competidores (véase el cuadro II-11 del anexo II).

En los últimos años se advierte un mayor aprovechamiento de la expansión en la demanda de los Estados Unidos de productos bolivianos como los textiles, muebles y artículos de madera, artículos que se han reclasificado de oportunidades perdidas a estrellas nacientes, gracias a un incremento en su participación de importación.

La disminución de la participación de Italia en joyería, primer exportador en 1990, ha sido aprovechada por nuevos competidores como India y China, y muy poco por Bolivia con un crecimiento en su participación de sólo 9% durante el período anotado, a pesar de ser un producto dinámico. Sin embargo, su participación en las importaciones es ínfima, como prácticamente en todos los principales productos de exportación de Bolivia, a excepción del estaño. El resto de los

productos presentan un comportamiento similar y sus principales rivales son Canadá, Indonesia, México, China y Brasil.

ii) **Colombia.** Las exportaciones de Colombia a los Estados Unidos constituyen las segundas en importancia, después de Venezuela y han registrado un crecimiento promedio de 5,5% durante el período de 1990 a 2003, al pasar de 3.175 millones de dólares a 6.385 millones. Con todo, este crecimiento no se ha visto reflejado en su porcentaje de participación de mercado debido a que las importaciones totales de los Estados Unidos se han ampliado al doble (7,4%) respecto de sus exportaciones, lo que denota una falta de aprovechamiento de la expansión del mercado estadounidense por parte de Colombia.

A diferencia de Bolivia, la participación colombiana no sigue una tendencia lineal a la baja, sino que se registran diferentes movimientos de crecimiento y decrecimiento, pero en ninguno de los años analizados se regresa a los niveles de participación de 1990 (0,64%). Como se muestra en el cuadro 7, después de que en 1995 se retrocediera cerca de 10 décimas porcentuales, en 2000 su participación parecía marcar una nueva tendencia al alza al acercarse a los niveles alcanzados en 1990; empero, la participación lograda en los años posteriores volvió a retroceder a porcentajes inferiores a los de 1995, a excepción del último año, en que este indicador fue igual a 1995 (51%).

Cuadro 7
COLOMBIA: PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Millones de dólares y porcentajes)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	Crecimiento promedio (%) (1990-2003)
1. Importaciones totales de los Estados Unidos	495 260	743 505	1 216 888	1 141 959	1 163 549	1 259 396	7,44
2. Importaciones de los Estados Unidos desde Colombia	3 175	3 755	6 969	5 696	5 606	6 385	5,52
3. Participación de Colombia (2/1)	0,64	0,51	0,57	0,50	0,48	0,51	

Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

Al igual que la participación de mercado es mayor en Colombia que en Bolivia, también lo es la concentración en un solo producto, el petróleo crudo (35% de sus exportaciones en 2003), pero esta concentración no muestra grandes cambios con respecto a los registrados en 1990, tanto por lo que se refiere al petróleo como a toda su estructura de exportación. En 1990 la concentración de las exportaciones colombianas en 10 productos era de 79% y en 2003 fue de 80%, es decir, el aumento fue de 3%, frente a 60% de Bolivia.

En realidad, la concentración en un solo producto es mayor si se toma en cuenta que los dos primeros provienen de la misma fuente: el primero corresponde a los aceites crudos de petróleo y el segundo a los aceites de petróleo no crudo (ambos abarcan 43% de las exportaciones colombianas y en ambos casos caen bajo la categoría de retirada). Sin embargo, la misma naturaleza volátil que caracteriza al petróleo determina que durante el período 1990-2003 el producto fluctúe entre la categoría de estrella menguante y retirada, ya que en ninguno de los años señalados la participación de las importaciones de petróleo en las importaciones totales de los Estados Unidos ha alcanzado niveles superiores a los de 1990 (9%), mientras que la participación de Colombia en las importaciones totales de ese producto oscila entre tasas de crecimiento positivas y negativas, de

acuerdo con la estrategia nacional y el desempeño de sus principales competidores, Arabia Saudita, México, Canadá y Venezuela.

Así, mientras que el petróleo crudo (2709) se ha comportado en promedio como estrella menguante, el aceite de petróleo no crudo (2710) en la mayoría de los casos presenta una tendencia a la baja, tanto en la participación del rubro como en la participación de Colombia en las importaciones totales del producto, es decir, como retirada, al igual que su contribución a las exportaciones colombianas, que en los últimos años ha ido en aumento. En consecuencia, se vuelve a mostrar la alta volatilidad de este producto en que se fundamentan cerca del 50% del total de las exportaciones (véase el cuadro II-12 del anexo II).

En Colombia sólo se registran, entre sus 10 primeros productos, dos de reciente aparición e incremento como porcentaje de las exportaciones totales, a diferencia de Bolivia en que la participación de nuevos productos es mayor. Éstos son el oro semilabrado o en polvo y los trajes para hombres o niños, ambos en la categoría de estrella naciente. Llama la atención cómo el dinamismo de un producto puede variar de un mercado a otro e incluso de un año a otro, lo que demuestra que en términos competitivos una capacidad de reacción rápida y eficaz a los movimientos de cada mercado es lo que en cierta parte determina los niveles de competitividad alcanzados. Éste es el caso del oro, que en el análisis previo sobre el mercado de los países industrializados estaba catalogado como producto menguante y ahora se encuentra en una fase de mayor dinamismo. Colombia ha podido aprovechar su posicionamiento en el mercado y el dinamismo del oro, incrementado su participación en las importaciones totales del producto de 0,07% en 1990 a 16,8% en 2003 (6,2%, índice que duplica al de 2002). La misma tendencia sucede con los trajes para hombre o niños, que han elevado su participación de mercado de 0,9% en 1990 a 2,5% en 2003.

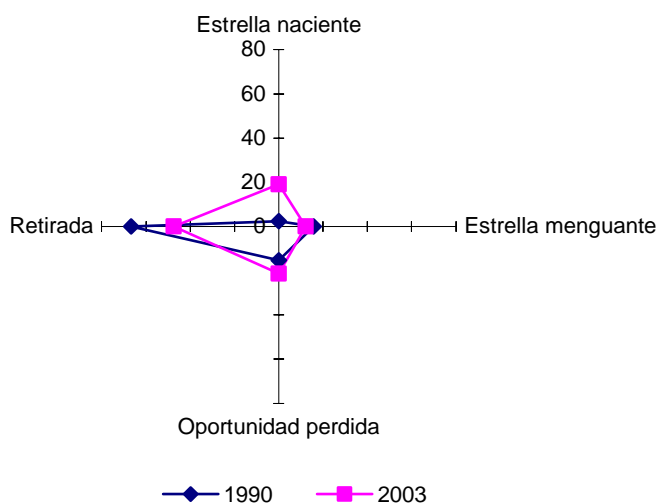
El resto de los productos más importantes no han tenido como los anteriores un cambio tan abrupto en su participación en las exportaciones, ni en su participación de mercado. El café y las bananas son dos productos que entran en la categoría de estrella menguante, pero la participación de Colombia en las importaciones de café de los Estados Unidos está mejor posicionada que en el total de los países industrializados, pues mientras que en el primero se cataloga como estrella menguante, en el segundo es producto en retirada. La única similitud es que en ambos casos el producto es no dinámico.

Cuatro son los productos que entran en la categoría de oportunidades perdidas entre los 10 primeros: la hulla, los objetos recuperados, los trajes para mujeres o niñas, y las flores con una contribución en las exportaciones totales de 18,3% en 2003. Las flores cortadas representan el 5% de las exportaciones y aunque se caracterizan por ser un producto no tradicional en las exportaciones de la región, la decreciente participación de Colombia (de 76% en 1990 a 56% en 2003), junto con un cambio en su participación en las importaciones totales de los Estados Unidos, las coloca como una oportunidad perdida.

En general, la tipología de la estructura exportadora de este país a los Estados Unidos presenta cierta similitud a la observada en el total de los países industrializados, y a diferencia de Bolivia el cambio en el período estudiado es prácticamente nulo, salvo por un aumento en su porcentaje de exportaciones en la categoría de estrellas nacientes (de 2,4% en 1990 a 19,1% en 2003) y una leve disminución en sus productos catalogados como estrella menguante. No obstante, el mayor o menor porcentaje, y por ende su aumento o disminución de los productos estrella menguante o retirada, varía dependiendo del comportamiento del petróleo en el mercado estadounidense. Lo que prevalece es que el comportamiento, en ambos casos, vuelve a ser contrario a la dinámica de la demanda del mercado internacional y basado mayoritariamente en recursos naturales (véase el gráfico 16).

Se ha mencionado que una amplia participación de productos estrella menguante en un mercado no necesariamente implica bajos niveles competitivos, cuando la posición del país en el mercado es amplia y con un aumento similar al de sus competidores, especialmente si los sectores en los que compite son importantes en el total de las importaciones totales del mercado en cuestión, como el petróleo. En el caso del café, Colombia se ha posicionado positivamente en las importaciones del producto, logrando desplazar a competidores como México o Brasil, y mantenerse frente a la creciente presencia de los países centroamericanos; pero en el caso de las bananas, la participación de Costa Rica y Guatemala comienza a desplazar a competidores como Ecuador y a mantener la participación de Colombia en el mismo porcentaje de 1990 (14%), aun cuando las preferencias arancelarias y precios son los mismos (véase el cuadro II-13 del anexo II).

Gráfico 16
COLOMBIA: TOPOLOGÍA DE LA ESTRUCTURA DE SUS EXPORTACIONES
A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003



Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

La hulla es otro producto en el que Colombia muestra el mismo decrecimiento de participación. La diferencia es que se trata de un producto dinámico que han aprovechado otros mercados como Venezuela, Canadá e Indonesia, pero sin llegar a la participación de Colombia en el producto (21%, decreciente año con año). Pese a su participación creciente en los productos textiles, ésta es mínima con respecto a competidores como México y la República Dominicana. En términos arancelarios son pocos los productos a los que los Estados Unidos les aplican una tasa arancelaria, pero éstos son los más importantes (petróleo) o dinámicos (textiles y flores).

iii) Ecuador. Las exportaciones de Ecuador a los Estados Unidos representan la mitad de las correspondientes a Colombia y su crecimiento promedio entre 1990 y 2003 ha sido similar al de este último. En 1990 sus exportaciones fueron de 1.377 millones de dólares y en 2003 este monto alcanzó 2.721 millones de dólares. Sin embargo, al igual que lo ocurrido en Colombia, el crecimiento de sus exportaciones fue inferior a la dinámica del mercado estadounidense en el mismo período, por lo que su participación en las importaciones totales de los Estados Unidos decreció de manera lineal en ese período. En 1990 esta participación fue de 0,28% y en 2003 descendió a 0,22%, terminando con la tendencia de los últimos años de 0,18%.

La concentración de petróleo crudo es similar a la observada en Colombia e incluso mayor en los últimos años (54%), pero a diferencia de este último y de Bolivia, su grado de concentración en

10 productos es mayor (89%), pero similar a la registrada en 1990 (86%); de lo que se deduce un mínimo cambio en su estructura, al igual que en Colombia. Una de las características de las exportaciones de Ecuador, en comparación con los dos países anteriores, es el predominio casi absoluto de exportaciones de recursos naturales, a excepción de los objetos recuperados (9999) y los artículos importados para su reparación (9801), que en cierta medida determinan el hecho de que el 86% de sus exportaciones sean de productos poco dinámicos, o lo que es lo mismo, ocho de los 10 productos principales caen bajo esta categoría.

Cuadro 8
ECUADOR: PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES
DE LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Millones de dólares y porcentajes)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	Crecimiento promedio (1990-2003)
1. Importaciones totales de los Estados Unidos	495 260	743 505	1 216 888	1 141 959	1 163 549	1 259 396	7,44
2. Importaciones de los Estados Unidos desde Ecuador	1 377	1 930	2 210	2 042	2 146	2 721	5,38
3. Participación de Ecuador (2/1)	0,28	0,26	0,18	0,18	0,18	0,22	

Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

Entre los productos no dinámicos, pero en los que Ecuador ha aumentado su participación de mercado, se cuentan los aceites crudos de petróleo, las preparaciones y conservas de pescado y los filetes. Todos éstos también han elevado su porcentaje de contribución a las exportaciones totales, pero sólo en los dos últimos el porcentaje de participación en las importaciones totales del producto se ha incrementado considerablemente. Asimismo, en estos dos productos el decrecimiento del porcentaje de importación con respecto al total de las importaciones estadounidenses ha sido de los menores registrados (−0,04%, y −0,07%, respectivamente), a diferencia del aceite de petróleo crudo en el que la caída del porcentaje de importación ha sido mayor (−0,8%).

Las bananas, los crustáceos, los aceites de petróleo no crudo y la cocoa en grano no sólo han disminuido su porcentaje de importación, sino también su participación de mercado y su contribución en las exportaciones totales, aunque todavía conservan 22% de la participación de mercado en los Estados Unidos. Esta tendencia se puede observar en el gráfico 17, con una disminución en el porcentaje de contribución total de los productos en retirada, al pasar de 66% de contribución en 1990 a 33% en 2002.

En este mismo gráfico también se muestra la concentración de sus exportaciones en la categoría de estrella menguante, de la misma forma que en el mercado de todos los países industrializados. El incremento de los productos estrella naciente sólo ha sido de 10 puntos porcentuales y los productos bajo la categoría de oportunidad perdida presentan casi la misma variación, lo que en cierta parte indica un muy bajo desarrollo de nuevos productos no tradicionales, como ha ocurrido en el resto de los países andinos.

