
**PLAN
ESTRATEGICO
EXPORTADOR
PARA LA REGION
2007-2019
BOGOTÁ-CUNDINAMARCA**



Industrias Gráficas

Dirección general

María Fernanda Campo Saavedra

Presidenta Cámara Comercio de Bogotá

Luz Marina Rincón Martínez

Vicepresidenta Ejecutiva

Cámara de Comercio de Bogotá

Lina María Castaño Mesa

Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Cámara de Comercio de Bogotá

Dirección Técnica

Ricardo Ayala Ramírez

Director de estudios e investigaciones

Cámara de Comercio de Bogotá

Coordinación Editorial

Jorge Omar Serrano Franco

Cámara de Comercio de Bogotá

Equipo Técnico

Ricardo Ayala Ramírez

Jorge Omar Serrano Franco

Cámara de Comercio de Bogotá

Director del Proyecto

Mauricio Reina Echeverry

Fedesarrollo

Investigadora Principal

Natalia Salazar

Fedesarrollo

Investigadores Asistentes

Sandra Oviedo

Carolina Gracia López

Fedesarrollo

ISBN: XXXXXXXXX

Diseño y diagramación



Impresión

Bogotá D.C., julio de 2008

GRUPO DIRECTIVO DEL CARCE

Presidente

Dr. Nayib Esteban Neme Arango, Chaid
Neme Hermanos S.A.

Grupo Directivo

Acexa Ltda.
Agreste Limitada
Alcaldía Mayor de Bogotá
Analdex
ANDI, Seccional Bogotá
Araújo Ibarra & Asociados
Asocolflores
Bancóldex
Bundy Colombia S.A.
C.I. Frutiérrez S.A.
Cámara de Comercio de Bogotá
Celta S.A.
Challenger
Dirección General de Aduanas, DIAN
Fenalco
FITAC
Lafayette S.A.
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Proexport Colombia
Protela S.A.
Secretaría de Planeación Departamental
SENA – Distrito Capital
Universidad Externado de Colombia
Universidad Nacional de Colombia
Zona Franca de Bogotá S.A.

Secretaría Técnica

Cámara de Comercio de Bogotá



contenido

contenido



Presentación	6
Introducción	8
I. Antecedentes del plan estratégico exportador de Bogotá y Cundinamarca 2007-2019	10
A. Antecedentes del Plan Estratégico Exportador 2007-2019: PEER 2001 y revisión del PEER 2003	11
B. La inserción internacional de la región Bogotá-Cundinamarca. Comparaciones en el ámbito nacional	13
II. Cadena de industrias gráficas en Bogotá- Cundinamarca	16
A. Dinámica del comercio mundial de la cadena de industrias gráficas	17
B. La cadena en la Región	18
C. Vocación exportadora y principales competidores	20
1. Ventaja comparativa revelada	20
2. Mercados especializados en la importación	23
3. Principales destinos, índice de intensidad importadora y condiciones de acceso	24
4. Principales importadores, condiciones de acceso y competidores	26
D. Análisis DOFA	27
1. Fortalezas	27
2. Debilidades	28
3. Oportunidades	31
4. Amenazas	32
III. Conclusiones	34
Bibliografía	38
Anexo. Definición e interpretación de los indicadores de competitividad comercial relativa	39
A. Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR)	39
B. Índice de intensidad importadora (III)	39
C. Índice de especialización de las exportaciones específico (IEEe)	40

Presentación

En la actualidad, las ciudades y los países están profundizando sus relaciones comerciales con los mercados internacionales, con el propósito de alcanzar niveles mayores de crecimiento económico y extender los beneficios de los acuerdos y tratados de libre comercio a las comunidades, y de esta manera mejorar la calidad de vida de la población. En la región Bogotá -Cundinamarca (la Región), trabajamos desde el 2001 en un proceso de concertación público -privado, que ha permitido aunar esfuerzos para promover acciones orientadas a mejorar la competitividad regional a través del Consejo Regional de Competitividad.

En este marco, el Comité Asesor de Comercio Exterior (CARCE), creado a comienzos de la presente década, identificó la vocación exportadora regional, formuló el Plan Estratégico Exportador Regional (PEER), como guía que orienta las acciones y los proyectos que adelanta Bogotá-Cundinamarca para convertirse en una región más exportadora e integrada a los flujos de comercio internacional y de inversión extranjera.

En el 2001, en la Región se elaboró el primer PEER que permitió definir las bases para integrar los esfuerzos de los sectores público

y privado, a fin de realizar acciones para mejorar la competitividad de las empresas y aumentar las exportaciones de la Región, en un entorno que ha sido cada vez más propicio a la actividad exportadora. Posteriormente, en el 2003, en el CARCE se revisó el PEER para incorporar los nuevos instrumentos del Plan de Desarrollo del Gobierno Nacional (2002 – 2006), en particular la profundización de la integración comercial de Colombia con los mercados internacionales a través de negociaciones de tratados de libre comercio y el desarrollo de una política de mayor atracción de inversión extranjera directa. Se amplió el período para el logro de la meta de US\$ 1.000 en exportaciones per cápita del 2010 al 2015, y se propuso alcanzar la cifra de US\$ 2.048 millones en exportaciones de servicios.

En los seis años de ejecución del PEER se han producido cambios en las relaciones comerciales del país que han configurado un entorno de nuevas oportunidades y desafíos en materia exportadora para la Región: se dinamizaron las exportaciones que de US\$1.764 millones en el 2000 pasaron a US\$ 5.323 millones en el 2007, con un crecimiento de 18% promedio anual. Sin embargo, persiste la concentración de la oferta exportable en productos intensivos en recursos naturales y

mano de obra, con bajo valor agregado. Hoy se dispone de nueva información y de un mayor conocimiento sobre el comercio exterior de la Región, sobre las necesidades, oportunidades, los retos y desafíos para promover los sectores de exportación, especialmente en agroindustria y en servicios.

Con base en lo anterior, el CARCE realizó la actualización del PEER para responder a los cambios en los escenarios comerciales del país y de la Región; a las tendencias y perspectivas del intercambio comercial; a las necesidades del entorno y de los sectores para orientar las acciones públicas y privadas que requiere la consolidación del crecimiento económico y la diversificación de la oferta exportable de la Región.

Para ello, la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) con la Asesoría de Fedesarrollo, evaluó y actualizó el Plan Estratégico Exportador de la Región Bogotá – Cundinamarca con proyección de sus metas al 2019. En esta actualización del PEER, participaron los empresarios de la Región, en seis talleres que permitieron validar los resultados e incorporar las propuestas e inquietudes de los empresarios. Estamos seguros de que el PEER contribuirá a orientar los programas y acciones de los go-

biernos nacional, distrital y departamental, al igual que las iniciativas del sector privado, para apoyar el desarrollo exportador de la Región y, de esta manera, convertir al sector externo en uno de los factores más importantes en el crecimiento económico de la Región. Además, de acciones transversales de apoyo a la internacionalización de nuestras empresas, este PEER, con un enfoque sectorial, orienta las iniciativas en 13 sectores productivos, y todas sus recomendaciones y proyectos forman parte del Plan de Competitividad Regional.

En el nuevo PEER, se establece como meta que la Región debe alcanzar en el 2019, US\$ 22.253 millones en exportaciones de bienes y US\$ 6.376 millones en servicios, con lo cual alcanzará en exportaciones per cápita US\$ 2.000 en bienes y US\$ 573 en servicios.

Estamos seguros de que con esta hoja de ruta, tenemos un instrumento útil para orientar la acción pública y privada, y fortalecer las relaciones comerciales de los empresarios de la Región con los principales mercados de destino de sus exportaciones.

Maria Fernanda Campo Saavedra
Presidenta Ejecutiva

Este documento forma parte de una serie de 10 trabajos para sectores estratégicos de la región Bogotá-Cundinamarca que se han elaborado como parte de la actualización del Plan Estratégico Exportador de Bogotá-Cundinamarca 2007-2019 (PEER). El objetivo de este documento es ofrecer un diagnóstico sobre la situación competitiva de Productos Alilienticios en el mercado internacional, con énfasis en los mercados de interés para la Región, y plantear recomendaciones sobre las estrategias que se deben adelantar para potenciar el sector desde las instituciones públicas y desde los espacios público-privados ya existentes.

Bogotá – Cundinamarca (la Región) tiene el reto de consolidarse como una región más integrada a las corrientes de comercio mundial. Con este propósito, en la Región los sectores público y privado trabajan para construir un entorno cada vez más favorable a la actividad exportadora y apoyar en las empresas la incorporación de las transformaciones que requieren a fin de afrontar con éxito las exigencias de los mercados internacionales.

Con el PEER, la Región dispone de un instrumento para orientar la cooperación público-privada en los temas y proyectos necesarios para facilitar la actividad exportadora. Además, les permite a los empresarios contar con información sobre las estrategias identificadas para ampliar la presencia de los productos de la Región en los mercados internacionales.

Con la primera formulación del PEER en el 2001 y la creación del Comité Asesor de Comercio Exterior (CARCE), en la Región se avanzó en la consolidación de un entorno cada vez más propicio para la actividad exportadora, la cual se ha reflejado en avances importantes. En primer lugar, se triplicaron las exportaciones per cápita: de US\$ 211 en el 2000 pasaron a US\$ 566 en el 2007. Sin embargo, aún persiste la baja orientación exportadora de las empresas de la Región, que en su gran mayoría (95%) dirigen sus ventas a los mercados internos o de otras regiones de Colombia, razón por la cual las exportaciones participan sólo con el 11% en el valor total de la producción y las exportaciones per cápita no llegan a la mitad del promedio mundial, que supera los US\$ 1.200.

Introducción

El PEER plantea alternativas para impulsar y diversificar las exportaciones en los mercados de interés para Bogotá-Cundinamarca, para lo cual prioriza los proyectos estratégicos que se deben desarrollar en la Región, a través de un ejercicio de consolidación de las estrategias e instrumentos diseñados en iniciativas anteriores como el PEER 2001 y su revisión en 2003, el Plan Regional de Competitividad y la Agenda Regional para la Productividad y Competitividad de Bogotá-Cundinamarca, así como un ejercicio cuantitativo de evaluación de las metas establecidas en años anteriores.

De igual manera el PEER ofrece un diagnóstico sobre la situación competitiva de 13 sectores de la agricultura, la industria y los servicios en el mercado internacional, con énfasis en los mercados de interés para la Región, y plantea recomendaciones sobre las estrategias que deben adelantarse para potenciar los sectores desde las instituciones públicas y desde los espacios público-privados existentes. También forma parte de este trabajo, la identificación de la vocación exportadora regional y el análisis de los principales

competidores de Bogotá y Cundinamarca en los mercados de interés.