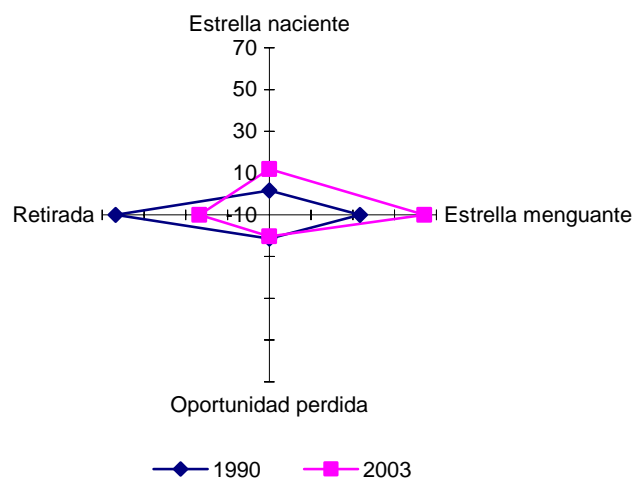
Las flores o capullos han sido el único producto que en el último año pasó de la categoría de estrella menguante a estrella naciente, debido a un aumento bien aprovechado de su demanda en el mercado estadounidense. Ecuador se ha constituido en uno de los principales exportadores a los Estados Unidos de este producto, sólo después de Colombia, antes que México, los Países Bajos y Costa Rica, que en 1990 figuraban como los primeros exportadores. Tuvo que superar el obstáculo

de que en años anteriores había tenido que pagar una tasa arancelaria superior a la de sus competidores. En este sentido, resalta el hecho de que en los productos de mayor dinamismo en las exportaciones ecuatorianas se apliquen tasas arancelarias, mientras que el resto de los productos principales entran con una tasa cero, solamente respetando reglas de origen y medidas sanitarias. Entre los productos sujetos a una tasa arancelaria en 2003 se cuentan las preparaciones y conservas de pescado (0,01%), las flores y capullos (0,02%), así como el aceite de petróleo no crudo (0,2%), con bajos aranceles gracias a la entrada del ATPDEA (véase el cuadro II-15 del anexo II).

De los otros tres productos en la categoría de estrella menguante, sólo las preparaciones y conservas de pescado y los filetes y demás carne de pescado figuran entre los cinco principales exportadores a los Estados Unidos. En el primer caso, Ecuador ha logrado desplazar a otros competidores como Canadá, Japón, y Taiwán, que en 1990 se ubicaban en los cinco primeros. En 2002 Ecuador fue el segundo exportador de este producto, luego de Tailandia, que incluso ha disminuido su participación de mercado de 55% en 1990 a 30% en 2003, por lo que podría vislumbrarse un mejor posicionamiento de Ecuador en el futuro.

En las bananas, segundo producto en importancia para Ecuador, se ha mantenido Ecuador como el primer exportador a los Estados Unidos, pero su disminución en la participación de mercado ha influido para que competidores con un precio inferior, como Guatemala y Costa Rica, se aproximen a quitarle esta posición.

Gráfico 17
ECUADOR: TIPOLOGÍA DE LA ESTRUCTURA DE SUS EXPORTACIONES
A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003



Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

En el resto de los 10 principales productos, Ecuador no se coloca entre los cinco primeros exportadores, salvo en el cacao en grano, en el que se mantiene como el cuarto exportador más importante luego de que Côte d'Ivoire, principal competidor, duplicara su participación en 2003 respecto de 1990 (de 28% en 1990 a 50% en 2003), Indonesia se ubicara como el segundo y la República Dominicana tuviera un decrecimiento menor que el de Ecuador.

iv) Perú. El mayor crecimiento promedio de las exportaciones de Perú a los Estados Unidos (8,8%) en relación con el crecimiento promedio de las importaciones totales de este último (7,4%) en el período 1990-2002, determinó que aquél sea el único país andino capaz de aprovechar esta expansión en las importaciones estadounidenses, además de ampliar su participación de mercado de

0,16% a 0,19% en el período indicado. En relación con el resto de los países andinos, esta participación sólo es superior a la de Bolivia.

El comportamiento de su participación de mercado ha seguido casi el mismo patrón que Colombia, pero el decrecimiento de participación de Perú en 1995 (0,14%) logró corregirse en los años subsiguientes y se obtuvo un ligero incremento en 2002 que continuó en 2003, al contrario de la dinámica presentada en Colombia (véase el cuadro 9).

La estructura de exportación de Perú muestra una ligera tendencia hacia la incorporación y desarrollo de nuevos productos no basados en recursos naturales, al igual que Bolivia. La concentración de Perú en 10 productos de exportación también es la menor de todos los países andinos, pero su propensión a incrementarla es similar a éstos: en 1990 los 10 primeros productos de exportación representaban el 37%, en 2003 esta proporción era de 70%. El crecimiento de la contribución al total de las exportaciones del cobre refinado junto con el oro es lo que en cierta medida ha ocasionado el incremento en la concentración, ya que el cobre, luego de representar el 1,2% del total de las exportaciones peruanas, en 2002 llegó a niveles de 22,1% y después descendió al 17,7% en 2003. Mientras, el oro se ha incrementado al doble, de 7,1% en 1990 a 14,2% en 2003, e incluso esta expansión ha sido favorable a los cambios positivos de demanda del producto, por lo que en el último año se cataloga como estrella naciente (véase el cuadro II-16 del anexo II).

Cuadro 9
PERÚ: PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES
DE LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003

(Millones de dólares y porcentajes)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	Crecimiento promedio (%) (1990-2003)
1. Importaciones totales de los Estados Unidos	495 260	743 505	1 216 888	1 141 959	1 163 549	1 259 396	7,44
2. Importaciones de los Estados Unidos desde Perú	803	1 035	1 996	1 840	1 932	2 407	7,59
3. Participación de Perú (2/1)	0,16	0,14	0,16	0,16	0,17	0,19	

Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

Cuatro de los 10 principales productos de exportación de Perú caen en la categoría de estrellas menguantes: el cobre refinado, el estaño en bruto, el aceite de petróleo y la plata (en conjunto, el 30% de las exportaciones totales), y en los dos primeros el incremento de su participación en las importaciones de cada uno de los productos de 1990 a 2003 fue notable. Tan sólo en el caso del estaño Perú se colocó como el primer exportador del producto con 53,4% de la participación de mercado, luego de que en 1990 ésta fuera nula. El cobre refinado presenta la misma tendencia y compite con Canadá y Chile, principales rivales en 1990, y se coloca como el principal exportador a los Estados Unidos con 35% del total de las importaciones de este producto. El aceite de petróleo también ha tenido un buen avance en la participación de producto, pero a diferencia de competidores como la Arabia Saudita, México o Canadá, continúa siendo ínfima. La plata es uno de los productos que han tenido competidores como México y Canadá, pero en éste Perú ha logrado incrementar su participación para ubicarse como tercer exportador, aun cuando la tasa arancelaria y el precio es el mismo en los tres casos.

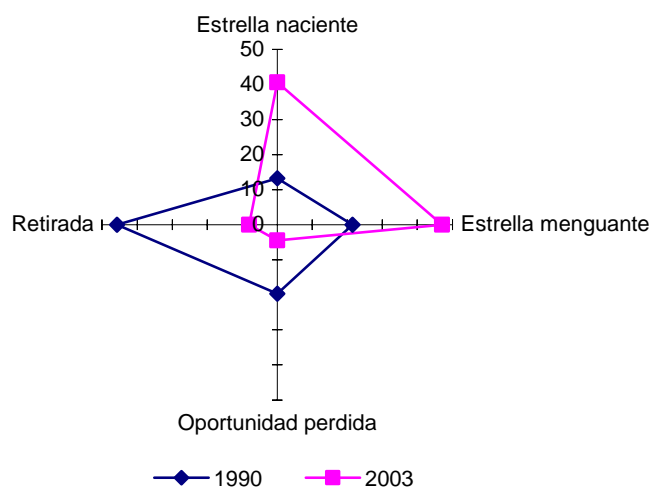
La contribución de las estrellas nacientes está representada por cinco productos, tres de ellos de la rama textil (suéteres (6110), camisas de punto para hombres o niños (7113) y camisas (6109),

además del oro (7108) y las hortalizas frescas o refrigeradas (0709). Estos cinco productos representan 34% del total de las exportaciones de Perú y en todos los casos su contribución tanto a las exportaciones del país como su participación de mercado ha escalado sustancialmente.

En la categoría de retirada se encuentra el aceite de petróleo no crudo, en una proporción intermedia entre la presentada en Ecuador y la de Colombia. En los tres países la tendencia a reducir su participación ante un producto estancado es la misma. La participación de Perú en este producto es, al igual que Ecuador, menor al 1%, y en términos de contribución al total de las exportaciones constituyó en 2003 el 6%, menos de dos tercios de la de 1990.

En términos generales, el cambio en la tipología de la estructura exportadora de Perú se aprecia en el gráfico 18. Este cambio es similar al de Bolivia en cuanto a un aumento en la participación de productos bajo la categoría de estrella naciente, aunque en niveles inferiores (de 13% en 1990 a 41% en 2003). Los productos en la categoría de estrella menguante son los que presentan un crecimiento mayor del 21% de participación en 1990 a 47% en 2003. En los productos en retirada y oportunidad perdida el cambio es similar al de Bolivia. Por lo tanto, se puede decir que el comportamiento de Perú en términos competitivos se ubica en un rango intermedio con respecto al de toda la Comunidad Andina, ya que éste no es tan radical como en el caso de Bolivia, ni su estancamiento es igual al de los otros tres países; la similitud en estos últimos se da sólo en el aumento de la participación de los productos en la categoría de estrella menguante.

Gráfico 18
PERÚ: TIPOLOGÍA DE LA ESTRUCTURA DE SUS EXPORTACIONES
A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003



Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

El cambio en la estructura exportadora del Perú ha sido favorable en términos de competitividad, ya que de los 10 productos más importantes en 2003 sólo uno figuraba entre los cinco primeros exportadores en 1990 con una participación mínima (el cobre refinado), mientras que en 2003 son cinco los productos que se encuentran en esta posición, aparte del cobre: el oro, las camisas para hombre o niños, el estaño, la plata y el resto de los vegetales; seis de éstos, recursos naturales.

En el resto de los productos, la participación de Perú es relativamente baja y en los productos dinámicos sus principales competidores son Canadá, China, India y México, los cuales han mantenido su posición como principales exportadores en oro (Canadá), suéteres (China) y vegetales

(México), mientras que en las camisas para hombre ha surgido la India y en camisas, México. Sin embargo, a 10 dígitos del sistema armonizado, sus principales competidores son Colombia, Guatemala, Honduras, Pakistán y México. Estos países se benefician de un precio unitario menor, ya que la tasa arancelaria es la misma que la impuesta a Perú.

En términos de aranceles, a excepción de Venezuela, es Perú el país andino que paga los mayores montos de los 10 principales productos de exportación a los Estados Unidos, el cual es cercano a 2 millones de dólares, con un rango en la tasa arancelaria de 0% a 1,49% en el caso de las camisas de punto para hombre. En cambio, Bolivia es el que paga la mayor tasa arancelaria en el mismo producto (5,99%), pero el mayor monto exportado de Perú es lo que determina que el total de impuestos aplicados a los 10 principales productos sea mayor. Nuevamente es en los productos dinámicos y en los de mayor participación en donde se abona el mayor arancel (véase el cuadro II-17 del anexo II).

v) Venezuela. Las exportaciones de Venezuela a los Estados Unidos son las mayores de toda la región andina y su porcentaje de participación también. En 1990 este país exportó al mercado estadounidense 9.947 millones de dólares (1,9% de las importaciones totales de los Estados Unidos) y en 2003 este monto llegó a 17.144 millones de dólares (1,4% de participación). Al igual que lo sucedido en los países andinos (excepto Perú), este incremento en las exportaciones venezolanas fue inferior a la dinámica de importación estadounidense. A su vez, la tasa de crecimiento promedio de las exportaciones fue similar a la de Ecuador y Colombia (4,7% en promedio durante el período 1990-2003). La tendencia a una reducción en su porcentaje de participación en 1995, con un aumento en 2000, la disminución en los años subsiguientes, y el alza en el último año, es la misma que presentan todos los países andinos (véase el cuadro 10).

Cuadro 10
VENEZUELA: PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES DE
LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Millones de dólares y porcentajes)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	Crecimiento promedio (%) (1990-2003)
1. Importaciones totales de los Estados Unidos	495 260	743 505	1 216 888	1 141 959	1 163 549	1 259 396	7,44
2. Importaciones de los Estados Unidos desde Venezuela	9 447	9 711	18 648	15 236	15 108	17 144	4,69
3. Participación de Venezuela (2/1)	1,91	1,31	1,53	1,33	1,30	1,36	

Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

La concentración de Venezuela no sólo es mayor en los 10 primeros productos sino en uno solo, el petróleo crudo, que abarca 74% de todas las exportaciones del país, y si a éste se le añade el aceite de petróleo no crudo, el porcentaje de concentración en 2003 es de 88%. Con respecto a 1990, esta concentración ha aumentado en 45% en el primer producto y se ha reducido en el segundo producto en 64%, por lo que el grado de especialización de Venezuela en el petróleo crudo tiende a incrementarse en el mercado estadounidense (véase el cuadro II-18 del anexo II).

El crecimiento en este porcentaje no se ha visto reflejado en un aumento de su competitividad en el mercado de los Estados Unidos. En 1990 Venezuela ocupaba la tercera posición en la participación de mercado (11%) después de competidores como la Arabia Saudita (20%) y Nigeria (13%); en 2003 su posición descendió al cuarto lugar al ser desplazado por México (14%) y Canadá

(14%), aun cuando su participación de mercado en el producto se elevó a 12,5%. La participación de México y Canadá también ha influido en reducir la que Arabia Saudita sustentaba en 1990, apoyados dichos países en una tasa arancelaria prácticamente nula.

El aceite de petróleo no crudo, además de ser un producto estancado, entre las importaciones de los Estados Unidos la participación de mercado de Venezuela y otros de los principales competidores en 1990 como Arabia Saudita, Argelia e Italia, también ha decrecido. Canadá es el único país que ha ampliado su participación, ubicándose ésta en 19% y dejando a Venezuela en el segundo sitio con una participación de 9% en 2003. Parte de este avance de participación de mercado de Canadá se sustenta en una tasa arancelaria menor que la de Venezuela (0,0% para Canadá y 0,01% para Venezuela), ya que sus ventas por valor unitario son muy similares.

Además del petróleo crudo y los aceites de petróleo no crudo, destaca el dinamismo en el mercado estadounidense de otros combustibles minerales, aceites minerales y productos de destilación que Venezuela ha sabido aprovechar al situarse como principal exportador y tener una amplia participación de mercado. Entre estos productos se cuentan el coque de petróleo, las hullas y los gases de petróleo, los tres estrellas nacientes. En el primer producto Venezuela alcanzó una participación de mercado de 29% en 2003, después de que en 1990 ésta fuera de 0,08%; su principal competidor es Canadá, con una participación de mercado de 43%, que se ha visto disminuida. En el caso de la hulla, Venezuela ha logrado colocarse como segundo exportador, después de Colombia, desplazando también a Canadá. En los gases de petróleo, su participación es ínfima y aunque es una estrella naciente no ha logrado ubicarse entre de los cinco principales exportadores con una participación de 0,43% en 2003, muy por debajo de Canadá (85%), Trinidad y Tabago (8%) o Argelia (3%).

Los productos férreos obtenidos por reducción directa de minerales de hierro (7203) es otro de los bienes que caen bajo la categoría de estrella naciente, y en los que Venezuela tiene una participación de mercado mayoritaria. En este producto su participación pasó de 69% en 1990 a 79% en 2003. Sus competidores más cercanos en este último año son Trinidad y Tabago (20% de participación) y Rusia (2%); han desaparecido otros competidores como Alemania, que en 1990 figuraba entre los primeros cinco.

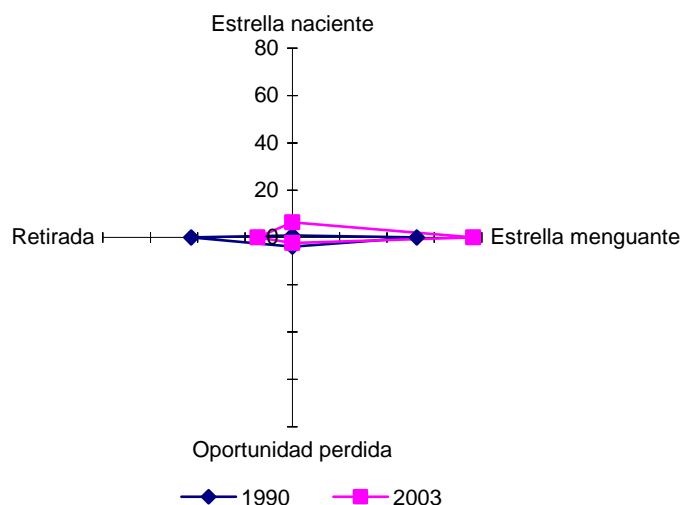
Las partes y accesorios para tractor es la única manufactura entre los primeros 10 productos de exportación de Venezuela, pero su participación es muy pequeña (0,5% en 2003), en comparación con los productos venezolanos analizados, y la menor de los 10 productos principales, junto con los gases de petróleo. Su participación, por tanto, en los primeros cinco exportadores en 2003 y 1990 es casi nula, ya que el producto sigue dominado por los mismos cinco países que en 1990 ostentaban la mayor participación: Canadá, Japón, México, Alemania y ahora China.

En comparación con Bolivia, país andino que presenta la mayor participación de estrellas nacientes en su estructura de exportación, Venezuela mantiene una estructura similar e incluso mayor en la categoría de estrellas menguantes, pero su pequeño aumento en la categoría de estrellas nacientes (de 0,77% en 1990 a 6,4% en 2003) es más eficiente que en Bolivia desde el momento en que su participación de mercado en estos productos es mayor y más dinámica.

En el gráfico 19 se aprecia esta permanencia en su estructura de exportación, con un incremento ligero en la categoría de estrellas menguantes (de 53% en 1990 a 76% en 2003), impulsadas por el petróleo, básicamente. Asimismo, se constata una reducción de los productos en retirada (de 43% en 1990 a 15% en 2003), y en las oportunidades perdidas (de 3,9% en 1990 a 2,4% en 2003).

Gráfico 19

VENEZUELA: TIPOLOGÍA DE LA ESTRUCTURA DE SUS EXPORTACIONES A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003



Fuente: CEPAL, MAGIC, 2004.

En términos de arancel de importación pagado, la imposición de una tasa arancelaria de 0,01% en uno de sus principales productos de exportación, los aceites de petróleo no crudo, junto con las partes y accesorios para vehículos (0,01%) y un aumento en la tasa arancelaria del éter (3,75%), determinan que el monto de arancel pagado sea el tercero mayor de la región después de Perú y Colombia. Este monto fue de 4.460.539 millones de dólares en 2003, situación que también da muestras de la inestabilidad en las tasas arancelarias y la necesidad de que se acuerden tasas más estables (véase el cuadro II-19 del anexo II).

3. América en desarrollo

Se puede decir que si los países son competitivos en el mercado más exigente de los industrializados, entonces habrán pasado la “prueba” de la competitividad, lo que en principio avalaría que pueden ser exitosos en cualquier mercado. Aun así, países que no son competitivos en ese mercado pueden serlo en otros de menor tamaño o nivel de exigencia, ya que su inserción exitosa en estos mercados puede servir para fortalecer la competitividad de estos productos y posteriormente incursionar en un mercado más exigente.

El comercio de la Comunidad Andina con los países de América Latina y el Caribe es diametralmente diferente a su intercambio con los países industrializados. En aquel mercado el porcentaje de participación de los recursos naturales y las manufacturas ha tendido a igualarse en los últimos años, al contrario de lo observado en los países industrializados; mientras que en 1985 el porcentaje de contribución de los recursos naturales en las exportaciones andinas era de 76% y de las manufacturas de 24%, estos porcentajes pasaron en 2000 a 58% y 41%, respectivamente. Incluso en el período de 1993 a 1998, el porcentaje de contribución de las manufacturas alcanzó casi el 50%.

La cuota de mercado de estos países también es mayor en el mercado de América Latina y el Caribe que en los países industrializados, aunque su proporción entre los recursos naturales y las manufacturas acusa un comportamiento similar al de su inserción en los países industrializados,

siendo mayor la registrada en los recursos naturales que en la de manufactura, debido a que la mayor proporción de este último tipo de recursos lo importa de los países industrializados. La cuota de mercado andina en los recursos naturales ha aumentado en 1,7 puntos porcentuales de 1985 a 2000, al pasar de 10,8% a 12,5%. En las manufacturas la tendencia en la cuota de mercado, aunque decreciente en el mismo período en dos décimas porcentuales (de 1,9% en 1985 a 1,7% en 2000), alcanzó niveles superiores entre 1990 y 1998, con una cuota promedio de 2,2%.

Esta tendencia a un equilibrio entre sus exportaciones de recursos naturales y manufactura es similar en todos los países andinos, pero el mayor viraje hacia la exportación de bienes manufacturados se registra en Colombia y Perú que han llegado a porcentajes cercanos al 70% en el caso de Colombia y 60% en Perú, entre los años de 1992 a 1994, y disminuyó en los años posteriores. La proporción en la cuota de mercado es similar en todos los casos y responde a la misma tendencia observada en la Comunidad Andina en su conjunto, pero es Venezuela el que registra en 2002 las mayores cuotas de mercado tanto en los recursos naturales (7%) como en las manufacturas (0,6%).

En términos de competitividad, la concentración de mercado en unos productos es poco menor a la obtenida en los Estados Unidos o en los países industrializados en general, y sólo los gasóleos (3343) y el petróleo crudo (3330) vuelven a presentar el mayor porcentaje de contribución entre las exportaciones andinas, aunque en el petróleo, producto en retirada en el mercado de referencia, este porcentaje se reduce de 26% en 1990 a 24% en 2000. Por el contrario, la mayor contribución de los gasóleos (de 3,9% en 1990 a 6,5% en 2000) resulta positiva, ya que este producto es dinámico en el mercado de América Latina y el Caribe, y en la Comunidad Andina se ha convertido en la principal estrella naciente (véanse los cuadros II-24 a II-27 del anexo II).

Las 10 principales estrellas nacentes de los países andinos en el mercado de América Latina abarcan el 21% del total de sus exportaciones. Entre estos productos se cuentan los gasóleos, los aceites lubricantes (3%), el gas de petróleo en estado líquido (2%), medicamentos (2%), el keroseno (2%), los automóviles para pasajeros (1%), el aluminio (1%), el cloruro de polivinilo (1%), el polietileno (1%) y los neumáticos para automóviles (1%). En suma, aun cuando el porcentaje de participación en este tipo de productos es mayor al observado en los mercados anteriores, está presente la fuerte participación de los recursos naturales, aunque en este mercado presentan un mayor dinamismo.

Los países de la Comunidad Andina con mayor porcentaje de contribución de estrella naciente son Venezuela (34% de sus exportaciones), seguido de Perú y Colombia (17% en ambos). Los productos de exportación de Venezuela en esta categoría son prácticamente los mismos que los registrados en la Comunidad Andina en general, de lo que se deduce un cambio en su estructura de exportación en este mercado a favor de productos derivados del petróleo, pero con un mayor grado de transformación. En Perú, los productos estrella naciente son similares a los 10 principales productos de exportación a los Estados Unidos, pero ahora también aparecen recursos naturales como los gasóleos y aceites lubricantes, como reflejo de su tendencia a exportar productos más elaborados. Por último, las estrellas nacentes en el caso de Colombia distan de las presentadas en los Estados Unidos o los países industrializados, ya que en el mercado latinoamericano se advierte una mayor tendencia a la exportación exitosa de productos manufacturados como los medicamentos, automóviles para pasajeros, ropa interior, artículos de pasta de papel, entre otros. En Bolivia y Ecuador, pese a que su porcentaje de exportación en este tipo de productos es menor (7% y 12%, respectivamente), el predominio de las manufacturas es similar al de Colombia.

De nueva cuenta, la alta exportación del petróleo crudo hacia los países de América en desarrollo es lo que determina que el mayor porcentaje de sus exportaciones esté localizado en sectores no dinámicos, pero su paulatino decrecimiento de participación en el mercado de América en desarrollo lo sitúa bajo la categoría de retirada, al igual que otros recursos naturales de menor peso como la gasolina, los combustóleos, la hulla, los gases de petróleo, minerales de cinc, azúcar y

cobre. Son, por tanto, los grandes exportadores de petróleo andino los que registran un mayor porcentaje de sus exportaciones bajo esta categoría: Colombia con 24%, Ecuador con 45% y Venezuela con 41%, aunque Perú por su exportación de zinc y cobre también registra una participación de 27%.

Al contrario de lo ocurrido en el mercado de los Estados Unidos y los países industrializados, la participación de las exportaciones andinas en productos bajo la categoría de estrellas menguantes es inferior; una participación de 7% en sus principales productos de exportación. Sucede lo contrario en Bolivia, ya que 57% de sus exportaciones principales se sitúan bajo esta categoría, destacando la participación de productos como las tortas de semillas oleaginosas, el aceite de soya, el algodón y el petróleo crudo, que en buena parte determinan el comportamiento general de los países andinos. Además de estos productos, las bananas, el pescado preparado o en conserva, los libros y folletos, los fungicidas, varillas para trefilar de hierro y el alambre retorcido, son los productos de la Comunidad Andina que se encuentran bajo esta categoría.

4. Comunidad Andina

Es en el propio mercado de la Comunidad Andina, donde los mismos países presentan un mejor desempeño, tanto en el tipo de productos comercializados como en su grado de concentración, lo que propicia una diversificación productiva mayor. Los productos dinámicos y de creciente participación de mercado (estrellas nacientes) son los que registran una mayor participación entre las principales exportaciones de la Comunidad Andina. En éstas destacan los gasóleos (4,6% de las exportaciones totales en 2000), medicamentos (3,5%), automóviles para pasajeros (3,4%), las tortas de semillas oleaginosas (3,1%), el polietileno (1,9%) y los neumáticos para automóvil (véanse los cuadros II-28 al II-31 del anexo II).