Este informe forma parte de doce documentos que integran el PEER 2007-2019: el resumen ejecutivo, diez trabajos de sectores estratégicos de bienes y de servicios, y un documento que contiene la base técnica que orientó el trabajo. Este documento está dividido en tres capítulos. El primero contiene los antecedentes del Plan y una caracterización del comercio exterior de Bogotá-Cundinamarca. En el segundo se presenta el análisis para la cadena de productos alimenticios que es estratégica en la Región como generadora de divisas y empleo. Este análisis incluye el panorama general de la cadena en la Región y en el mundo; un estudio de competitividad en mercados de interés, y la identificación de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA) basado en los resultados de una encuesta realizada por Fedesarrollo, talleres con empresarios y una revisión de literatura. En el tercer capítulo, se presentan las conclusiones que sugieren acciones hacia el futuro.



I. ANTECEDENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR DE BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA 2007-2019

bierno central en el propósito de mejorar la competitividad de las empresas locales y aumentar las exportaciones de las regiones.

Desde entonces se han hecho dos versiones del PEER en Bogotá-Cundinamarca: una en 2001 y una revisión posterior en 2003. En el Plan se definió como objetivo general convertir las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca en una de las principales fuentes de crecimiento económico de la Región, del mejoramiento de la calidad de vida de su población y de la internacionalización de sus empresas. La meta establecida en el PEER 2001 fue alcanzar US\$1.000 de exportaciones per cápita en 2010, lo que, según las cifras con las que se contaba en ese momento, significaba multiplicar el valor total de las exportaciones en dólares por 7 (ver cuadro 1.1).

En el PEER 2003 se mantuvo la visión del plan original. Sin embargo, las metas cuantitativas contempladas en 2001 se extendieron en cinco años, para ser alcanzadas en 2015 (es decir, alcanzar un valor de exportaciones de US\$1.000 per cápita en 2015). Aunque esta meta constituye un reto para la Región, representaría un rezago frente a los logros que, de hecho,

ya han alcanzado otras ciudades de América Latina (ver gráfica 1.1). Por ejemplo, las exportaciones per cápita de Porto Alegre y Belo Horizonte superan los US\$2.500 y las de Sao Paulo, los US\$ 2.000.

A. Antecedentes del Plan Estratégico Exportador 2007-2019: PEER 2001 y revisión del PEER 2003

El esfuerzo realizado en este trabajo es la continuación de un conjunto de iniciativas anteriores que han tenido como objetivo principal impulsar la competitividad y la mayor inserción internacional de la Región.

A comienzos de la presente década, las autoridades económicas en Colombia crearon en las regiones los Comités Asesores de Comercio Exterior (CARCE), con el objetivo

// EL ESFUERZO REALIZADO EN ESTE TRABAJO ES LA CONTINUACIÓN DE UN CONJUNTO DE INICIATIVAS ANTERIORES QUE HAN TENIDO COMO OBJETIVO PRINCIPAL IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD Y LA MAYOR INSERCIÓN INTERNACIONAL DE LA REGIÓN.

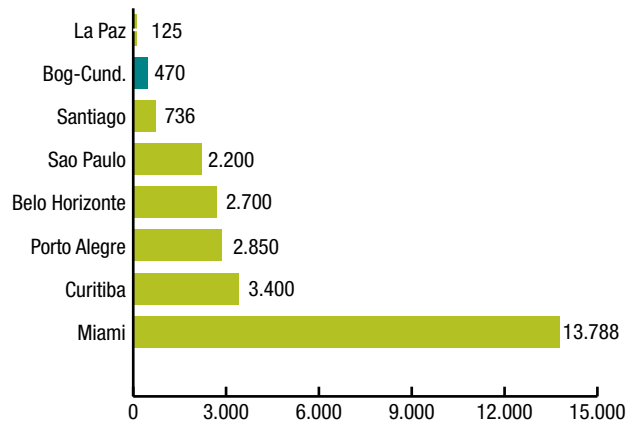
de iniciar ejercicios de identificación de su vocación exportadora y diseñar una visión de internacionalización a largo plazo. Estos ejercicios debían sentar las bases para orientar los esfuerzos regionales y del Go-

Cuadro 1.1
Metas del PEER

	2000	2005	PEER (2001) 2010	PEER (2003) 2015
Exportaciones (millones US\$)	1.769	3.539	7.364	7.879
Exportaciones per cápita (US\$)	211	380	1.000	1.000

Fuente: PEER 2001 y 2003. Cálculos: Fedesarrollo.

Gráfica 1.1. Exportaciones per cápita en algunas ciudades de América Latina (US\$ de 2006)

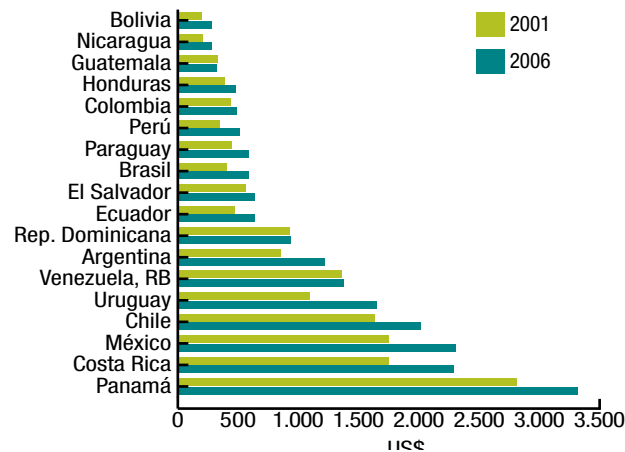


Fuente: CCB con datos América Economía, CEPAL, DANE e instituciones de estadística nacionales.
 Nota: Las exportaciones per cápita de Bogotá-Cundinamarca se calcularon con las cifras del censo 2005.

El rezago en materia exportadora no es un tema exclusivo de Bogotá-Cundinamarca. Colombia se ubica dentro de la región en uno de los nive-

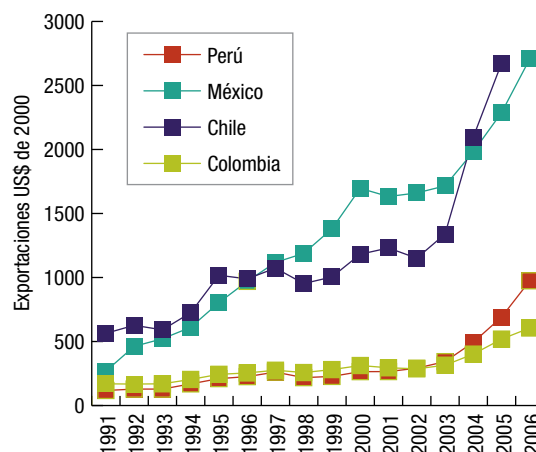
les más bajos de exportaciones per cápita, situación que no ha cambiado mucho en los últimos años, como lo indican las gráficas 1.2a y 1.2b.

Gráfica 1.2.a. Exportaciones per cápita de bienes y servicios en América Latina. US\$ constantes de 2000.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos BM-WDI 2007.

Gráfica 1.2.b. Exportaciones per cápita en América Latina en Chile, México, Perú y Colombia. US\$ constantes de 2000.



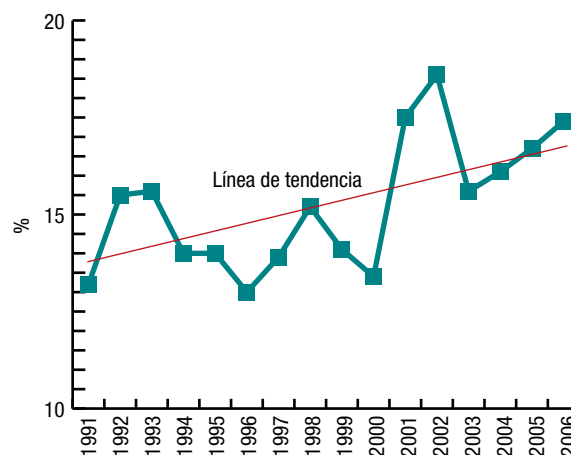
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Banco Mundial-WDI y Naciones Unidas-Comtrade 2007.

B. La inserción internacional de la región Bogotá-Cundinamarca. Comparaciones en el ámbito nacional

Entre 1991 y 2005, las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca crecieron a una tasa anual promedio de 10,5% en dólares, se multiplicaron por 4.5: de representar 7% del PIB regional en 1991 pasaron a 10,3% en 2005. En comparación con las ventas externas nacionales, las exportaciones regionales han mostrado una dinámica más favorable, a pesar de que la economía nacional tiene una mayor relación de exportaciones/PIB¹. Las exportaciones totales de Colombia crecieron a una tasa promedio de 8,6% en dólares, se multiplicaron en el mismo periodo 3.4 veces y de representar 14,6% en 1991 pasaron a 17,2% en 2005. De esta manera, mientras en 1991 las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca tenían un peso de 13,2% en el total de exportaciones del país, en 2006 aumentaron a 17,4% (ver gráfica 1.3).

1 En el 2005, la relación de exportaciones /PIB estaba alrededor de 17,2% para Colombia, mientras que para Bogotá-Cundinamarca, esta relación era 10,3%.

Gráfica 1.3. Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca (% de las exportaciones totales del país)



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

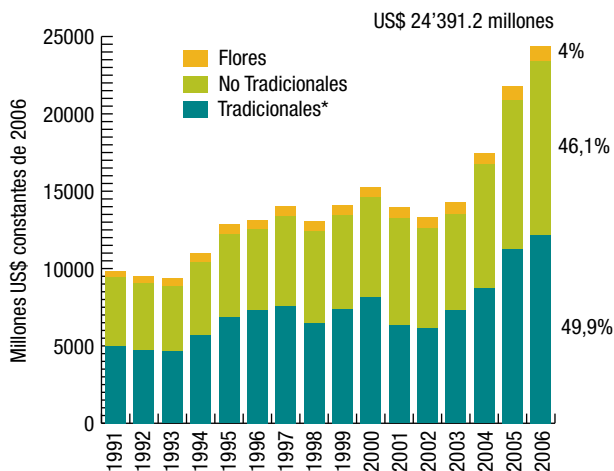
// EN COMPARACIÓN CON LAS VENTAS EXTERNAS NACIONALES, LAS EXPORTACIONES REGIONALES HAN MOSTRADO UNA DINÁMICA MÁS FAVORABLE.