Una vez más se comprueba la versatilidad en el éxito de un producto de un mercado a otro y de un período a otro, ya que estos productos que ahora figuran como principales estrellas nacientes dentro del mercado de la Comunidad son en cierta medida parecidos a los listados como estrellas menguantes en el mercado de América Latina y el Caribe. De lo que se deduce y comprueba la relevancia de poner atención a las demandas de cada mercado y tener la capacidad de reaccionar rápida y eficazmente a éstas; es decir, incrementar la competitividad.

En el interior de la Comunidad Andina, todos los países presentan la mayor concentración de sus exportaciones en los productos estrella naciente. En Bolivia el porcentaje de participación es de 64% de las exportaciones principales en esta categoría; entre éstas sobresalen las tortas de semillas oleaginosas, el aceite de soya, los hilados de algodón, envases y tapones, huevos de aves, gases de petróleo, prendas de vestir, entre otros. En Colombia esta participación es de 31% y resaltan el petróleo crudo, medicamentos, automóviles para pasajeros, artículos de pasta de papel, artículos de confitería, y otros. Para Ecuador este porcentaje es de 21% y, además de los automóviles y medicamentos, como en Colombia, se cuentan las exportaciones de maíz, aparatos domésticos, bananas y calzado. Perú tiene el porcentaje menor en este tipo de productos (20%) y en él destacan productos para transportar o envasar mercancías, hilados de algodón, tejidos de algodón blanqueados, productos orgánicos tensoactivos, pescado preparado o en conserva, entre otros. Por último, en Venezuela, 34% de sus principales exportaciones caen bajo ese sector, en el que se ubican los gasóleos, el polietileno, los gases de petróleo en estado líquido, el keroseno, los productos y preparados químicos y los medicamentos.

Aparte de un eventual mayor intercambio de productos manufacturados dentro de la Comunidad Andina, destaca el hecho de una permanencia e importancia de productos primarios y en menor medida de manufacturas basadas en recursos naturales en ese mercado intrarregional. Los productos anteriormente señalados parecen indicar esta propensión, diferente sólo en la incorporación de productos más elaborados como los medicamentos, automóviles y sus partes, así como de otros derivados de productos naturales. Sobre todo resalta el tipo de productos exportados

por Bolivia, los cuales en su mayoría y en todas las categorías, son productos primarios o secundarios.

Aun cuando su estructura de exportación ha tendido a cambiar a favor de un mayor número de exportaciones manufactureras, su cuota de mercado sigue siendo mayor en los recursos naturales. En 1985 el porcentaje de exportaciones intrarregionales de la Comunidad en este último tipo de bienes fue de 55% y en 2000 este mismo era de 41%; mientras, el porcentaje de cuota de mercado se incrementó de 13% en 1985 a 26% en 2000. La participación de las exportaciones intrarregionales manufactureras pasó de 45% en 1985 a 59% en 2000, alcanzando mayores porcentajes en los años noventa. Su cuota de mercado de estos productos pasó de 3,4% a 9,5%.

Una parte importante de los productos manufacturados por país se encuentra en la categoría de oportunidades perdidas, lo que implica una falta de aprovechamiento de productos dinámicos, a excepción nuevamente de Bolivia, que mantiene su preponderancia por productos no manufacturados. Entre las manufacturas destacan los libros y folletos, barnices y lacas, juguetes, maquinaria para filtrar líquidos o gases, artículos de cobre, níquel y aluminio, motores, generadores eléctricos y grupos electrógenos, automóviles para pasajeros, papel y cartón convertidos, aparatos eléctricos, y pilas y acumuladores eléctricos, entre otros.

IV. Conclusiones

Los cambios registrados, en primer término, en la demanda del comercio internacional y en la estructura exportadora de los países desarrollados parecen llevar una dinámica contraria a la observada en los países de la Comunidad Andina, lo que se asocia a una estrategia de inserción comercial poco competitiva. Los países andinos, lejos de desarrollar nuevas industrias con mayor incorporación tecnológica, parecen reforzar su modelo de exportación basado en los recursos naturales, que por lo visto en los ejercicios de competitividad han ido perdiendo participación en el conjunto de las importaciones totales a nivel mundial.

Si bien países como Colombia, Ecuador y Venezuela mantienen una cuota de participación relevante, a largo plazo se presenta una tendencia a la disminución en la demanda de este tipo de productos, en sustitución de productos más elaborados. El hecho también de que en dos o tres productos se sustente la estructura exportadora de estos países, que además se caracterizan por su alta volatilidad, abre espacio para pensar en la implementación de programas que por una parte incentiven la producción y exportación de productos más dinámicos, y por la otra fomenten la incorporación del desarrollo tecnológico en la explotación y transformación de los productos tradicionales.

Aunque los resultados de los ejercicios del tercer apartado muestran que la competitividad de un país puede variar de acuerdo con el mercado o producto en cuestión, la importancia de productos más elaborados parece estar presente no sólo en los países industrializados, sino también en mercados como el latinoamericano y el propio mercado andino. En este aspecto, países como Bolivia y Perú arrojan

mejores resultados en términos de cambio de su estructura exportadora, al incorporar productos con mayor demanda internacional. Sin embargo, el poco peso de sus exportaciones con respecto a las de sus competidores, sobre todo de Bolivia, los coloca en una posición menos competitiva con relación a la que ostentan los otros países andinos en términos de participación de mercado, pero más competitivos en términos de adaptación a las demandas internacionales.

Entre los productos con mayor dinamismo que presentan los países andinos se cuentan los textiles, algunos manufacturados a partir de minerales y los alimentos procesados, en los que se debe tener presente no sólo la eliminación de barreras arancelarias, sino también la cancelación de otras barreras no arancelarias, en una estrategia de mejora competitiva frente a terceros países. En el marco del ALCA y de las negociaciones de TLC bilaterales, como el que se encuentra en marcha con los Estados Unidos, es importante tener en cuenta estos datos al momento de las negociaciones comerciales, junto con los programas de incentivación productiva implementados.

En conclusión, la evolución de la competitividad de los países andinos durante los años noventa y principios del siglo XXI da cuenta de la necesidad de implementar una política de desarrollo productivo que busque mayores encadenamientos entre los sectores exitosos y el resto del aparato productivo y, al mismo tiempo, fomente un mayor apoyo a las pequeñas y medianas empresas. Esta política deberá de tomar en cuenta los cambios en la dinámica del mercado internacional y, por lo tanto, incentivar las políticas educativas de largo plazo. En síntesis, se busca la implementación de una estrategia competitiva sistémica.

En el ámbito de inserción en los mercados internacionales, es posible fomentar una estrategia comercial que permita el fortalecimiento de sus empresas nacientes en mercados menos exigentes que los países industrializados, y posteriormente incursionar en mercados más competitivos a nivel mundial. En este sentido, el ALCA, en un enfoque de regionalismo abierto, podría representar una oportunidad para llevar a cabo esta estrategia, siempre y cuando su enfoque no sea exclusivamente a un solo mercado.

Bibliografía

- Ballester, Florencio (1998), “Promoting exports, foreign trade or the international competitiveness of production?: The role of international development banks”, *Integration & Trade*, INTAL, Vol. 2, Argentina, enero-agosto, pp. 45-70.
- Barrios, Raúl (2003), “Bolivia y el ALCA: El debate sobre la integración hemisférica”, *Estudios sobre el ALCA*, Friedrich Ebert Stiftung, Santiago de Chile, marzo.
- Benavente, José Miguel (2001), “Exportaciones de manufacturas de América Latina: ¿Desarme unilateral o integración regional?” (LC/L.15323-P), *Serie Macroeconomía del Desarrollo*, N° 3, CEPAL, Santiago de Chile.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo) (2001), *Competitividad: el motor del crecimiento*, Washington, IDB Bookstore.
- BID-INTAL (Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe) (2003), “Impactos de la situación económica y del 11 de septiembre de las llegadas turísticas internacionales del 2001”, Argentina (www.acs.aec.org/sep_11_Impact_Tourism_arrivals_sp1.doc).
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2003a), *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 2002* (LC/G.2226-P), Santiago de Chile, marzo.
- ___ (2003b), *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe 2001-2002* (LC/G.2189-P), Santiago de Chile, marzo.
- ___ (2002), *Globalización y desarrollo* (LC/G.2157 SES.29/3), Vigésimo período de sesiones, del 6 al 10 de mayo de 2002, Brasilia.
- ___ (1999), *Nuevas políticas comerciales en América Latina y Asia. Algunos casos nacionales* (LC/G.2053-P), Santiago de Chile.
- ___ (1998), *América Latina y el Caribe. Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial*, Chile, FCE, 2da edición.

- Cernat, Lucian (2003), *Assessing South-South Regional Integration: Same Issues, Many Metrics*, Policy Issues in International Trade Commodities, Study Series N° 21, UNCTAD, Nueva York y Ginebra.
- Comunidad Andina, Secretaría General (www.comunidadandina.org).
- Cordero, Martha (2001), “La presencia de las empresas transnacionales en los actuales procesos de integración latinoamericanos”, tesis de maestría, UNAM, México.
- Córdoba Zuloaga, Jaime (1997), *Integración andina en perspectiva, Su importancia en la era de la economía internacional globalizada*, Lima, mayo.
- Doryan, Eduardo y George Malick (1993), “La Competitividad de Centroamérica y el Pacto Andino”, *Revista INCAE*, Vol. VII, N° 1, INCAE, Costa Rica.
- Drucker, Peter (1994), *La sociedad postcapitalista*, Norma, ed., Colombia.
- Dunning, John H. y Alison McKaig-Berliner (2002), “The geographical sources of competitiveness: the professional business services industry”, *Transnational Corporations*, Vol. 11, N° 3, UNCTAD, diciembre.
- Echavarría S., Juan José (1998), “Flujos comerciales en los países andinos: ¿liberalización o preferencias regionales?”, *Coyuntura Económica*, Internet (www.netamericas.net/Researchpapers/Documents/Echavarría/Echav1.pdf).
- EIU (Economic Intelligence Unit) (2003a), *Bolivia, Country Profile 2002*, Reino Unido (www.eiu.com).
- (2003b), *Ecuador, Country Profile 2002*, Reino Unido (www.eiu.com).
- (2003c), *Venezuela, Country Profile 2002*, Reino Unido (www.eiu.com).
- (2002), *Peru, Country Profile 2002*, Reino Unido (www.eiu.com).
- (2002), *Colombia, Country Profile 2002*, Reino Unido (www.eiu.com).
- Equipo PAC (s/f), *Competitividad Andina*, Programa Andino de Competitividad, CAF, Caracas, Venezuela, diciembre.
- Esser, Klaus y otros (1996), “Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política”, *Revista de la CEPAL*, N° 59, Santiago de Chile, agosto.
- Ffrench-Davis, Ricardo y Ernesto Tironi (comp.) (1981), *Hacia un nuevo orden económico internacional. Temas prioritarios para América Latina*, México, FCE.
- Fischer, Bernhard (1998), “Globalization and regional bloc competitiveness”, *Intereconomics, Review of International Trade and Development*, Vol. 33, Hamburg Institute for Economic Research (HWWA), Hamburgo, julio-agosto.
- Gaudet, Louis-Frédéric y Carolina Carolina (2002), *La communauté andine, structure institutionnelle et stratégie économique*, Chaire Raoul-Dandurand et études stratégiques et Diplomatiques, Vol. 4, N° 2, Canadá, mayo.
- Granados, Jaime (2003), “Zonas francas y otros regímenes especiales en un contexto de negociaciones comerciales multilaterales y regionales”, documento de divulgación 20.
- IMD (Institute for the Management Development) (2004), *World Competitiveness Yearbook* (www01.imd.ch/wcy).
- IRELA (Instituto de Relaciones Europeo-Latinoamericanas) (1995), *Las relaciones entre el GRAN y el MERCOSUR: ¿Hacia un espacio económico integrado en América del Sur?*, Informe de Conferencia, N° 3/95, Institute For European-Latin America Relations, Madrid, junio.
- Katz, Jorge (2000), “Cambios estructurales y productividad en la industria latinoamericana, 1970-1996”, *Revista de CEPAL*, N° 71, Santiago de Chile, agosto, pp. 65-84.
- Lachaal, L. (2001), *La compétitivité: concepts, définitions et applications*, Institut National de la Recherche Agronomique de Tunis (INRAT), Túnez.
- Lasso Tiscareño, Rigoberto (2002), “Dimensiones de la globalización. Algunos avances teóricos generales”, *Momento Económico* N° 124, UNAM, México, noviembre-diciembre.
- Lobo de Delgado, Eva Lina (s/f), “La Integración subregional andina: una estrategia frente al nuevo orden económico internacional”, *Revista Economía*, Universidad de los Andes (ies.fares.ula.ve/revista.html).
- Lohbauer, Christian y José Alberto Pérez-Toro (2002), “La preparación del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA): Desafíos y estrategias desde las perspectivas del Brasil y de la Comunidad Andina”, *Europa y América, Análisis e Informaciones*, N° 10, Fundación Honrad Adenauer, Brasil, diciembre.
- López Cardan Ripol, Carlos (2003), *Redes empresariales, Experiencia en la región andina*, Cooperazione Italiana, Minka, Perú.
- Macario, Carla (2000), *Export Growth in Latin America*, London, Lynne Rienner Publishers.
- Máttar, Jorge (2000), “Taller Desarrollo de la competitividad sistémica”, Tegucigalpa, 3 de noviembre.
- (1998), “Promoción de las Exportaciones en México”, *Integración y Comercio*, año 2, N° 4/5, Argentina, INTAL, enero-agosto, pp.195-236.