Las exportaciones no tradicionales (sin flores) han representado históricamente cerca del 77% de las exportaciones totales de la Región (ver gráfica 1.4). Esto contrasta favorablemente con la estructura exportadora del

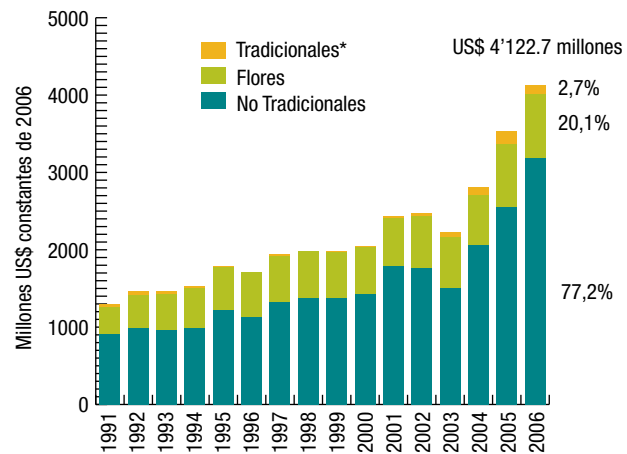
país, cuyas exportaciones no tradicionales representan cerca del 50% de las ventas externas totales. Desde 2004, el crecimiento de las exportaciones no tradicionales en la Región ha sido casi el doble que el de Colombia.

Gráfica 1.4. Exportaciones totales de Colombia y de Bogotá-Cundinamarca

a. Colombia



b. Bogotá-Cundinamarca



* La categoría tradicionales incluye carbón, ferróniquel, oro y esmeraldas. Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE y BEA (deflactor implícito del PIB de EE.UU.).

* La categoría tradicionales incluye carbón, ferróniquel, oro y esmeraldas. Las cifras no incluyen café y petróleo, pues el DANE no clasifica estos productos por departamento de origen. Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE y BEA (deflactor implícito del PIB de EE.UU.).

En cuanto a destinos, el proceso de diversificación de las exportaciones no ha sido significativo. Las exportaciones no tradicionales de Bogotá-Cundinamarca (sin incluir las flores) han mostrado una ten-

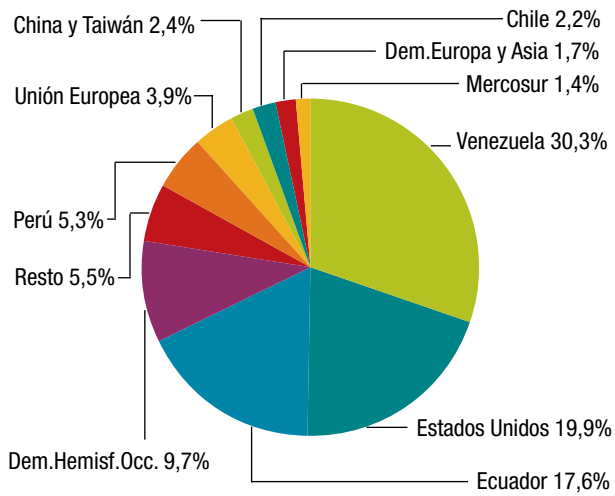
no tradicionales de la región, en 2006 este porcentaje aumentó a 54,1% (ver gráfica 1.5). Entre tanto, las ventas externas no tradicionales regionales a Estados Unidos y la Unión Europea perdieron peso: de 27,8% en el período 1991-1995 pasaron a 19,9% en 2002-2006 en el primer caso, y de 9% a 3,9% en el segundo. Es importante anotar que las exportaciones de productos no tradicionales a China y Taiwán de representar 0,4% del total de exportaciones no tradicionales en el período 1991-1995 pasaron a 2,4% en el período 2002-2006.

// LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DE BOGOTÁ-CUNDINAMARCA (SIN INCLUIR LAS FLORES) HAN MOSTRADO UNA TENDENCIA A CONCENTRARSE EN LA CAN.

dencia a concentrarse en la CAN. Mientras en el período 1991-1995 Venezuela, Ecuador, Bolivia y Perú representaban el destino de 44,8% de las exportaciones

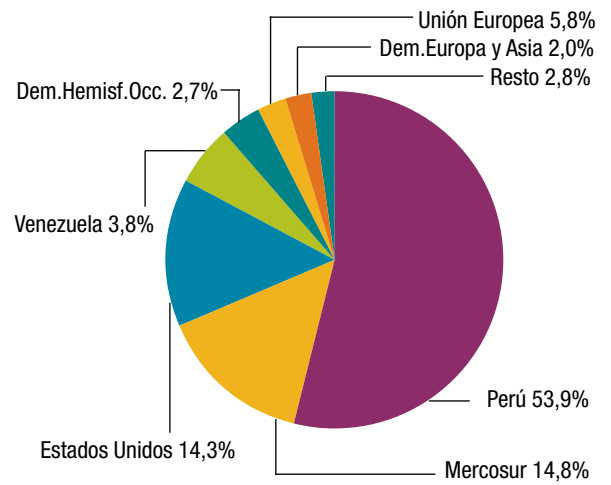
Gráficas 1.5. Composición de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca por destino.

a. Exportaciones no tradicionales



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

b. Exportaciones tradicionales



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE. *La categoría tradicionales incluye: carbón, ferroníquel, oro y esmeraldas.



II. CADENA DE INDUSTRIAS GRÁFICAS EN BOGOTÁ-CUNDINAMARCA**

// EN ESTE CAPÍTULO SE HACE UN RECUENTO SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA CADENA DE INDUSTRIAS GRÁFICAS EN EL MERCADO INTERNACIONAL, SU IMPORTANCIA EN LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO Y EN EL EMPLEO REGIONAL. TAMBIÉN SE IDENTIFICA SU COMPETITIVIDAD EXPORTADORA EN BOGOTÁ CUNDINAMARCA, Y LUEGO SE ABORDA EL ANÁLISIS DOFA PARA EL SECTOR DE INDUSTRIAS GRÁFICAS, BASADO EN TRABAJOS ANTERIORES DE FEDESARROLLO, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EXISTENTE SOBRE EL TEMA, UNA ENCUESTA A EMPRESARIOS DEL SECTOR LOCALIZADOS EN LA REGIÓN BOGOTÁ-CUNDINAMARCA Y UNOS TALLERES REALIZADOS EN CONJUNTO CON LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

** En esta sección el término cadena de artes gráficas se refiere a los siguientes subsectores: papel, cartón y productos de papel y cartón (sector CIIU revisión 3 210); actividades de edición (221); y actividades de impresión y servicios conexos (222).

// LOS PRINCIPALES EXPORTADORES GLOBALES DE ARTES GRÁFICAS HAN SIDO ALEMANIA, ESTADOS UNIDOS, CANADÁ, SUECIA Y FINLANDIA, QUIENES PARTICIPAN CON CERCA DEL 45% DEL COMERCIO MUNDIAL DE ESTE SECTOR. COLOMBIA OCUPA LA POSICIÓN 40 EN EL ESCALAFÓN MUNDIAL Y LA REGIÓN BOGOTÁ-CUNDINAMARCA SE ENCUENTRA EN EL PUESTO 48.

A. Dinámica del comercio mundial de la cadena de industrias gráficas

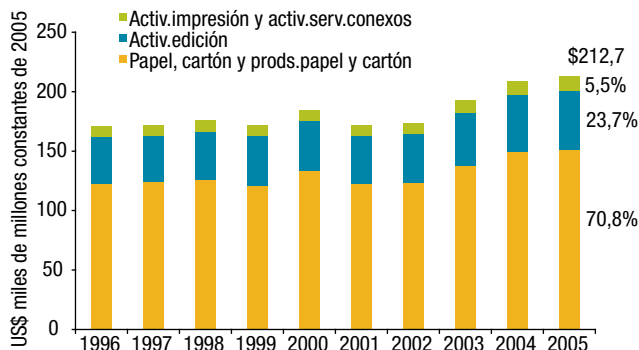
ENTRE 2001 Y 2005, LAS EXPORTACIONES DE ARTES gráficas mundiales promediaron US\$191.971 millones anuales (a precios constantes de 2005), equivalentes a 2,6% del intercambio global de bienes. En este mismo período, las ventas externas de los productos de esta cadena aumentaron a una tasa promedio anual de 5,7%, por debajo del crecimiento del comercio mundial global (10,5%) (ver gráfica 2.1 (a)). Frente al quinquenio anterior se observó, sin embargo, un mayor ritmo de crecimiento de las exportaciones de este sector, que obedeció en parte al dinamismo del comercio mundial y, especialmente, a la mayor demanda por bienes primarios de los países asiáticos. En efecto, el rubro de *papel, cartón y productos de papel y cartón* participa con 71,3%² del valor de las exportaciones de ar

tes gráficas y creció en el período 2001-2005 a una tasa de 5,5% promedio anual. Vale la pena destacar, sin embargo, la gran recuperación del comercio de las actividades de impresión y servicios conexos, cuyas ventas externas aumentaron a una tasa de 7,8% promedio anual en el mismo lapso (ver gráfica 2.1 (b)).

En los últimos años (2001-2005), los principales exportadores globales de artes gráficas han sido Alemania, Estados Unidos, Canadá, Suecia y Finlandia, quienes participan con cerca del 45% del comercio mundial de este sector. Colombia ocupa la posición 40 en el escalafón mundial y la región Bogotá-Cundinamarca se encuentra en el puesto 48 (ver gráfica 2.2 (a)). Es importante señalar, sin embargo, que en este mismo lapso la región Bogotá-Cundinamarca y Colombia han exhibido un fuerte dinamismo en las exportaciones de artes gráficas, y ocuparon el séptimo y el noveno lugar en el mundo (ver gráfica 2.2 (b)).

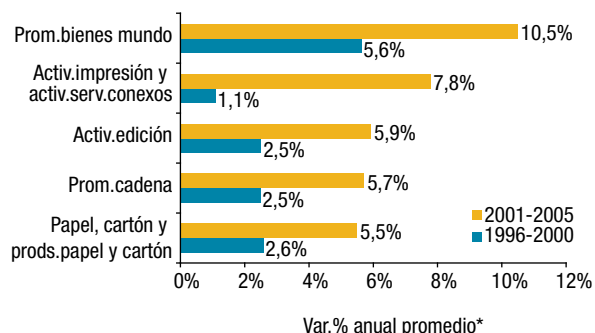
Gráficas 2.1. Cadena de artes gráficas, evolución y dinámica.

a. Evolución de la cadena. Millones de US\$ constantes de 2005, 1996-2005.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

b. Dinámica de la cadena. Variación anual real. Promedio 1996-2000 y 2001-2005.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade. * Tasa geométrica.