- ___ (1996), “Desempeño exportador y competitividad internacional: algunos ejercicios CAN para México”, *Comercio Exterior*, Bancomext, México, marzo.
- Messner, Dirk (1998), *Latinoamérica hacia la economía mundial: Condiciones para el desarrollo de la competitividad sistémica*, Materiales de Trabajo, N° 5, Friedrich Ebert Stiftung, México.
- Mortimore, Michael y Wilson Peres (2001), “La competitividad empresarial en América Latina y el Caribe”, en *Revista de la CEPAL*, Chile, agosto.
- Mortimore, Michael, José Luis Bonifaz y Jorge Leonardo Duarte de Oliveira (1997), “La competitividad internacional: un CANálisis de las experiencias de Asia en Desarrollo y América Latina”, *Serie Desarrollo Productivo*, N° 40, Santiago de Chile.
- Müller, Geraldo (1995), “El caleidoscopio de la competitividad”, *Revista de la CEPAL*, N° 56, CEPAL, Santiago de Chile, agosto.
- Observatorio de Competitividad (s/f), *Perfil de mercado: Comunidad Andina de Naciones CAN*, Módulo de Inteligencia de Mercados (www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/perfil_%20mercado_CAN.pdf).
- OMC (Organización Mundial de Comercio) (2003), *World Trade Report*, julio.
- Orellana Merlos, Carlos (2002), *Un Tratado de Libre Comercio Centroamérica-Estados Unidos*, Serie de investigación, El Salvador, Departamento de Estudios Económicos y Sociales.
- PAC (2002), *Competitividad Andina*, Programa Andino de Competitividad, Caracas, diciembre.
- Peres, Wilson (1994), “Políticas de competitividad”, *Revista de la CEPAL*, N° 53, Santiago de Chile, agosto.
- Poter, Michel E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Nueva York, The Free Press.
- ___ (1979), *On Competition*, Harvard Business Review Book, Boston, MA.
- Prokopenko, Joseph (1998), “Globalización, competitividad y estrategias de productividad”, *Boletín cintefor*, N° 143, mayo-agosto.
- Roel Pineda, Virgilio (s/f), “Globalización y países andinos”, *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, Año V, N° 16, UNMSM, Internet. Sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualData/publicaciones/economia/17/pdf/global_pais_andino.pdf
- Rosales, Osvaldo (1994), “Política industrial y fomento de la competitividad”, *Revista de la CEPAL*, N° 53, Santiago de Chile, pp. 59-79.
- Scandizzo, Stefania (s/f), *Comercio de mercancías en América Latina y barreras comerciales en los Estados Unidos*, CAF, Internet.
- Stallings, Bárbara y Wilson Peres (2000), *Crecimiento, empleo y equidad. El impacto de las reformas económicas en América Latina y el Caribe*, Chile, FCE, CEPAL.
- Torres Armas, William G. (1998), *Bolivia reto de la integración hemisférica* (www.ibce.org.bo/Documentos/RetoALCA.pdf).
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) (2002), *Trade and Development Report, 2002* (UNCTAD/TDR/2002), Nueva York y Ginebra.
- ___ (2000a), *The Competitiveness Challenge: Transnational Corporations and Industrial Restructuring in Developing Countries*, UNCTAD/ITE/IIT/Misc.20, Nueva York y Ginebra.
- Vial, Joaquín (2001), *Inversión extranjera en los países andinos*, CID Working Papers, Center for International Development at Harvard University, junio.
- Warner, Andrew M. (2001), *Razones para el crecimiento lento y desacelerante en los países andinos*, Center for International Development at Harvard University, mayo (www.-ilo-mirror.cornell.edu/public/spanish/region/cinferior/publ/boletin/143/pdf/bol.4.pdf).
- WEF (World Economic Forum) (2004), *Global Competitiveness Report 2002-2003* (www.weforum.org).

Anexos

Anexo I

NOTAS METODOLÓGICAS ¹⁴

El objetivo de esta sección es ofrecer una breve descripción de la metodología utilizada por los *software* TradeCAN y MAGIC, explicando principalmente los conceptos y los indicadores que se obtienen.

Según esta metodología, el análisis de la situación competitiva de un país en un determinado mercado internacional se efectúa por medio de tres criterios principales:

- i) Análisis de la composición y cambio en la estructura de exportaciones de un país;
- ii) Participación de mercado —*market share*— de un determinado país en las importaciones de un grupo de bienes en el mercado internacional considerado;
- iii) Análisis de la composición y cambio en la estructura de importaciones de un mercado.

En estos programas computacionales los valores anuales son promedios móviles de tres años, considerando como “referencia de centro” el año calendario correspondiente. Por ejemplo, los valores correspondientes al año 1990 son el promedio de los años 1989, 1990 y 1991. La excepción siempre será el último año disponible en la base de datos, cuyos valores son el promedio de los dos últimos años. Al adoptar este criterio, el TradeCAN y el MAGIC buscan dar una mayor estabilidad a los indicadores, disminuyendo la influencia de sesgos producidos por años atípicos. Asimismo, esta metodología es sensible al período elegido, lo que significa que un sector considerado dinámico en el período 1985-1990 puede no serlo en el período 1990-1996.

Los principales indicadores

Adoptando el mercado de los países industrializados como ejemplo de mercado internacional, los indicadores básicos pueden ser definidos del siguiente modo:

Participación global de mercado: La participación de un país en el total de las importaciones de los países industrializados $(M_j / M) * 100$.

Participación de mercado: La participación de un país en un rubro determinado en las importaciones de los países industrializados $(M_{ij} / M_i) * 100$.

Contribución: La contribución de un rubro a las exportaciones totales de un país $(M_{ij}/M_j) * 100$.

Contribución del sector: La contribución de un rubro a las importaciones totales de los países industrializados $(M_i / M) * 100$.

Especialización: Compara la contribución con respecto a la contribución del sector; equivale al concepto de Ventaja Comparativa Revelada $(M_{ij} * M)/(M_j * M_i)$.

Participación relativa: Compara la participación de mercado de un país con respecto a otro M_{ij}/M_{ir} .

Donde:

¹⁴ Tomado y adaptado de *Desarrollo productivo* N° 62.

- M** Valor total de las importaciones
- M_j** Valor de las Importaciones originadas en el país exportador j. se supone igual al total de exportaciones desde el país exportador j al mercado importador.
- M_r** Valor de las importaciones originadas en el país exportador rival r
- M_i** Valor de las importaciones del rubro i
- M_{ij}** Valor de las importaciones del rubro i originadas en el país exportador j

Anexo II

CUADROS SOBRE COMPETITIVIDAD DE LA CAN

Cuadro II-1
BOLIVIA: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 1990-2000
(Porcentajes)

	1990	1994	1998	2000
I. Participación de las exportaciones en el mercado de los países industrializados **				
Recursos naturales ^{a b c}	0,03	0,03	0,03	0,02
Agricultura ^a	0,02	0,02	0,02	0,02
Energía ^b	0,00	0,01	0,01	0,01
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	0,20	0,21	0,17	0,14
Manufacturas ^{d e}	0,01	0,01	0,01	0,01
Basadas en recursos naturales ^d	0,06	0,07	0,04	0,04
No basadas en recursos naturales ^e	0,00	0,01	0,00	0,00
Otros ^f	0,12	0,06	0,03	0,02
II. Contribución (estructura de las exportaciones)				
Recursos naturales ^{a b c}	50,39	43,75	49,94	46,09
Agricultura ^a	17,38	15,51	21,16	18,83
Energía ^b	1,01	3,60	6,11	6,47
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	32,00	24,64	22,67	20,79
Manufacturas ^{d e}	30,50	45,89	42,54	45,13
Basadas en recursos naturales ^d	21,13	20,86	17,52	18,69
No basadas en recursos naturales ^e	0,00	0,01	0,00	0,00
Otros ^f	19,11	10,36	7,52	8,77
III. 10 Principales exportaciones por contribución				
287 Minerales de metales comunes y sus concentrados	29,30	16,81	19,16	18,60
897 Joyas y objetos de orfebrería y platería y otros	5,14	18,31	14,02	13,01
687 Estaño	16,57	17,03	11,13	9,82
057 Frutas y nueces (excluye nueces oleaginosas) frescas o secas	2,39	3,29	6,13	7,50
971 Oro no monetario	18,36	9,68	5,92	7,02
334 Productos derivados del petróleo, refinados	0,00	0,00	3,42	4,99
248 Madera trabajada simplemente y traviesas para vías férreas	6,03	7,17	5,80	4,41
071 Café y sucedáneos del café	2,65	2,16	4,44	3,67
635 Manufacturas de madera	0,11	0,61	2,07	3,31
681 Plata, platino y otros metales del grupo del platino	1,43	1,99	2,81	3,20

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Grupo de bienes basados en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI rev. 2).

** Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza.

^a Secciones 0, 1 y 4; capítulos 21, 22, 23, 24, 25 y 29.

^b Sección 3.

^c Capítulos 26, 27 y 28.

^d Capítulos 61, 63 y 68; grupos 661, 662, 663, 667 y 671.

^e Secciones 5 y 6 (menos capítulos incluidos en d/), secciones 7 y 8.

^f Sección 9.

Cuadro II-2
COLOMBIA: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 1990-2000
 (Porcentajes)

	1990	1994	1998	2000
I. Participación de las exportaciones en el mercado de los países industrializados **				
Recursos naturales ^{a b c}	0,75	0,82	1,03	0,98
Agricultura ^a	0,88	0,94	0,98	0,80
Energía ^b	0,76	0,81	1,34	1,33
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	0,07	0,04	0,04	0,04
Manufacturas ^{d e}	0,05	0,06	0,05	0,05
Basadas en recursos naturales ^d	0,31	0,32	0,21	0,23
No basadas en recursos naturales ^e	0,03	0,04	0,04	0,04
Otros ^f	0,20	0,28	0,28	0,32
II. Contribución (estructura de las exportaciones)				
Recursos naturales ^{a b c}	81,17	78,29	80,99	79,13
Agricultura ^a	47,63	49,76	41,96	31,35
Energía ^b	32,85	28,20	38,76	47,55
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	0,70	0,33	0,28	0,23
Manufacturas ^{d e}	16,66	18,37	15,46	16,20
Basadas en recursos naturales ^d	7,43	6,89	4,04	4,36
No basadas en recursos naturales ^e	9,11	11,13	11,20	11,62
Otros ^f	2,17	3,35	3,54	4,67
III. 10 Principales exportaciones por contribución				
333 Aceites de petróleo crudos, aceites crudos de minerales bituminosos	19,78	17,07	25,23	32,99
071 Café y sucedáneos del café	28,78	29,01	23,07	14,60
322 Hulla, lignito y turba	7,14	8,31	9,73	9,72
057 Frutas y nueces (excluye nueces oleaginosas) frescas o secas	7,80	8,98	8,75	7,81
292 Productos vegetales en bruto	6,17	7,18	6,34	5,29
334 Productos derivados del petróleo, refinados	5,85	2,72	3,62	4,74
931 Operaciones y mercancías especiales no clasificadas	2,15	2,48	2,83	3,86
533 Pigmentos, pinturas, barnices y materias conexas	0,01	0,02	0,79	1,87
842 Ropa exterior para hombres y niños, de tejidos	0,65	1,25	1,60	1,73
671 Arrabio, fundición especular, hierro esponjoso	2,33	1,84	1,32	1,65

Fuente: TradeCAN, 2002.

Nota: Grupo de bienes basados en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI rev. 2).

** Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza.

^a Secciones 0, 1 y 4; capítulos 21, 22, 23, 24, 25 y 29.

^b Sección 3.

^c Capítulos 26, 27 y 28.

^d Capítulos 61, 63 y 68; grupos 661, 662, 663, 667 y 671.

^e Secciones 5 y 6 (menos capítulos incluidos en d/), secciones 7 y 8.

^f Sección 9.

Cuadro II-3
ECUADOR: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 1990-2000
 (Porcentajes)

	1990	1994	1998	2000
I. Participación de las exportaciones en el mercado de los países industrializados **				
Recursos naturales ^{a b c}	0,38	0,46	0,49	0,43
Agricultura ^a	0,56	0,63	0,73	0,62
Energía ^b	0,24	0,29	0,23	0,27
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	0,03	0,03	0,03	0,03
Manufacturas ^{d e}	0,00	0,01	0,01	0,01
Basadas en recursos naturales ^d	0,02	0,02	0,02	0,02
No basadas en recursos naturales ^e	0,00	0,01	0,01	0,00
Otros ^f	0,02	0,06	0,05	0,04
II. Contribución (estructura de las exportaciones)				
Recursos naturales ^{a b c}	96,49	94,63	94,07	93,49
Agricultura ^a	71,10	72,39	77,12	66,31
Energía ^b	24,76	21,75	16,45	26,73
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	0,62	0,50	0,49	0,46
Manufacturas ^{d e}	2,94	3,85	4,45	4,77
Basadas en recursos naturales ^d	0,90	0,80	1,02	1,11
No basadas en recursos naturales ^e	1,95	3,00	3,40	3,62
Otros ^f	0,58	1,53	1,49	1,74
III. 10 Principales exportaciones por contribución				
057 Frutas y nueces (excluye nueces oleaginosas) frescas o secas	33,27	28,61	29,94	27,99
333 Aceites de petróleo crudos, aceites crudos de minerales bituminosos	20,65	20,50	15,02	23,53
036 Crustáceos y moluscos pelados o sin pelar	20,34	22,00	23,45	14,73
292 Productos vegetales en bruto	0,74	2,18	5,26	5,61
037 Pescados, crustáceos y moluscos, preparados o en conserva	0,67	2,47	4,90	5,53
334 Productos derivados del petróleo, refinados	4,11	1,25	1,41	3,15
034 Pescado fresco (vivo o muerto), refrigerado o congelado	2,77	2,75	3,02	2,82
072 Cacao	5,19	3,67	2,83	2,45
058 Frutas en conserva y preparados de frutas	0,49	0,78	1,71	1,95
071 Café y sucedáneos del café	5,52	7,63	2,86	1,89

Fuente: TradeCAN, 2002.