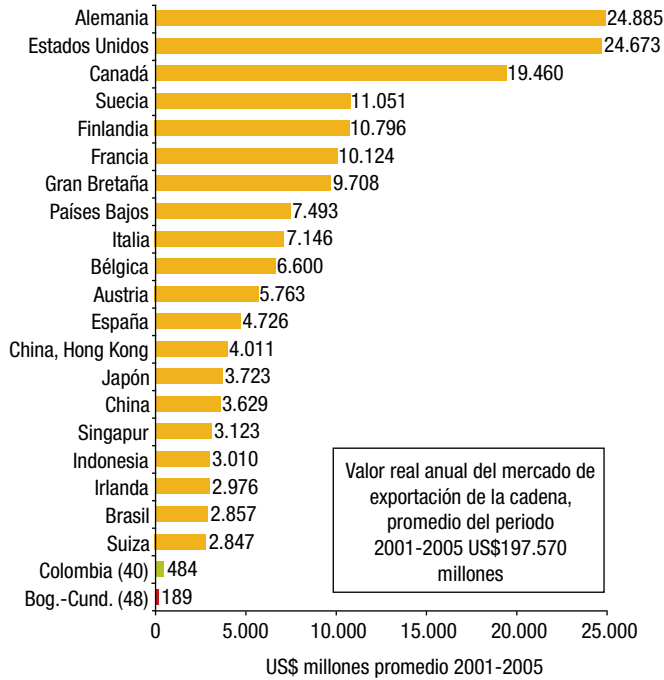
2 Este porcentaje corresponde a la participación promedio del período 2001-2005.

Gráfica 2.2. Cadena de artes gráficas. Principales exportadores.

a. Principales 20 exportadores en el mundo.

Promedio del período 2001-2005.

Millones de US\$ constantes de 2005.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE y Comtrade.

B. La cadena en la Región

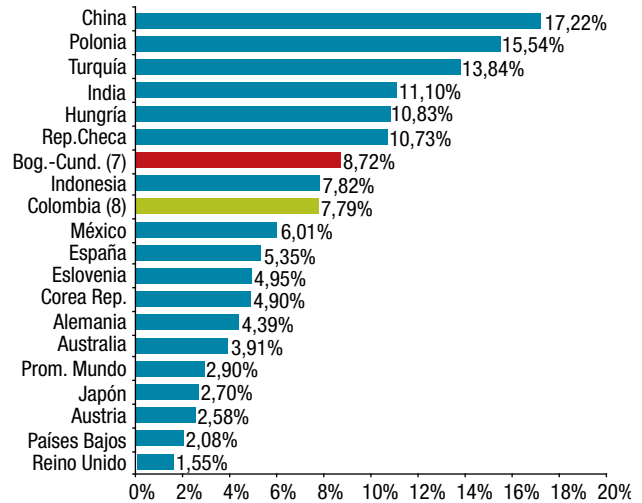
La industria gráfica es una actividad importante dentro de la Región en términos de generación de empleo y producción. En 2005 participó con 9,4% de la producción y 9% del empleo del sector manufacturero³ (ver gráfica 2.3 (a)). Además, la Región desarrolla una parte destacable de la actividad sectorial que se lleva a cabo en todo el país. En 2005, la industria de artes gráficas de Bogotá-Cundinamarca tuvo una participación de 38,9% de la producción y 46,4% del empleo que genera la actividad en el nivel nacional (ver gráfica 2.3 (b)). Estas participaciones han venido creciendo en el tiempo, lo cual revela que la Región es cada vez más importante en la industria de artes gráficas colombiana.

3 Las últimas cifras disponibles para la Encuesta anual manufacturera del DANE corresponden a 2005.

b. 20 países exportadores con mayor dinamismo

en sus exportaciones. Ranking de 169 países,

variación % anual. Promedio del período 1996-2005.



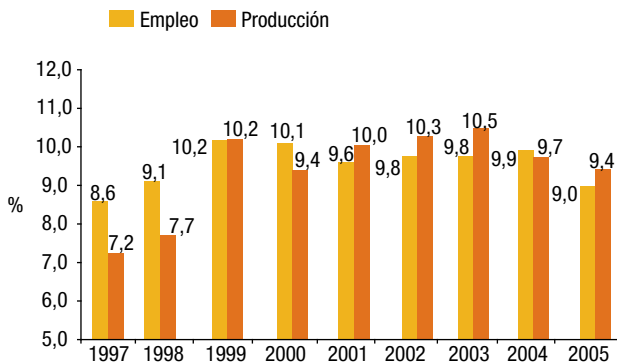
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade. Se excluyeron del ranking los países marginales, según su participación en las exportaciones mundiales (último cuartil de una distribución normal).

na. El dinamismo de esta actividad desde el 2000 ha obedecido en gran medida a la demanda de los productos de este sector por otras industrias (por ejemplo, las cajas de cartón y etiquetas), las cuales a su vez han enfrentado una mayor demanda resultante de la recuperación de la actividad económica.

Entre 1991 y 2006, las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca de la cadena de artes gráficas aumentaron de US\$ 89.2 millones a US\$ 246.3 millones a precios constantes de 2006 (ver gráfica 2.4 (a)). El sector *Actividades de edición* es el principal renglón exportador, ya que representó, en promedio, 63,3% de las ventas externas en los últimos cinco años (2002-2006). En los años recientes esta cadena ha tendido a exportar una porción creciente de su producción, con lo cual ha aumentado su grado de inserción en las corrientes mundiales de comercio. El indicador de apertura exportadora (exportaciones

Gráfica 2.3. La cadena de artes gráficas en la economía de la Región, 1997-2006.

a. Participación de la industria gráfica en la producción y el empleo manufacturero regional.

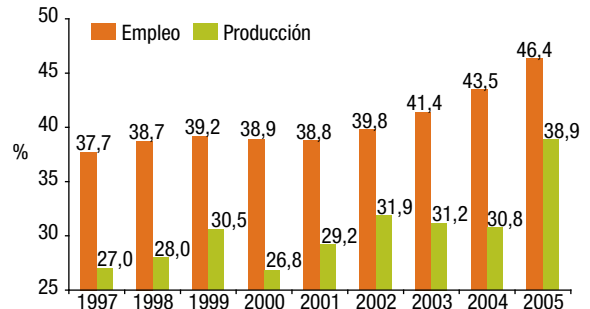


Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

sobre producción) ha aumentado para los casos de *papel*, *cartón* y *productos de papel y cartón* y *actividades de edición*, hasta alcanzar niveles de 12,9% y 28,9%, respectivamente. En contraste, para *actividades de impresión y servicios conexos* la apertura exportadora cayó.

Los principales mercados de destino de las exportaciones regionales de la cadena son Venezuela (con una participación de 19,2% en las ventas externas totales), México (15,4%) y Ecuador (15,1%) (ver gráficas 2. 5(a) y 2.

b. Participación de la industria gráfica regional en la producción y el empleo de este sector a nivel nacional.



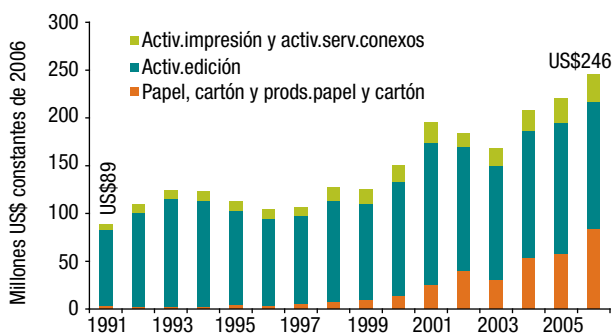
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

5(b)). Si se compara este comportamiento con el del quinquenio anterior, la participación de estos tres países ha aumentado a costa de la pérdida de otros (Mercosur y demás países del Hemisferio Occidental).

La industria de artes gráficas es altamente dependiente de la importación de insumos como papeles y maquinaria y equipo, los cuales en su mayoría provienen de Estados Unidos. Así mismo, un insumo funda-

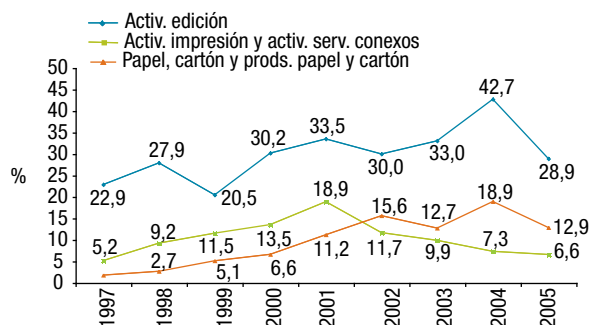
Gráfica 2.4. Exportaciones regionales de la cadena de artes gráficas y apertura exportadora.

a. Exportaciones cadena regional de artes gráficas. Millones US\$ constantes de 2006, 1991-2006



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE. Se utilizó el deflactor implícito del PIB de EE.UU.

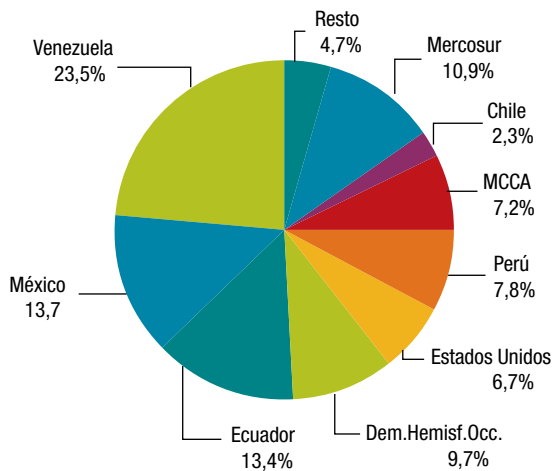
b. Cadena artes gráficas de Bogotá-Cundinamarca: apertura exportadora 1997-2004



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE. Apertura Exportadora: exportaciones sobre producción.

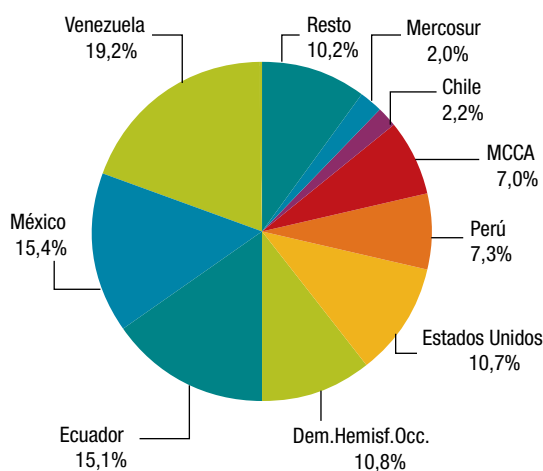
Gráfica 2.5. Industrias gráficas: exportaciones de la cadena de la Región, distribución porcentual períodos 1997-2001 y 2002-2006. Precios constantes de 2006.

a. Promedio 1997-2001: US\$ 141.2
Millones constantes de 2006



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

b. Promedio 2002-2006: US\$ 205.7.
Millones constantes de 2006.