Nota: Grupo de bienes basados en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI rev. 2).

** Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza.

^a Secciones 0, 1 y 4; capítulos 21, 22, 23, 24, 25 y 29.

^b Sección 3.

^c Capítulos 26, 27 y 28.

^d Capítulos 61, 63 y 68; grupos 661, 662, 663, 667 y 671.

^e Secciones 5 y 6 (menos capítulos incluidos en d/), secciones 7 y 8.

^f Sección 9.

Cuadro II-4
PERÚ: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 1990-2000
 (Porcentajes)

	1990	1994	1998	2000
I. Participación de las exportaciones en el mercado de los países industrializados **				
Recursos naturales ^{a b c}	0,22	0,25	0,27	0,22
Agricultura ^a	0,18	0,26	0,30	0,29
Energía ^b	0,07	0,09	0,10	0,05
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	1,06	0,84	0,88	0,77
Manufacturas ^{d e}	0,06	0,05	0,06	0,06
Basadas en recursos naturales ^d	0,54	0,44	0,51	0,57
No basadas en recursos naturales ^e	0,03	0,02	0,03	0,02
Otros ^f	0,12	0,07	0,28	0,18
II. Contribución (estructura de las exportaciones)				
Recursos naturales ^{a b c}	52,20	57,64	50,12	45,83
Agricultura ^a	21,05	33,46	30,36	29,71
Energía ^b	6,64	7,51	6,61	4,75
Fibras textiles, minerales y menas de metal ^c	24,50	16,67	13,16	11,37
Manufacturas ^{d e}	45,06	40,20	41,62	47,16
Basadas en recursos naturales ^d	27,58	23,16	23,07	28,28
No basadas en recursos naturales ^e	16,79	16,96	18,47	18,77
Otros ^f	2,74	2,15	8,26	7,01
III. 10 Principales exportaciones por contribución				
682 Cobre	20,27	16,81	14,45	17,12
287 Minerales de metales comunes y sus concentrados	19,95	14,26	10,56	9,17
081 Piensos para animales (excepto cereales sin moler)	6,20	11,05	6,82	7,41
071 Café y sucedáneos del café	4,87	6,26	7,96	6,76
845 Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo	1,74	3,29	4,43	6,34
971 Oro no monetario	2,27	1,44	6,84	5,20
846 Ropa interior de punto o ganchillo	1,40	2,65	4,10	4,60
681 Plata, platino y otros metales del grupo del platino	3,00	2,95	2,73	3,77
686 Zinc	2,71	1,86	2,68	3,32
054 Legumbres frescas, refrigeradas, congeladas, conservadas	0,75	1,92	2,67	3,24

Fuente: TradeCAN, 2002.

Nota: Grupo de bienes basados en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI rev. 2).

** Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza.

^a Secciones 0, 1 y 4; capítulos 21, 22, 23, 24, 25 y 29.

^b Sección 3.

^c Capítulos 26, 27 y 28.

^d Capítulos 61, 63 y 68; grupos 661, 662, 663, 667 y 671.

^e Secciones 5 y 6 (menos capítulos incluidos en d/), secciones 7 y 8.

^f Sección 9.

Cuadro II-5
VENEZUELA: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 1990-2000
 (Porcentajes)

	1990	1994	1998	2000
I. Participación de las exportaciones en el mercado de los países industrializados **				
Recursos naturales^{a b c}	1,69	1,57	1,81	2,10
Agricultura^a	0,08	0,07	0,09	0,11
Energía^b	3,89	4,03	4,56	4,45
Fibras textiles, minerales y menas de metal^c	0,89	0,82	0,90	0,95
Manufacturas^{d e}	0,08	0,08	0,07	0,07
Basadas en recursos naturales^d	0,67	0,59	0,55	0,51
No basadas en recursos naturales^e	0,03	0,04	0,04	0,04
Otros^f	0,11	0,11	0,09	0,10
II. Contribución (estructura de las exportaciones)				
Recursos naturales^{a b c}	86,98	85,29	85,63	88,15
Agricultura^a	2,04	1,95	2,45	2,21
Energía^b	80,40	79,56	79,75	83,13
Fibras textiles, minerales y menas de metal^c	4,54	3,79	3,44	2,82
Manufacturas^{d e}	12,46	13,94	13,71	11,06
Basadas en recursos naturales^d	7,59	7,26	6,45	5,10
No basadas en recursos naturales^e	4,44	6,36	6,99	5,79
Otros^f	0,56	0,77	0,66	0,79
III. 10 Principales exportaciones por contribución				
333 Aceites de petróleo crudos, aceites crudos de minerales bituminosos	46,92	54,60	55,81	60,38
334 Productos derivados del petróleo, refinados	31,92	22,22	21,01	20,25
684 Aluminio	5,76	5,03	3,96	3,04
278 Otros minerales en bruto	0,93	1,10	1,53	1,49
322 Hulla, lignito y turba	0,83	1,58	1,35	1,16
671 Arrabio, fundición especular, hierro esponjoso	0,62	1,28	1,32	1,10
784 Partes y accesorios de vehículos automotores	0,43	0,86	1,11	1,02
335 Productos residuales derivados del petróleo y productos conexos	0,32	0,81	0,98	0,98
281 Mineral de hierro y sus concentrados	2,91	2,03	1,26	0,89
036 Crustáceos y moluscos pelados o sin pelar	0,49	0,47	0,71	0,84

Fuente: TradeCAN, 2002.

Nota: Grupo de bienes basados en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI rev. 2).

** Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza.

^a Secciones 0, 1 y 4; capítulos 21, 22, 23, 24, 25 y 29.

^b Sección 3.

^c Capítulos 26, 27 y 28.

^d Capítulos 61, 63 y 68; grupos 661, 662, 663, 667 y 671.

^e Secciones 5 y 6 (menos capítulos incluidos en d/), secciones 7 y 8.

^f Sección 9.

Cuadro II-6

COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS NACIENTES A PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
9310	Operaciones y mercancías especiales	0,46	0,50	0,89	1,78
8462	Ropa interior, de punto o ganchillo, de algodón	0,73	1,17	0,22	0,67
8451	Jerseys/suéteres/conjuntos/chalecos y similares	0,30	0,81	0,19	0,58
7849	Otras partes y accesorios, n.e.p.	0,09	0,18	0,23	0,54
5334	Barnices y lacas; pinturas al temple	0,04	3,59	0,01	0,51
6713	Polvos, granallas o esponja	9,38	19,09	0,19	0,49
5161	Éteres, peróxidos de alcoholes y de éteres	1,68	3,25	0,18	0,41
8423	Pantalones y prendas análogas p/ hombres y niños	0,37	0,83	0,13	0,35
8459	Ropa exterior de vestir de otro tipo	0,27	0,82	0,09	0,33
5233	Sales de ácidos metálicos	0,00	2,79	0,00	0,15

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-7

COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS MENGUANTES A PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3330	Petróleo crudo	4,96	7,36	31,37	42,69
3222	Otras variedades de hulla	3,35	9,44	2,06	3,06
2927	Flores y follaje, cortados	11,14	16,13	1,66	2,00
9710	Oro no monetario (excepto minerales y concentrados de oro)	1,04	2,67	0,58	0,87
0371	Pescado preparado o en conserva, n.e.p.	0,98	5,62	0,15	0,78
0814	Harinas de carne, o pescados	16,30	25,39	0,76	0,78
2789	Minerales en bruto, n.e.p.	8,07	16,80	0,49	0,77
3343	Gasóleos (gas oil)	0,41	2,12	0,17	0,64
3354	Betún, coque de petróleo	2,02	7,53	0,18	0,51
6612	Cementos	5,11	6,36	0,41	0,48

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-8

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES OPORTUNIDADES
PERDIDAS A PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
8439	Ropa exterior para mujeres, niñas y bebés	0,49	0,34	0,27	0,21
2890	Minerales de metales preciosos y sus concentrados (excluye oro)	2,76	1,07	0,18	0,10
5839	Otros productos de polimerización y copolimerización	0,27	0,21	0,10	0,09
7731	Hilos, trenzas, cables	0,28	0,13	0,12	0,09
8310	Bolsas, maletines, maletas, etc	0,40	0,23	0,13	0,09
8122	Artículos sanitarios de cerámicas: lavados/inodoros/bañeras o artefactos similares	2,37	1,59	0,06	0,05
6672	Diamantes en bruto, tallados sin engarce	0,17	0,04	0,17	0,04
6974	Utensilios domésticos y sus partes, de metales comunes	0,22	0,20	0,03	0,02
7144	Motores de reacción	0,14	0,07	0,03	0,02
0481	Granos de cereales (“preparados alimenticios para el desayuno”)	0,74	0,56	0,02	0,02

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-9

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES RETIRADAS
A PAÍSES INDUSTRIALIZADOS, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3341	Gasolina y productos ligeros	10,91	8,72	7,71	6,37
0573	Plátanos (incluso verde)	30,33	34,28	5,41	4,90
0711	Café sin tostar o tostado, con o sin cafeína	22,18	17,33	8,08	4,66
3344	Combustóleos (fuel oil), n.e.p.	11,27	7,46	5,96	3,84
0360	Crustáceos y moluscos pelados o no, frescos, refrigerados o congelados	5,65	5,38	2,83	2,39
6821	Cobre y sus aleaciones, refinados y sin refinar, en bruto	5,58	7,91	2,29	1,74
3342	Keroseno y productos medios	24,17	8,24	5,12	1,49
6841	Aluminio y sus aleaciones, en bruto	4,37	2,70	2,50	1,28
2875	Minerales de zinc y sus concentrados	15,53	17,10	1,43	0,77
6716	Ferroaleaciones	2,96	3,68	0,70	0,51

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-10
BOLIVIA: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Desagregación a 4 dígitos, porcentajes)

Código	Descripción	Contribución en exportaciones totales de Bolivia a los Estados Unidos		Participación en el mercado de los Estados Unidos	
		2003	1990	2003	1990
7113	Artículos de joyería	28,61	8,66	0,83	0,76
8001	Estaño en bruto	14,50	27,12	14,70	21,73
0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de cajú, frescos o secos	7,37	2,73	2,96	2,02
4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada	6,23	8,77	0,19	0,67
4418	Obras y piezas de carpintería para construcciones	6,03	0,01	0,59	0,01
6105	Camisas de punto para hombres o niños	5,84	0,00	0,62	0,00
6110	Suéteres, <i>jerseys</i> , <i>pullovers</i> , <i>cardigans</i> , chalecos y artículos similares	5,48	1,20	0,08	0,06
9801	Importación de muestras y muestrarios	3,91	1,54	0,02	0,03
6109	Camisetas de punto	3,63	0,52	0,19	0,18
9401	Asientos (excepto los de la partida N° 9402), incluso los transformables en cama, y sus partes	2,35	0,01	0,04	0,00
	Porcentaje en el total de las exportaciones a los Estados Unidos	83,95	50,56		

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-11
BOLIVIA: PRINCIPALES PRODUCTOS Y SUS ARANCELES, 2003

Código	Descripción	% de Bolivia en las importaciones totales del producto	Tasa arancelaria	Arancel recaudado por los Estados Unidos (dólares)
7113	Artículos de joyería	0,83	0,01	7 068
8001	Estaño en bruto	14,7	0,00	0
0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de cajú, frescos o secos	2,96	0,00	0
4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada	0,19	0,00	0
4418	Obras y piezas de carpintería para construcciones	0,59	0,02	2 435
6105	Camisas de punto para hombres o niños	0,62	0,01	1 611
6110	Suéteres, <i>jerseys</i> , <i>pullovers</i> , <i>cardigans</i> , chalecos y artículos similares	0,08	0,44	44 398
9801	Importación de muestras y muestrarios	0,02	0,00	0
6109	Camisetas de punto	0,19	5,99	401 726
9401	Asientos (excepto los de la partida N° 9402), incluso los transformables en cama, y sus partes	0,04	0,00	0
	Total impuestos pagados			457 238

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-12

COLOMBIA: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Desagregación a 4 dígitos, porcentajes)

Código	Descripción	Contribución en exportaciones totales de Colombia a los Estados Unidos		Participación en el mercado de los Estados Unidos	
		2003	1990	2003	1990
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	35,07	41,00	2,02	2,97
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos	8,19	11,58	1,96	2,26
7108	Oro (incluido el oro platinado, en bruto), semilabrado o en polvo	7,34	0,02	16,77	0,07
2701	Hullas; friquetas, ovoides y combustibles sólidos similares	6,89	1,66	56,43	60,68
0901	Café incluso tostado o descafeinado	5,72	9,88	20,56	17,31
0603	Flores y capullos, cortados, para ramos o para adornos	5,38	5,59	56,23	75,68
9999	Objetos recuperados estimados en un bajo valor de importación	4,46	2,61	2,02	2,40
6203	Productos férreos obtenidos por reducción directa de minerales de hierro	2,99	0,72	2,46	0,90
0803	Bananas o plátanos, frescos o secos	2,57	4,07	14,75	14,02
6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos) (excepto los trajes de punto)	1,58	2,15	0,91	1,66
	Porcentaje en el total de las exportaciones a los Estados Unidos	80,19	79,27		

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-13

COLOMBIA: PRINCIPALES PRODUCTOS Y SUS ARANCELES, 2003

Código	Descripción	% de Colombia en las importaciones totales del producto	Tasa arancelaria	Arancel recaudado por los Estados Unidos (dólares)
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	2,20	0,00	26 720
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos	1,96	0,09	466 081
7108	Oro (incluido el oro platinado, en bruto), semilabrado o en polvo	16,77	0,00	0
2701	Hullas; friquetas, ovoides y combustibles sólidos similares	56,43	0,00	0
0901	Café incluso tostado o descafeinado	20,56	0,00	0
0603	Flores y capullos, cortados, para ramos o para adornos	56,23	2,94	6 877
9999	Objetos recuperados estimados en un bajo valor de importación	2,02	0,00	0
6203	Productos férreos obtenidos por reducción directa de minerales de hierro	2,46	0,06	105 091
0803	Bananas o plátanos, frescos o secos	14,75	0	0
6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos) (excepto los trajes de punto)	0,91	0,04	36 873
	Total impuestos pagados			641 642

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-14

ECUADOR: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003*(Desagregación a 4 dígitos, porcentajes)*

Código	Descripción	Contribución en exportaciones totales de Ecuador a los Estados Unidos		Participación en el mercado de los Estados Unidos	
		2003	1990	2003	1990
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	51,19	29,60	1,37	0,93
0803	Bananas o plátanos, frescos o secos	10,07	22,33	24,59	33,36
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados	7,64	21,18	4,50	14,75
1604	Preparaciones y conservas de pescado	5,50	0,86	17,30	2,26
0603	Flores y capullos, cortados, para ramos o para adornos	3,89	0,47	17,31	2,78
0304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada)	2,74	0,50	3,51	0,58
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos	2,72	6,87	0,28	0,58
9999	Salvamento, estimado de bajo valor	1,66	0,26	0,32	0,10
9801	Exportaciones de artículos importados para reparación	1,62	0,33	6,14	0,04
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo tostado	1,57	3,33	12,22	12,51
	Porcentaje en el total de las exportaciones a los Estados Unidos	88,61	85,73		

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-15

ECUADOR: PRINCIPALES PRODUCTOS Y SUS ARANCELES, 2003

Código	Descripción	% de Ecuador en las importaciones totales del producto	Tasa arancelaria	Arancel recaudado por los Estados Unidos (dólares)
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	1,37	0,00	0
0803	Bananas o plátanos, frescos o secos	24,59	0,00	269
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados	4,50	0,00	161
1604	Preparaciones y conservas de pescado	17,30	0,01	21 714
0603	Flores y capullos, cortados, para ramos o para adornos	17,31	0,02	22 656
0304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada)	3,51	0,00	0
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos	0,28	0,02	13 840
9999	Salvamento, estimado de bajo valor	0,32	0,00	0
9801	Exportaciones de artículos importados para reparación	0,14	0,00	0
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo tostado	6,14	0,00	0
	Total impuestos pagados			58 640

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-16
PERÚ: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003
(Desagregación a 4 dígitos, porcentajes)

Código	Descripción	Contribución en exportaciones totales de Perú a los Estados Unidos		Participación en el mercado de los Estados Unidos	
		2003	1990	2003	1990
7403	Cobre refinado y aleaciones de cobre, en bruto	17,75	1,16	34,76	1,27
7108	Oro (incluido el oro platinado, en bruto), semilabrado o en polvo	14,19	7,10	12,21	6,53
6110	Suéteres, <i>jerseys, pullovers, cardigans</i>	8,63	2,76	1,74	0,53
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos	5,72	18,39	0,51	0,91
6105	Camisas de punto para hombres o niños	4,73	1,02	6,53	1,60
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	4,60	1,21	0,11	0,02
8001	Estaño en bruto	4,04	0,00	53,40	0,00
7106	Plata, incluida la plata dorada y la platinada, en bruto, semilabrada o en polvo	3,70	5,06	11,20	9,04
0709	Las demás hortalizas frescas o refrigeradas	3,28	0,32	7,34	0,91
6109	Camisetas de punto	3,08	0,51	2,08	0,71
	Porcentaje en el total de las exportaciones a los Estados Unidos	69,72	37,53		

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-17
PERÚ: PRINCIPALES PRODUCTOS Y SUS ARANCELES, 2003

Código	Descripción	% de Perú en las importaciones totales del producto	Tasa arancelaria	Arancel recaudado por los Estados Unidos (dólares)
7403	Cobre refinado y aleaciones de cobre, en bruto	34,76	0,02	65 483
7108	Oro (incluido el oro platinado, en bruto), semilabrado o en polvo	12,21	0,00	783
6110	Suéteres, <i>jerseys, pullovers, cardigans</i>	1,74	0,02	47 605
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos	0,51	0,17	232 514
6105	Camisas de punto para hombres o niños	6,53	0,02	21 059
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	0,11	0,00	0
8001	Estaño en bruto	53,4	0,00	0
7106	Plata, incluida la plata dorada y la platinada, en bruto, semilabrada o en polvo	11,12	0,48	428 479
0709	Las demás hortalizas frescas o refrigeradas	7,34	0,01	6 178
6109	Camisetas de punto	2,08	1,49	1 106 735
	Total impuestos pagados			1 908 836

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-18

VENEZUELA: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2003

(Desagregación a 4 dígitos, porcentajes)

Código	Descripción	Contribución en exportaciones totales de Venezuela a los Estados Unidos		Participación en el mercado de los Estados Unidos	
		2003	1990	2003	1990
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	74,03	51,21	12,48	11,03
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos	13,58	37,28	8,71	21,64
7601	Aluminio en bruto	1,51	1,41	5,85	8,19
7203	Productos férricos obtenidos por reducción directa de minerales de hierro y demás productos férricos esponjosos	1,13	0,30	79,54	68,78
2905	Alcoholes acíclicos y sus derivados halogenados, sulfonados, nitratos o nitrosados	1,03	0,00	12,05	0,00
8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05	0,93	0,52	0,49	0,32
2701	Hullas; friquetas, ovoides y combustibles sólidos similares, obtenidos de la hulla	0,91	0,12	20,03	12,57
2713	Coque de petróleo, betún de petróleo y demás residuos de los aceites de petróleo o de minerales bituminosos	0,73	0,00	29,03	0,08
2909	Éteres, éteres-alcohol, peróxido de éter, peróxidos de cetonas	0,68	0,00	10,82	0,00
2711	Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos	0,58	0,11	0,43	0,33
	Porcentaje en el total de las exportaciones a los Estados Unidos	95,12	90,95		

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-19

VENEZUELA: PRINCIPALES PRODUCTOS Y SUS ARANCELES, 2003

Código	Descripción	% de Venezuela en las importaciones totales del producto	Tasa arancelaria	Arancel recaudado por los Estados Unidos (dólares)
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	12,48	0,00	0
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, excepto los aceites crudos	8,71	0,01	278 640
7601	Aluminio en bruto	5,85	0,00	688
7203	Productos férricos obtenidos por reducción directa de minerales de hierro y demás productos férricos esponjosos	79,54	0,00	0
2905	Alcoholes acíclicos y sus derivados halogenados, sulfonados, nitratos o	12,05	0,00	8 143
8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05	0,49	0,01	8 923
2701	Hullas; friquetas, ovoides y combustibles sólidos similares, obtenidos de la hulla	20,03	0,00	0

Cuadro II-19 (Conclusión)

Código	Descripción	% de Venezuela en las importaciones totales del producto	Tasa arancelaria	Arancel recaudado por los Estados Unidos (dólares)
2713	Coque de petróleo, betún de petróleo y demás residuos de los aceites de petróleo o	29,03	0,00	0
2909	Éteres, éteres-alcohol, peróxido de éter, peróxidos de cetonas	10,82	3,58	4 164 145
2711	Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos	0,43	0,00	0
	Total impuestos pagados			4 460 539

Fuente: CEPAL, MAGIC.

Cuadro II-20
COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS
NACIENTES A NORTEAMÉRICA, 1990-2000
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de Mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
9310	Operaciones y mercancías especiales no clasificadas por su naturaleza	0,87	1,20	1,01	2,27
3343	Gasóleos	5,99	15,35	0,07	0,83
6841	Aluminio y sus aleaciones, en bruto	5,53	4,37	0,67	0,71
8462	Ropa interior, de punto o ganchillo de algodón	1,91	2,45	0,16	0,70
5334	Barnices y lacas; pinturas de temple	0,28	14,44	0,01	0,66
8451	Jerséis/suéteres/conjuntos/chalecos y similares	0,66	1,68	0,21	0,66
5161	Éteres, peróxidos de alcoholes y de éteres	13,19	8,43	0,25	0,53
3354	Betún, coque de petróleo y mezclas bituminosas	9,92	23,59	0,16	0,50
6713	Polvos, granallas o esponja	31,06	40,92	0,23	0,49
8459	Ropa exterior de vestir de otro tipo, de punto o ganchillo	0,84	1,95	0,13	0,39

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-21

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS
MENGUANTES A NORTEAMÉRICA, 1990-2000**

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3330	Petróleo crudo	13,14	18,35	33,39	52,14
2927	Flores y follaje, cortados	54,66	63,41	1,81	1,92
6821	Cobre y sus aleaciones, refinados y sin refinar, en bruto	3,52	20,46	0,27	1,67
9710	Oro no monetario (excepto minerales y concentrados de oro)	5,65	8,48	0,78	1,08
3222	Otras variedades de hulla	12,55	30,70	0,49	1,04
7849	Otras partes y accesorios, n.e.p.	0,20	0,42	0,34	0,69
5121	Alcoholes acíclicos	0,30	7,12	0,01	0,38
371	Pescado preparado o en conserva, n.e.p.	2,83	11,92	0,13	0,36
6861	Zinc y sus aleaciones, en bruto	4,13	6,78	0,27	0,28
545	Otras legumbres frescas o refrigeradas	0,49	3,61	0,03	0,26

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-22

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES OPORTUNIDADES
PERDIDAS A NORTEAMÉRICA, 1990-2000**

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
6612	Cementos	16,06	11,38	0,60	0,54
8439	Ropa exterior de otro tipo para mujeres, niñas y bebés	1,41	0,77	0,38	0,26
7731	Hilos, trenzas, cables	0,75	0,31	0,17	0,11
5839	Otros productos de polimerización y copolimerización	1,73	0,97	0,15	0,11
8122	Artículos sanitarios de cerámicas: lavados/inodoros/bañeras	13,22	5,35	0,09	0,07
6584	Ropa de cama, mantelería, toallas, cortinas	1,51	0,81	0,08	0,07
8960	Obras de arte, piezas de colección y antigüedades	0,46	0,29	0,07	0,06
8939	Artículos diversos de materias plásticas	0,24	0,17	0,06	0,05
6732	Barras y varillas (excepto para trefilar)	1,62	0,52	0,07	0,03
481	Granos de cereales (alimenticios para el desayuno)	4,66	2,44	0,03	0,03

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-23

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES RETIRADAS
A NORTEAMÉRICA, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3341	Gasolina y productos ligeros	27,65	23,66	11,22	8,15
3344	Combustóleos	25,55	18,54	8,34	4,71
711	Café sin tostar o tostado, con o sin cafeína	27,76	22,59	3,87	2,55
573	Plátanos	49,71	47,28	4,32	2,47
360	Crustáceos y moluscos pelados o no	16,65	9,92	3,00	1,84
3342	Keroseno y productos medios	36,43	21,62	7,50	1,51
8973	Joyas de oro, plata y artículos de orfebrería y platería	4,90	3,04	0,89	0,63
2789	Minerales en bruto	37,12	28,85	0,72	0,44
6871	Estaño y sus aleaciones, en bruto	19,20	35,20	0,38	0,37
6673	Otras piedras preciosas/semipreciosas en bruto	12,30	9,20	0,44	0,24

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-24

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS
NACIENTES A AMÉRICA EN DESARROLLO, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3343	Gasóleos (gas oil)	20,79	23,53	3,89	6,47
3345	Aceites lubricantes	12,13	23,62	1,03	2,81
3413	Gases de petróleo en estado líquido	11,33	12,45	1,43	2,39
5417	Medicamentos (incluso medicamentos veterinarios)	1,87	5,51	0,35	2,08
3342	Keroseno y productos medios	19,95	43,06	0,81	2,08
7810	Automóviles para pasajeros	0,15	1,86	0,07	1,43
6841	Aluminio y sus aleaciones, en bruto	36,81	32,88	1,28	1,39
5834	Cloruro de polivinilo	15,89	15,93	0,79	0,96
5831	Polietileno	3,55	5,80	0,38	0,93
6251	Neumáticos para automóviles	2,94	10,83	0,12	0,64

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-25

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS
MENGUANTES A AMÉRICA EN DESARROLLO, 1990-2000**