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.
Apertura Exportadora: exportaciones sobre producción.

mental es el *papel*, *cartón* y los *productos de papel y cartón*, que también se importa en una proporción importante. De hecho, las compras externas de *papel*, *cartón* y *productos de papel y cartón* han sido crecientes entre 1991 y 2006, y alcanzaron un valor de US\$ 245.5 millones en ese último año. Estados Unidos es el segundo proveedor en importancia de la Región de estos productos y representa el 15,5% de las importaciones regionales totales de este insumo entre 2002 y 2006 (ver gráficas 2.6(a) y 2.6 (b)).

C. Vocación exportadora y principales competidores

En esta sección se identifica la competitividad exportadora de las *industrias gráficas* en Bogotá-Cundinamarca, se evalúa en qué medida las exportaciones de la industria se dirigen a los mercados más dinámicos y se señalan los principales competidores de la Región en estos mercados⁴.

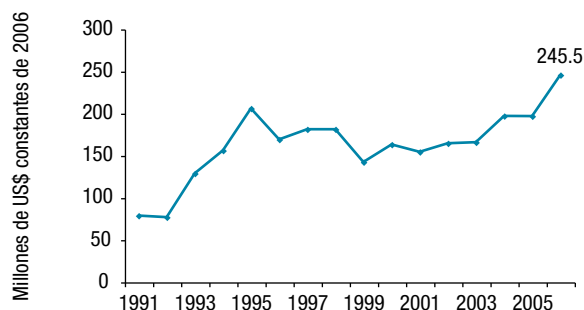
1. Ventaja comparativa revelada

Las *actividades de edición* y las *actividades de impresión y servicios conexos*, perdieron competitividad en los últimos años (2001-2005). El índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) de las *actividades de edición* pasó de 9.57 en 2001 a 7.05 en 2005, mientras que en las *actividades de impresión y servicios conexos* este índice cayó de 6.28 a 5.82 en el mismo lapso. Por el contrario, el IVCR para el sector de *papel, cartón y los productos de papel y cartón* mejoró; de hecho, el sector dejó de ser no competitivo en 2001 (IVCR<1) y pasó a serlo en 2005 (IVCR>1) (ver gráfica 2. 7(a)). Sin embargo, el análisis desde el punto de vista de la posición relativa en el escalafón de competitividad de los sectores industriales y mineros (medida por el IVCR) sugiere una conclusión un poco diferente. En efecto, a pesar del menor IVCR, las *actividades de edición* y las *actividades de impresión y servicios conexos* han ocupado el segundo y tercer puesto en el *ranking* global en el promedio, período 2001-2005, mientras que el sector *Papel, cartón y sus productos*, que proporciona insumos importantes para esta industria, no es competitivo y ocupa el puesto 23 en el *ranking* (ver gráfica 2. 7(b)).

4 Para un mayor detalle de los aspectos metodológicos ver anexo.

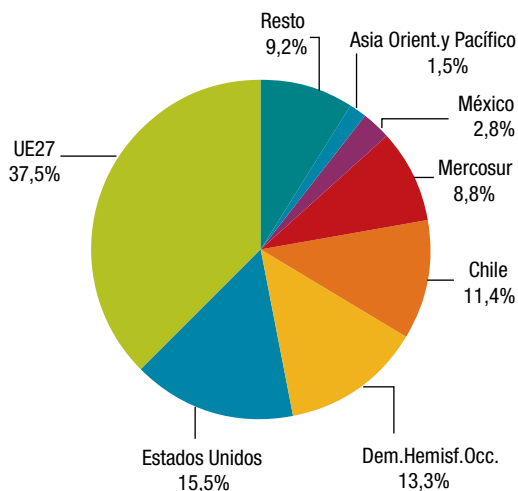
Gráfica 2.6. Papel, cartón y productos de papel y cartón: valor y distribución porcentual de las importaciones de la Región.

a. Importaciones de la región de papel, cartón, productos de papel y cartón. millones de US\$ constantes de 2006.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

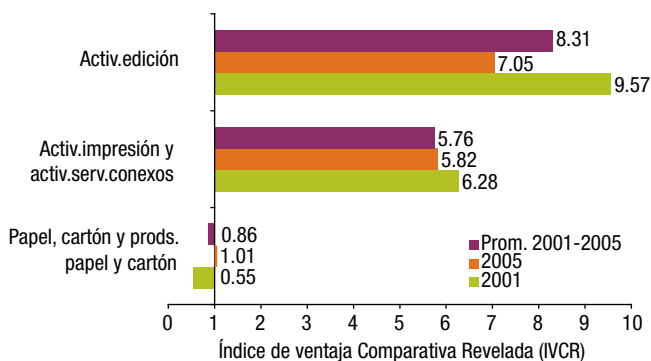
b. Distribución del origen de las importaciones de la Región. Promedio del período 2002-2006. (US\$ 184.4 millones).



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

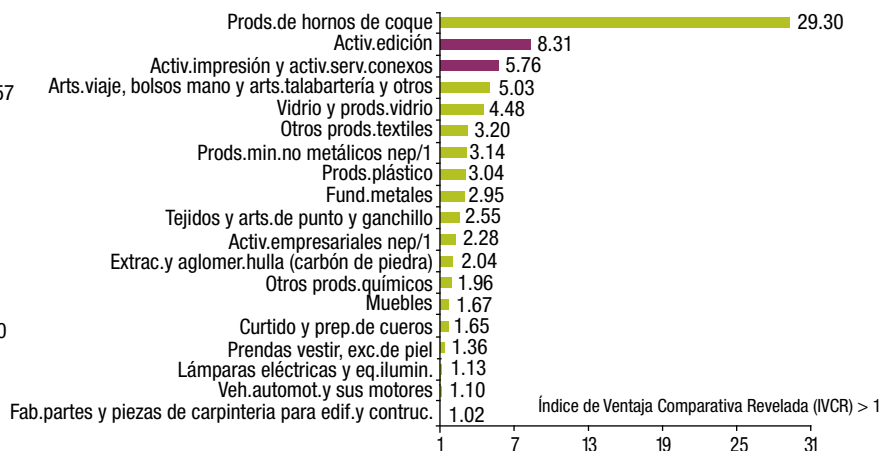
Gráfica 2.7. Bogotá-Cundinamarca, Industrias Gráficas Índice de Ventaja Comparativa Revelada, IVCR.

a. Industrias gráficas 2001, 2005 y promedio del período 2001-2005.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE y Comtrade.

b. Sectores industriales y mineros competitivos. Promedio del período 2001-2005.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE y Comtrade.

Nota/1: agrup. sectoriales residuales en las correspondencias.

Cuadro 2.1

Cadena de industrias gráficas: escalafón de los países competitivos en el comercio mundial según eslabones de la cadena. Promedio del período 2001-2005.

Papel, cartón y productos de papel y cartón		Actividades de edición /1		Libros /2		Actividades de impresión y servicios conexos	
Finlandia	9.83	Camboya	31.06	Bog.-Cund. (1)	17.89	Hong Kong	6.55
Suecia	4.99	Bog.-Cund. (2)	8.02	Libano	12.37	Bog._Cund (2)	4.81
Canadá	3.00	Irlanda	4.19	Colombia (3)	3.86	China	4.07
Chile	2.85	Austria	2.81	Reino Unido	3.55	Sri Lanka	2.92
Austria	2.27	Reino Unido	2.65	España	2.70	India	2.63
Indonesia	2.20	Singapur	2.24	Eslovenia	2.20	Costa Rica	2.49
Portugal	2.03	Luxemburgo	2.11	Hong Kong	2.12	Italia	2.34
Eslovenia	1.94	Colombia (7)	1.75	Estados Unidos	1.47	Francia	2.18
Brasil	1.74	Estados Unidos	1.53	Eslovaquia	1.43	Rumania	1.57
Eslovaquia	1.73	Países Bajos	1.50	Grecia	1.38	Tailandia	1.47
Luxemburgo	1.65	España	1.32	Singapur	1.32	Túnez	1.40
N.Zelanda	1.58	Alemania	1.25	Italia	1.03	Bulgaria	1.38
Polonia	1.51	Grecia	1.18			Eslovenia	1.36
Sudáfrica	1.26	Suecia	1.17			Filipinas	1.27
Alemania	1.12	China, Hong Kong	1.13			Colombia (15)	1.14
Estados Unidos	1.05	Eslovenia	1.01			Suiza	1.10
España	1.04	Dinamarca	1.01				
Países Bajos	1.03						
Francia	1.01						
Colombia (43)	0.89						
Bog.-Cund. (44)	0.83						

fuentes: cálculos de Fedesarrollo con datos *Comtrade* y DANE.

Notas: 1/ Actividades de edición incluye las partidas arancelarias de libros. /2: Libros parte del sector Actividades de edición. Libros: Libros culturales o científicos (partida arancelaria 490199), Libros en hojas sueltas (490110), Libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear (4903) y Diccionarios y libros de referencia (490191). En paréntesis el lugar del país o la región en el escalafón mundial. Se excluyeron del escalafón los países marginales, según su participación en las exportaciones mundiales (último cuartil de una distribución normal).

A pesar de lo anterior, hay que advertir que los eslabones finales cuentan una competitividad relativa envidiable en el ámbito internacional y productos como libros y otros impresos son reconocidos internacionalmente por su excelente calidad⁵. De hecho, Bogotá-Cundinamarca ocupa el segundo lugar en el escalafón mundial de competitividad de países (esti-

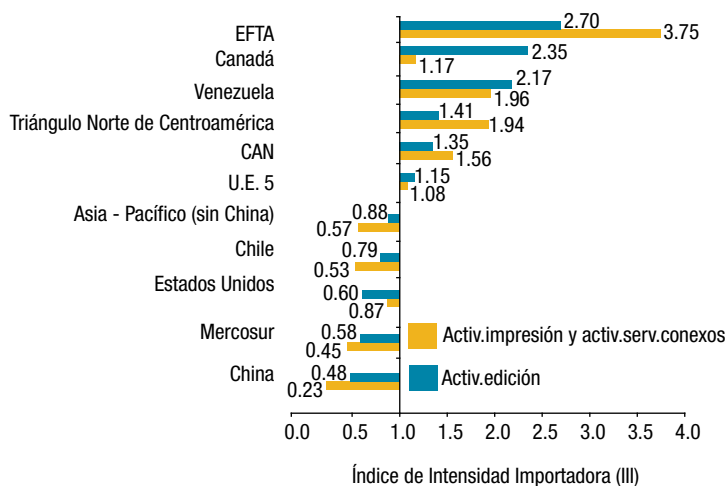
mado para el período 2001-2005) en cuanto a *actividades de edición*. Aún más positivo es que en el subsegmento de *libros*, que forma parte de las *actividades de edición*, la Región es la más competitiva en el comercio mundial⁶, superando a países de tradición editora como el Reino Unido y España. Igualmente, el sector *Actividades de impresión y servicios*

5 Ver, por ejemplo, “La cultura en las negociaciones comerciales regionales”, en: G. Rey (coordinador) (2003). *Entre la realidad y los sueños: la cultura en los tratados de libre comercio y el ALCA*.

6 Libros: Libros culturales o científicos (partida arancelaria 490199), Libros en hojas sueltas (490110), Libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear (4903) y Diccionarios y libros de referencia (490191).

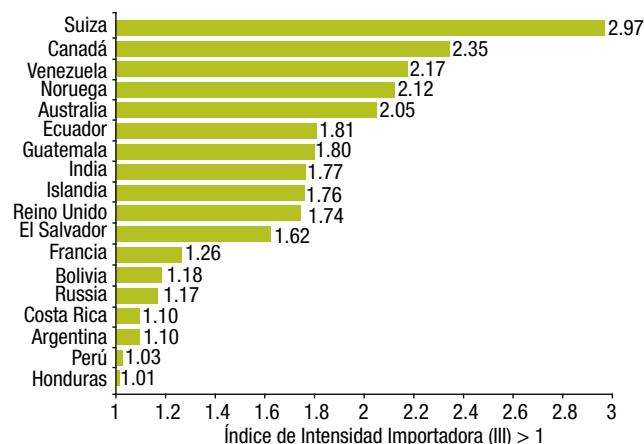
Gráfica 2.8. Cadena de industrias gráficas: índice de intensidad importadora (III). Promedio del período 2001-2005.

a. Regiones comerciales



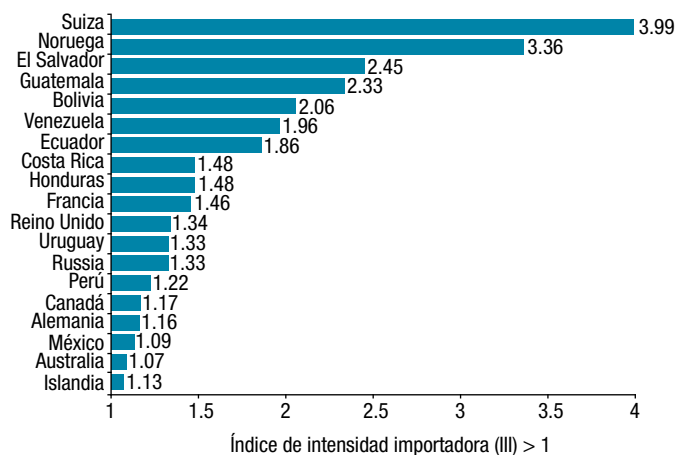
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

b. Actividades de edición: países.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

c. Actividades de impresión y servicios conexos: países.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

conexos de la Región ocupa un lugar destacado en el ordenamiento de países competitivos, al situarse en segundo lugar después de Hong Kong y antes de China (ver cuadro 2.1).

Después de la identificación de los sectores competitivos en el período 2001-2005 pertenecientes a la cadena de industrias gráficas, en las secciones siguientes se centrará el análisis en éstos, con el objetivo de identificar, por medio de los indicadores calculados, mercados con potencial importador que permitan aumentar el volumen de las exportaciones de la Región.

2. Mercados especializados en la importación

De las once regiones comerciales objeto de estudio, EFTA, Canadá, Venezuela, el Triángulo Norte de Centroamérica, CAN y U.E.⁷ presentan vocación importadora⁸ por las actividades de edición y las actividades de impresión y servicios conexos (ver gráfica 2.8 (a)). Cuando se analiza este panorama a la luz del acuerdo comercial del país en proceso de negociación, con la Unión Europea y los acuer-

7 Alemania, España, Francia, Reino Unido e Italia.

8 Índice de intensidad importadora mayor que la unidad: III>1.

// SUIZA, CANADÁ, VENEZUELA, NORUEGA, AUSTRALIA, ECUADOR, GUATEMALA, INDIA E ISLANDIA SON IMPORTADORES INTENSIVOS DE ACTIVIDADES DE EDICIÓN.

dos comerciales por entrar en vigencia con Centroamérica, EFTA y Canadá pueden señalarse beneficios para la *industria gráfica*, pues estos socios comerciales corresponden a las regiones que exhiben potencial importador.

Según la gráfica 2.8 (c), de los países analizados, dieciocho son importadores intensivos de *actividades de edición*. Entre ellos están Suiza, Canadá, Venezuela, Noruega, Australia, Ecuador, Guatemala, India e Islandia. No obstante, aunque el sector cuenta con oportunidades comerciales en un gran número de mercados, las ventas externas del sector se concentran en México, Venezuela y Estados Unidos, mercados que han tenido participaciones anuales promedio en los últimos años (2001-2005) del 22,42%, 16,55% y 14,09% en las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca, respectivamente (ver gráfica 2.9 (a)). Es importante anotar que este comportamiento se ha dado

a pesar de que México y Estados Unidos no presentan vocación importadora por las *actividades de edición*, de forma que es posible aumentar el volumen de las exportaciones de la Región si se aprovechan decididamente los mercados con un alto potencial importador.

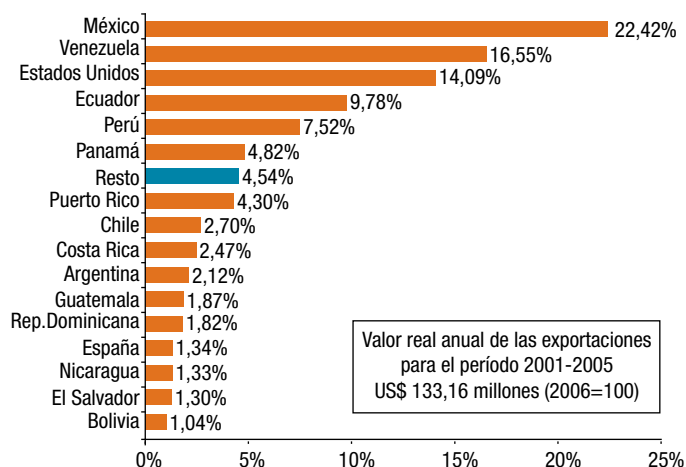
Un comportamiento similar se da en las *actividades de impresión y servicios conexos*. Según el III, diecinueve países presentan alta intensidad importadora en el mencionado sector. Estos países son, entre otros, Suiza, Noruega, El Salvador, Guatemala, Bolivia, Venezuela y Ecuador (ver gráfica 2.8 (c)). El valor de las exportaciones hacia los países con mayor potencial importador es insignificante, como es el caso de Suiza y Noruega (ver gráfica 2.9(b)). Por otra parte, aunque Venezuela, México, Perú y Ecuador, principales destinos de las ventas externas de la Región, son importadores intensivos, su participación en sus importaciones oscila entre 1% y 13%.

3. Principales destinos, índice de intensidad importadora y condiciones de acceso

En esta sección se identifican el comportamiento de la demanda para los principales destinos de las exportaciones de los sectores competitivos de la cadena de *industrias gráficas* de Bogotá-Cundinamarca y las condiciones de acceso que enfrentan las exportaciones colombianas frente a las condiciones

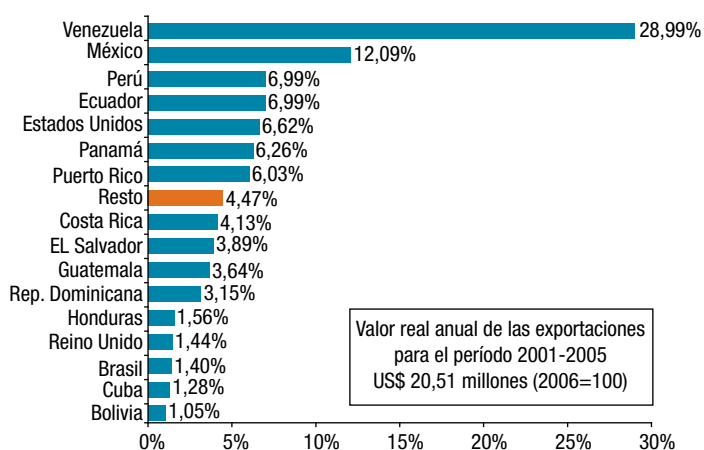
Gráfica 2.9. Participación de los destinos de las exportaciones de sectores competitivos de la cadena de industrias gráficas de Bogotá-Cundinamarca. Promedio del período 2001-2005.

a. Actividades de edición.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

b. Actividades de impresión y conexos.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

Cuadro 2.2

Sectores competitivos de la cadena de industrias gráficas: principales destinos de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca.

Sector	Destinos 1/	Participación en las expo. de Bog-Cun	Puesto en ranking - III	Gravamen 2/	
				General	Colombia
Actividades de edición	México	22,42%	21	2,4%	0,0%
	Venezuela	16,55%	3	7,7%	0,0%
	Estados Unidos	14,09%	26	0,2%	0,0%
	Ecuador	9,78%	6	7,6%	0,0%
	Perú	7,52%	17	12,0%	0,0%
Actividades de impresión y servicios conexos	Venezuela	28,99%	6	18,0%	0,0%
	México	12,09%	17	3,3%	0,0%
	Perú	6,99%	14	10,2%	0,0%
	Ecuador	6,99%	7	17,8%	0,0%
	Estados Unidos	6,62%	20	0,2%	0,0%

Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE, Comtrade y Proexport.

Notas: 1/ Los principales destinos no incluyen zonas francas. 2/ El gravamen o cálculo de los promedios arancelarios incluye los aranceles ad valorem y los equivalentes arancelarios de las tarifas específicas; no incluye equivalentes de cuotas y tarifas mixtas. En la columna denominada "Puesto en ranking - III" las casillas en azul claro señalan los mercados que exhiben vocación importadora (III>1). III: Índice de intensidad importadora; n.d.: no disponible; n.a.: no aplica.

generales de acceso. Para tal fin se utilizará el cuadro 2.2, que se divide en seis columnas:

En la primera se indica cuál es el renglón de análisis. En las dos columnas siguientes aparece el nombre del país de destino de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca y la participación promedio de cada destino en las exportaciones totales de la Región durante el período 2001-2005.

En la cuarta columna se presenta el puesto del mercado según el III obtenido en el promedio del período 2001-2005. Recordemos que este índice permite conocer para cada mercado el comportamiento de la demanda. Así las cosas, el *ranking* es una forma de organizar los 31 mercados de interés de este trabajo según su nivel de importaciones: los mercados que registran en términos relativos una demanda internacional considerable se encuentran en los primeros puestos y aquellos mercados menos dinámicos ocupan los últimos lugares. Además, las casillas re-

saltadas en azul claro señalan los mercados que exhiben vocación importadora (III>1).

Finalmente, la quinta y sexta columna recogen información complementaria. Primero se presenta el gravamen general del país y luego el aplicado a las importaciones provenientes de Colombia.

Como se observa en el cuadro 2.2, los destinos de la cadena de *industrias gráficas* de la Región se concentran en cinco mercados: Venezuela, México, Perú, Ecuador y Estados Unidos, mercados que han participado anualmente en promedio del 70,36% de las exportaciones de *actividades de edición* y del 61,68% de las ventas externas de *Actividades de impresión y servicios conexos* de la región Bogotá-Cundinamarca en el período 2001-2005.

Adicionalmente, se evidencia la posibilidad de realizar una diversificación geográfica y aumentar el volumen de las ventas externas de Bogotá-Cundinamarca, ya que no se está ex-

// LAS EXPORTACIONES DE LA CADENA DE INDUSTRIAS GRÁFICAS DE LA REGIÓN SE CONCENTRAN EN CINCO MERCADOS PRINCIPALMENTE: VENEZUELA, MÉXICO, PERÚ, ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS.

portando significativamente a los países que ocupan los primeros puestos en el ranking según el III, con excepción de Venezuela en las *actividades de edición*. No obstante, la participación de la Región en las importaciones venezolanas del mencionado sector es inferior al 8%.

Finalmente, es importante mencionar las preferencias arancelarias con las que cuentan las importaciones provenientes de Colombia en los principales destinos, ya que en todos ellos se aplica un arancel de 0% a las importaciones de origen colombiano, frente a un arancel general que oscila entre 0,2% y 18,0%.

4. Principales importadores, condiciones de acceso y competidores

Como se mencionó, los mercados que ocupan los primeros lugares según su vocación importadora son Suiza, Canadá, Venezuela, Noruega y Australia en *actividades de edición*, y

Suiza, Noruega, El Salvador, Guatemala y Bolivia en *actividades de impresión y servicios conexos*. El cuadro 2.3 revela que únicamente en Venezuela y Bolivia, este último perteneciente a la CAN, Colombia goza de preferencias arancelarias frente a sus competidores, que no se están aprovechando adecuadamente dado el bajo volumen de las exportaciones hacia estos mercados. En efecto, en 2005, Venezuela importó *actividades de edición* por valor de US\$342 millones y Bogotá-Cundinamarca sólo exportó US\$24.8 millones a ese mercado. En el caso de Bolivia, se da un comportamiento muy similar: este mercado importó en el 2005 *actividades de impresión y actividades de servicios conexos* por US\$13.5 millones, mientras que la Región le exportó US\$215.628.

El acuerdo comercial con EFTA puede beneficiar la cadena de *industrias gráficas* tras generar mejores condiciones de acceso en Suiza y

Cuadro 2.3

Sectores competitivos de la cadena de industrias gráficas: principales importadores.

Sector	Principales importadores según III	Gravamen 2/ General	Colombia	Principales competidores por destino, según IEE		
Actividades de edición	Suiza	n.d.	n.d.	Jordania	Jamaica	Bielorrusia
	Canadá	0,0%	0,0%	China -Hong Kong	Francia	Emiratos Árabes
	Venezuela	7,7%	0,0%	Cuba	Dinamarca	Irlanda
	Noruega	n.d.	n.d.	Irlanda	Eslovenia	Suecia
	Australia	n.d.	n.d.	Austria	Reino Unido	China Hong Kong
Actividades de impresión y servicios conexos	Suiza	n.d.	n.d.	Austria	Alemania	Eslovaquia
	Noruega	n.d.	n.d.	Finlandia	Dinamarca	Alemania
	El Salvador	9,4%	n.a.	Colombia	Perú	Chile
	Guatemala	9,4%	n.a.	Áreas nep	Perú	Colombia
	Bolivia	9,8%	0,0%	Perú	Uruguay	Chile

Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE, *Comtrade* y Proexport. *Notas:* 1/ El gravamen o cálculo de los promedios arancelarios incluye los aranceles *advalorem* y los equivalentes arancelarios de las tarifas específicas; no incluye equivalentes de cuotas y tarifas mixtas. IEE: índice de especialización de exportaciones específico

Gráfica 2.10. Bogotá-Cundinamarca, fortalezas y ventajas de la actividad exportadora.

a. Desde el punto de vista de su actividad exportadora, ¿cuáles son las principales fortalezas que posee su empresa?

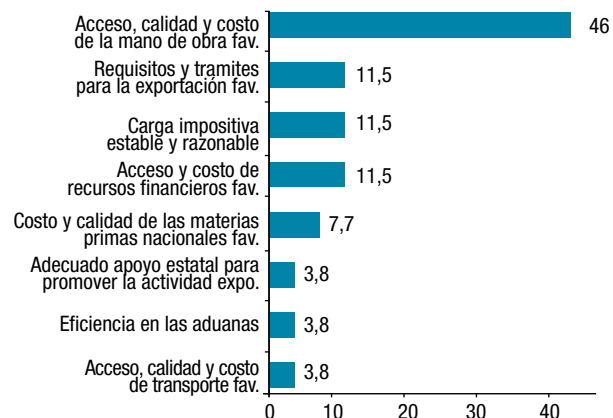


Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

Noruega, mercados para los cuales la base de datos de Proexport utilizada para este proyecto no dispone de información arancelaria. También es importante recalcar los beneficios para la industria derivados del acuerdo que está por entrar en vigencia con Centroamérica, pues, como se mencionó, El Salvador y Guatemala exhiben un gran potencial importador por las *actividades de impresión y servicios conexos*⁹.

Para terminar el análisis de los indicadores se debe destacar que, según el *índice de especialización de exportaciones específico* (IEEe), los principales competidores de la Región en la exportación de *actividades de edición* son Jordania, Irlanda, Austria, China y Hong-Kong, y Perú, Alemania y Chile en las *actividades de impresión y servicios conexos*. En El Salvador y

b. En el entorno nacional en el que opera su empresa, ¿cuáles son los aspectos que le representan a su empresa mayores ventajas en su actividad exportadora?



Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

Guatemala, Colombia se encuentra entre los proveedores de *Actividades de impresión y servicios conexos* con mayor especialización relativa.

D. Análisis DOFA

A continuación se presenta el análisis DOFA del sector *Industrias gráficas* en la región Bogotá-Cundinamarca, realizado con base en trabajos anteriores de Fedesarrollo y en la revisión de la literatura existente. Adicionalmente, se llevó a cabo una encuesta a los empresarios del sector en el módulo especial de la *Encuesta de opinión empresarial* (EOE) de Fedesarrollo y se realizaron talleres en la Cámara de Comercio de Bogotá en diciembre de 2007.

1. Fortalezas

La industria de artes gráficas ha demostrado ser competitiva en América Latina. Es así como Bogotá-Cundinamarca ocupa los primeros lugares el escalafón mundial de competitividad de las *actividades de edición* y las *actividades de impresión y servicios conexos* y del subsegmento

⁹ Según la gráfica 2.9b anualmente, en promedio, el 3,89% de las exportaciones totales de Bogotá-Cundinamarca de *actividades de impresión y servicios conexos* se dirigieron a El Salvador y el 3,64% a Guatemala, durante el período 2001-2005.

de libros, posicionamiento que le ha permitido penetrar con éxito la mayor parte de los mercados relevantes del hemisferio (ver cuadro 2.2).

Una de las fortalezas que ha alcanzado esta industria es su grado de integración vertical. Sin embargo, hay que recordar que los primeros eslabones de la cadena presentan niveles de competitividad mucho menores que los productos elaborados, lo cual constituye una restricción para la competitividad general de la cadena. De otro lado, conviene destacar que Colombia ha logrado reconocimiento en cuanto a la calidad y diversificación de sus productos en los mercados de destino.

La EOE realizada por Fedesarrollo revela las principales fortalezas que poseen las empresas exportadoras del sector *industrias gráficas* y las ventajas que les proporciona el entorno nacional. La gráfica 2.10 (a) muestra que 23,1% de los encuestados considera que el buen diseño es la principal fortaleza de su empresa, 19,2% cree que son los bajos costos de producción y 15,4% afirma que es la capacidad para cumplir exigencias de calidad del

producto. Cabe señalar que en la sección de debilidades los costos de producción son catalogados como una desventaja. Esta aparente contradicción puede explicarse porque las pequeñas empresas no gozan de las economías de escala que las grandes empresas poseen.

Al preguntarles a los empresarios del sector por sus principales fortalezas frente a sus competidores en los mercados de destino, destacaron la calidad del producto (en todos los mercados menos en Canadá) y la capacidad productiva (en todos menos Canadá y Brasil). Adicionalmente, en el mercado de EE.UU. hay fortalezas como los costos y la calidad de la mano de obra, la calidad del producto, y el acceso a canales de distribución. En el Mercado Común Centroamericano sobresale la distancia a ese mercado, el diseño y presentación del producto y el acceso a canales de distribución (ver cuadro 2.4).

2. Debilidades

La participación de mercados de destino como Venezuela y Ecuador en las exportaciones que hace la Región ha aumentado. Estos

Cuadro 2.4

Señale las principales fortalezas frente a sus competidores en cada uno de sus mercados de destino.

	Canadá	Estados Unidos	México	MCC	Países del Caribe	Venezuela	Ecuador	Perú	Chile	Mercosur	Brasil	Unión Europea	Asia
Capacidad productiva (volúmenes)		X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	
Costos mano de obra		X											
Calidad de la mano de obra		X	X			X	X						
Capacidad tecnológica						X	X						
Distancia a mercados de destino			X	X	X	X	X	X	X				
Diseño y presentación del producto			X	X	X	X	X	X		X			
Calidad del producto		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Oportunidad de entrega y servicio posventa		X	X										
No tiene marca reconocida						X	X	X					
Acceso a canales de distribución	X	X	X	X	X								

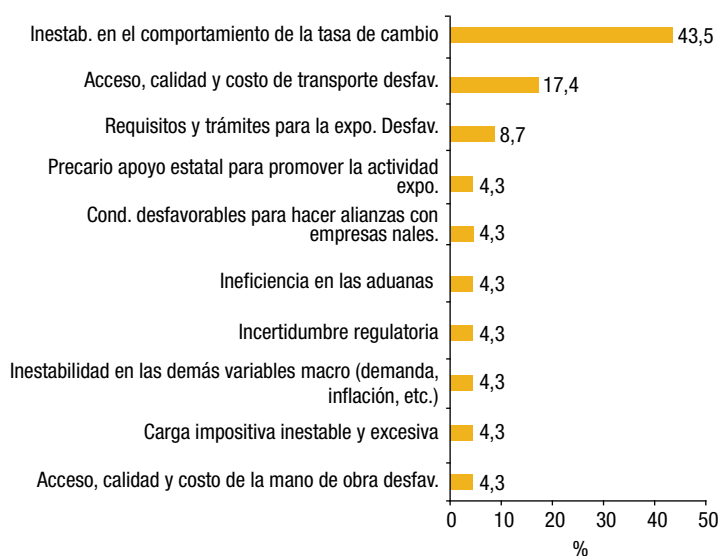
Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

Gráfica 2.11. Desde el punto de vista de su actividad exportadora, ¿cuáles son las principales debilidades que posee su empresa?



Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

Gráfica 2.12. En el entorno nacional en el que opera su empresa, ¿cuáles son los aspectos que le representan a su empresa mayores desventajas en su actividad exportadora?



Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

// LOS EMPRESARIOS DE LA REGIÓN CONSIDERAN QUE NO HAN LOGRADO DESARROLLAR EL ESQUEMA DE ALIANZAS O ASOCIACIONES, LO CUAL LES PERMITIRÍA UNA MAYOR COMPETITIVIDAD EN LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

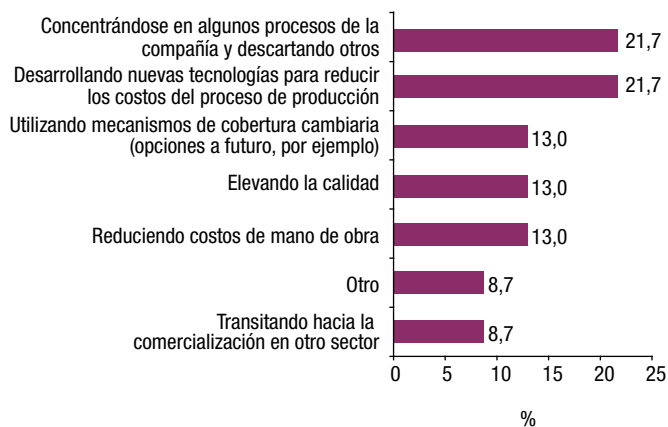
países han mostrado cambios políticos e institucionales importantes, los cuales pueden llegar a afectar negativamente las relaciones comerciales. De hecho, Venezuela ya se retiró de la CAN. Así mismo, estos países muestran un crecimiento importante en estos años, gran parte del dinamismo ha estado asociado con los aumentos en los precios del petróleo, un fenómeno que es cíclico. La combinación de estos tres aspectos genera inquietudes.

Los empresarios de varios segmentos del negocio encuestados, por ejemplo de las actividades de publicidad y edición, consideran que no han logrado desarrollar el esquema de alianzas o asociaciones, lo cual les permitiría una mayor competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

La gráfica 2.11 muestra las principales debilidades según la opinión de los empresarios del sector. En primer lugar destacan los altos costos de producción, con 30,4% de las respuestas. En segundo lugar reportaron la falta de mecanismos eficientes para determinar mercados potenciales y el deficiente servicio posventa (13% cada respuesta). En tercer lugar señalaron factores como la impuntualidad de entrega y que sus marcas no están posicionadas en los mercados de destino (8,7%).

Al preguntar por las mayores desventajas del entorno nacional se menciona la inestabilidad en el comportamiento de la tasa de cambio (43,5%), y el acceso, la calidad y el costo de transporte (17,4%) (ver gráfica 2.12).

Gráfica 2.13. ¿De qué forma ha enfrentado su empresa el proceso reciente de revaluación?



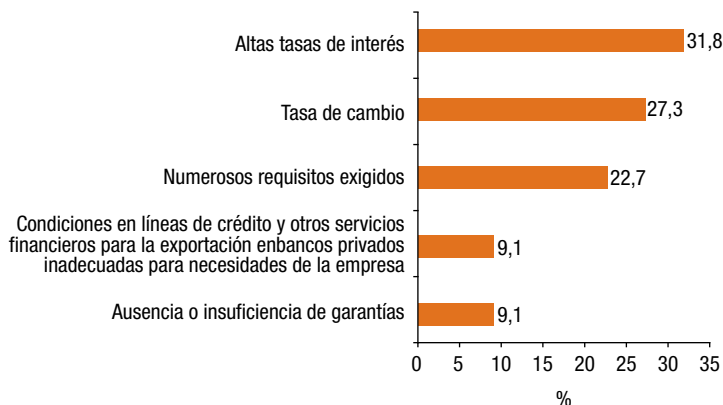
Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

Tomando en cuenta los efectos que ha tenido el severo proceso de revaluación de la moneda sobre la competitividad de la industria, se les preguntó a los encuestados sobre la manera como han enfrentado el problema. El 21,7% de los encuestados enfrentó el reciente proceso de revaluación concentrándose en algunos procesos de la compañía y descartando otros. Otro 21,7% desarrolló nuevas tecnologías para reducir los costos del proceso de producción, mientras que solo el 13% ha utilizado mecanismos de cobertura cambiaria (ver gráfica 2.13).

Al analizar los aspectos que afectan negativamente el acceso y el costo de los recursos financieros, la encuesta muestra que el 31,8% cree que son las altas tasas de interés, el 27,3% la tasa de cambio y el 22,7%, los numerosos requisitos (ver gráfica 2.14).

Por otro lado, la encuesta pregunta por los aspectos que afectan negativamente la competitividad de las empresas en el transporte aéreo, terrestre y marítimo. Para el transporte aéreo y terrestre, las tarifas son el factor más limitante con 86% y 43% de las respuestas, respectivamente. Para el transporte terrestre, en segun-

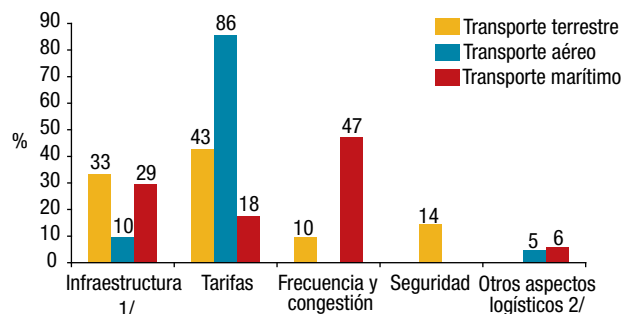
Gráfica 2.14 Señale los aspectos que afectan negativamente el acceso y el costo de los recursos financieros, desde el punto de vista de la competitividad de su empresa en los mercados externos.



Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

do lugar está la infraestructura con 33%. Para el transporte marítimo, la frecuencia y congestión es el aspecto más importante (47%), seguido por la infraestructura (29%), y las tarifas (18%) (ver gráfica 2.15).

Gráfica 2.15. Para cada una de las modalidades de transporte que utiliza su empresa para la exportación de sus productos, identifique los aspectos que afectan negativamente la competitividad de su empresa.



Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007. Notas: 1/: Calidad de vías, puertos y aeropuertos. 2/: Capacidad camiones, barcos, facilidad de almacenamiento, etc.

Cuadro 2.5

Señale las mayores debilidades de sus productos frente a sus competidores en los mercados de destino.

	Canadá	Estados Unidos	México	MCC	Países del Caribe	Venezuela	Ecuador	Perú	Chile	Mercosur	Brasil	Unión Europea	EFTA	Asia
Capacidad productiva (volúmenes)		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X
Costos mano de obra	X	X	X	X	X	X	X							
Otros costos de producción (crédito, servicios públicos)			X	X		X	X	X	X			X	X	
Costos de transporte nacional			X	X	X	X	X	X	X					
Costos transporte internacional	X	X	X	X	X	X	X			X		X		
Capacidad tecnológica		X												
Distancia a mercados de destino				X										
Requisitos exportación nacionales				X	X									
Restricciones al comercio en país de destino						X	X	X						
Oportunidad en la entrega y servicio posventa					X	X	X	X	X	X		X		

Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

Entre las debilidades de los productores de Bogotá-Cundinamarca, frente a sus competidores en los mercados de destino, destacan la capacidad productiva (presente en todos los mercados menos Canadá, Mercosur, y EFTA), los costos de transporte nacional e internacional, costos de producción como el crédito o servicios públicos, y los costos de mano de obra (ver cuadro 2.5).

3. Oportunidades

En Colombia el sector ha podido usar instrumentos como el Plan Vallejo y las zonas francas para evitar el pago de aranceles sobre los insumos utilizados para bienes destinados a la exportación, lo cual ha jugado a favor de la inserción internacional de esta industria. Además, cuenta con un conjunto de estímulos (por ejemplo, tributarios) a la actividad editorial contenidos en la Ley del Libro de 1993, que han sido imitados por otros países que han querido estimular la actividad empresarial de este sector cultural.

En términos generales, el balance de la negociación de un TLC con EE.UU. es positivo para el sector de *Industrias gráficas*. Además de la negociación asimétrica a favor del sector del papel de Colombia (que puede jugar en contra de la competitividad del resto de la cadena), la consolidación del acceso ATPDEA y las normas de origen flexibles, en el texto definitivo se conservó la posibilidad de que Colombia mantenga los estímulos contenidos en la Ley del Libro, que han sido el eje del éxito editor de muchas empresas colombianas en su penetración de mercados internacionales.

Adicionalmente, las zonas francas y el Plan Vallejo podrán seguir usándose, siempre y cuando los bienes producidos según estos programas especiales cumplan las normas de origen negociadas en el TLC. Colombia también podrá seguir aplicando el mecanismo de licencia previa para una potencial importación de usados, imperfectos y saldos, por lo cual es posible pensar que en la práctica estos bienes no se comerciarán y

Cuadro 2.6

Señale las principales limitaciones al comercio que encuentra en cada uno de sus mercados de destino.

	Estados Unidos	México	MCC	Países del Caribe	Venezuela	Ecuador	Perú	Chile	Mercosur	Brasil
Aranceles	X	X	X	X	X	X				
Cuotas, licencias u otras restricciones cuantitativas al comercio					X	X	X			
Control de cambios					X					
Trámites aduaneros y administrativos			X		X	X	X		X	
Obstáculos técnicos al comercio					X	X	X	X		X
Medidas sanitarias y fitosanitarias	X	X		X						
Dificultad para hacer negocios con empresas en país de destino	X	X						X		
Inexistencia de acuerdo comercial	X		X	X						
Inestabilidad demanda							X	X		
Tasa de cambio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Certificaciones de calidad		X	X	X		X	X	X		

Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

no constituirán fuente de perturbación para el sector. Se destaca como factor positivo adicional que el sector *Artes gráficas* podría encontrar oportunidades para adquirir maquinaria y equipo remanufacturado a menor costo, una vez se reglamente el comercio de este tipo de bienes.

Es importante recalcar los beneficios para la industria derivados del acuerdo que está por entrar en vigencia con Centroamérica, pues, como se mencionó, El Salvador y Guatemala exhiben un gran potencial importador por las *actividades de impresión y servicios conexos*.

Finalmente, los acuerdos comerciales de Colombia con EFTA y Canadá podrían beneficiar la cadena de *industrias gráficas* dadas las condiciones de acceso favorables para las importaciones provenientes de Colombia. Recordemos que Suiza, Noruega y Canadá presentan un gran potencial importador.

4. Amenazas

Las materias primas que requiere la industria tienen un abastecimiento