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
0813	Tortas de semillas oleaginosas	6,78	24,09	0,45	1,33
0573	Plátanos (incluso verdes)	59,16	81,14	0,70	1,03
0371	Pescado preparado o en conserva, n.e.p.	39,31	48,75	0,93	1,02
8921	Libros, folletos, mapas y esferas impresos	5,38	9,25	0,46	0,81
4232	Aceite de soya	1,56	15,57	0,09	0,62
5912	Fungicidas para venta al por menor	8,60	18,29	0,24	0,61
6731	Varillas para trefilar de hierro o acero	13,25	20,81	0,43	0,50
6415	Papel y cartón, en rollos o en hojas, n.e.p.	3,11	6,48	0,26	0,45
2222	Soya	2,09	4,38	0,22	0,44
6931	Alambre retorcido, cables, cordajes, cordones, trenzas	8,56	18,49	0,23	0,43

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-26

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES OPORTUNIDADES
PERDIDAS A AMÉRICA EN DESARROLLO, 1990-2000**

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
6842	Aluminio y sus aleaciones, labrados	6,09	4,03	0,62	0,59
5989	Productos y preparados químicos, n.e.p.	3,30	2,64	0,57	0,56
5833	Poliestireno y sus copolímeros	9,74	6,24	0,42	0,41
5823	Resinas alcídicas y otros poliésteres	14,14	4,20	0,76	0,38
6513	Hilados de algodón	31,17	11,89	0,35	0,29
7849	Otras partes y accesorios, n.e.p.	0,74	0,22	0,27	0,25
7721	Aparatos eléctricos para empalme, cortes de circuito	0,66	0,24	0,15	0,14
6114	Cueros de bovinos y equinos	2,60	1,76	0,12	0,11
6996	Artículos diversos de metales comunes	6,61	2,02	0,16	0,09
7499	Otras partes y accesorios de maquinaria, no eléctricos, n.e.p.	0,86	0,56	0,08	0,07

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-27

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES RETIRADAS
A AMÉRICA EN DESARROLLO, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3330	Petróleo crudo	16,13	37,04	26,49	24,52
3341	Gasolina y productos ligeros	14,05	5,39	4,31	1,80
6746	Planchas y chapas, sin más elaboración que laminación	11,11	16,05	1,23	1,15
3344	Combustóleos (fuel oil), n.e.p.	30,45	12,12	4,79	0,95
3222	Otras variedades de hulla	4,64	9,60	0,82	0,78
3414	Gases de petróleo en estado gaseoso	70,75	14,56	5,45	0,76
2875	Minerales de zinc y sus concentrados	61,95	86,46	0,96	0,61
6861	Zinc y sus aleaciones, en bruto	56,93	41,83	1,33	0,60
0612	Azúcar refinada	7,28	33,88	0,82	0,51
6822	Cobre y sus aleaciones, labrados	15,94	6,70	0,94	0,46

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-28

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS
NACIENTES A COMUNIDAD ANDINA, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3343	Gasóleos (gas oil)	27,21	58,26	3,32	4,60
5417	Medicamentos (incluso medicamentos veterinarios)	6,00	18,82	0,64	3,53
7810	Automóviles para pasajeros	0,38	12,46	0,17	3,41
0813	Tortas de semillas oleaginosas	10,23	40,95	1,02	3,12
5831	Polietileno	10,98	32,89	1,12	1,87
4232	Aceite de soya	3,17	27,09	0,27	1,46
6251	Neumáticos para automóviles	11,28	39,08	0,12	1,19
2222	Soya	21,34	39,08	0,68	1,07
5989	Productos y preparados químicos, n.e.p.	7,01	13,07	0,93	1,06
3413	Gases de petróleo en estado líquido	24,70	25,26	0,51	1,05

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-29

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES ESTRELLAS
MENGUANTES A COMUNIDAD ANDINA, 1990-2000**

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
7821	Camiones para transportar mercancías o materiales	0,59	9,62	0,13	1,06
5121	Alcoholes acíclicos	5,54	22,56	0,40	0,48
0224	Leche y crema, conservadas, concentradas o edulcoradas	0,40	7,10	0,05	0,34
7711	Transformadores eléctricos	2,14	12,46	0,12	0,31
5112	Hidrocarburos cíclicos	1,58	10,73	0,10	0,23
5829	Otros productos de condensación, poli condensación o poli	13,74	30,10	0,20	0,23
7492	Artículos de grifería y órganos similares	0,74	3,46	0,10	0,19
6413	Papel y cartón kraft	0,75	10,00	0,02	0,17
0482	Malta, tostado o no	2,23	7,86	0,14	0,17
7841	Chasis equipados con motores	2,13	8,81	0,07	0,13

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-30

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES OPORTUNIDADES
PERDIDAS A COMUNIDAD ANDINA, 1990-2000**

(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3330	Petróleo crudo	95,79	70,37	9,65	9,30
0371	Pescado preparado o en conserva, n.e.p.	91,52	81,89	1,44	1,23
3345	Aceites lubricantes	35,54	23,18	2,58	0,94
8921	Libros, folletos, mapas y esferas impresos	13,01	16,22	0,74	0,59
2631	Algodón, sin cardar ni peinar	50,93	8,76	2,38	0,32
5823	Resinas alcídicas y otros poliéster	48,65	14,87	1,26	0,32
7781	Pilas y acumuladores eléctricos	14,76	13,37	0,30	0,30
8922	Diarios, revistas y publicaciones periódicas, ilustrados o no	27,61	21,98	0,33	0,22
6745	Planchas/chapas, sin más elaboración que laminación, 3 a 4,75 mm	15,41	23,77	0,24	0,22
6342	Madera terciada	69,31	49,41	0,26	0,21

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.

Cuadro II-31

**COMUNIDAD ANDINA: CARACTERÍSTICAS DE LAS DIEZ PRINCIPALES RETIRADAS
A COMUNIDAD ANDINA, 1990-2000**
(Seleccionadas según su contribución en 2000)

		Participación de mercado		Contribución	
		1990	2000	1990	2000
3341	Gasolina y productos ligeros	16,53	31,95	5,60	1,81
6746	Planchas y chapas, sin más elaboración que laminación, espesor < 3 mm	19,99	44,94	2,78	1,69
5834	Cloruro de polivinilo	40,62	62,65	2,02	1,37
6841	Aluminio y sus aleaciones, en bruto	67,92	75,00	2,50	1,02
6822	Cobre y sus aleaciones, labrados	33,13	44,70	2,37	1,01
0612	Azúcar refinada	25,59	60,85	2,10	0,99
0611	Azúcar sólida, sin refinar	32,49	78,20	1,25	0,93
6842	Aluminio y sus aleaciones, labrados	12,57	21,52	0,86	0,72
6861	Zinc y sus aleaciones, en bruto	90,75	70,30	3,13	0,70
5832	Polipropileno	15,90	31,46	0,99	0,58

Fuente: CEPAL, TradeCAN, 2002.

Nota: Nivel de desagregación a cuatro dígitos.



Serie

 OFICINA
 SUBREGIONAL
 DE LA CEPAL
 EN
 MÉXICO


estudios y perspectivas

Números publicados

1. Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología CAN y MAGIC, Enrique Dussel Peters (LC/L.1520-P; (LC/MEX/L.458/Rev.1)), N° de venta: S.01.II.G.63, 2001. [www](#)
2. Instituciones y pobreza rurales en México y Centroamérica, Fernando Rello (LC/L.1585-P; (LC/MEX/L.482)), N° de venta: S.01.II.G.128, 2001. [www](#)
3. Un análisis del Tratado de Libre Comercio entre el Triángulo del Norte y México, Esteban Pérez, Ricardo Zapata, Enrique Cortés y Manuel Villalobos (LC/L.1605-P; (LC/MEX/L.484)), N° de venta: S.01.II.G.145, 2001. [www](#)
4. Debt for Nature: A Swap whose Time has Gone?, Raghendra Jha y Claudia Schatan (LC/L.1635-P; (LC/MEX/L.497)), Sales N° E.01.II.G.173, 2001. [www](#)
5. Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano, René Antonio Hernández (LC/L.1637-P; (LC/MEX/L.499)), N° de venta: S.01.II.G.175, 2001. [www](#)
6. Pasado, presente y futuro del proceso de integración centroamericano, Ricardo Zapata y Esteban Pérez (LC/L.1643-P; (LC/MEX/L.500)), N° de venta: S.01.II.G.183, 2001. [www](#)
7. Libre mercado y agricultura: Efectos de la Ronda Uruguay en Costa Rica y México, Fernando Rello y Yolanda Trápaga (LC/L.1668-P; (LC/MEX/L.502)), N° de venta: S.01.II.G.203, 2001. [www](#)
8. Istmo Centroamericano: Evolución económica durante 2001 (Evaluación preliminar) (LC/L.1712-P; (LC/MEX/L.513)), N° de venta: S.02.II.G.22, 2002. [www](#)
9. Centroamérica: El impacto de la caída de los precios del café, Margarita Flores, Adrián Bratescu, José Octavio Martínez, Jorge A. Oviedo y Alicia Acosta (LC/L.1725-P; (LC/MEX/L.517)), N° de venta: S.02.II.G.35, 2002. [www](#)
10. Foreign Investment in Mexico after Economic Reform, Jorge Máttar, Juan Carlos Moreno-Brid y Wilson Peres (LC/L.1769-P; (LC/MEX/L.535-P)), Sales N° E.02.II.G.84, 2002. [www](#)
11. Políticas de competencia y de regulación en el Istmo Centroamericano, René Antonio Hernández y Claudia Schatan (LC/L.1806-P; (LC/MEX/L.544)), N° de venta: S.02.II.G.117, 2002. [www](#)
12. The Mexican Maquila Industry and the Environment; An Overview of the Issues, Per Stromberg (LC/L.1811-P; (LC/MEX/L.548)), Sales N° E.02.II.G.122, 2002. [www](#)
13. Condiciones de competencia en el contexto internacional: Cemento, azúcar y fertilizantes en Centroamérica, Claudia Schatan y Marcos Avalos (LC/L.1958-P; (LC/MEX/L.569)), N° de venta: S.03.II.G.115, 2003. [www](#)
14. Vulnerabilidad social y políticas públicas, Ana Sojo (LC/L.2080-P; (LC/MEX/L.601)), N° de venta: S.04.II.G.21, 2004. [www](#)
15. Descentralización a escala municipal en México: La inversión en infraestructura social, Alberto Díaz Cayeros y Sergio Silva Castañeda (LC/L.2088-P; (LC/MEX/L.594/Rev.1)), N° de venta: S.04.II.G.28, 2004. [www](#)
16. La industria maquiladora electrónica en la frontera norte de México y el medio ambiente, Claudia Schatan y Liliana Castilleja (LC/L.2098-P; (LC/MEX/L.585/Rev.1)), N° de venta: S.04.II.G.35, 2004. [www](#)
17. Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: Oportunidades en el mercado internacional, Mirian Cruz, Carlos López Cerdán y Claudia Schatan (LC/L.2096-P; (LC/MEX/L.589/Rev.1)), N° de venta: S.04.II.G.33, 2004. [www](#)
18. El crecimiento económico en México y Centroamérica: Desempeño reciente y perspectivas, Jaime Ros (LC/L.2124-P; (LC/MEX/L.611)), N° de venta: S.04.II.G.48, 2004. [www](#)
19. Emergence de l'euro: Implications pour l'Amérique Latine et les Caraïbes, Hubert Escaith, y Carlos Quenan (LC/L.2131-P; (LC/MEX/L.608)), N° de venta: F.04.II.G.61, 2004. [www](#)
20. Los inmigrantes mexicanos, salvadoreños y dominicanos en el mercado laboral estadounidense. Las brechas de género en los años 1990 y 2000, Sarah Gammage y John Schmitt (LC/L.2146-P; (LC/MEX/L.614)), N° de venta: S.04.II.G.71, 2004. [www](#)
21. Competitividad centroamericana, Jorge Mario Martínez Piva y Enrique Cortés (LC/L.2152-P; (LC/MEX/L.613)), N° de venta: S.04.II.G.80, 2004. [www](#)
22. Regulación y competencia de las telecomunicaciones en Centroamérica: Un análisis comparativo, Eugenio Rivera (LC/L.2153-P; (LC/MEX/L.615)), N° de venta: S.04.II.G.81, 2004. [www](#)

23. Haití: Antecedentes económicos y sociales, Randolph Gilbert (LC/L.2167-P; (LC/MEX/L.617)), N° de venta: S.04.II.G.96, 2004. [www](#)
24. Propuestas de política para mejorar la competitividad y la diversificación de la industria maquiladora de exportación en Honduras ante los retos del CAFTA, Enrique Dussel Peters (LC/L.2178-P (LC/MEX/L.619)), N°. de venta: S.04.II.G.105, 2004. [www](#)
25. Comunidad Andina: Un estudio de su competitividad exportadora, Martha Cordero (LC/L.2253-P; (LC/MEX/L.647)), N° de venta: S.05.II.G.10, 2005. [www](#)

-
- Los títulos a la venta deben ser solicitados a la Biblioteca de la Sede Subregional de la CEPAL en México, Presidente Masaryk N° 29 – 4° piso, 11570 México, D. F., Fax (52) 55-31-11-51, biblioteca.cepal@un.org.mx
[www](http://www.cepal.org.mx): Disponible también en Internet: <http://www.cepal.org.mx>

Nombre:
Actividad:.....
Dirección:.....
Código postal, ciudad, país:
Tel.:..... Fax:..... E.mail: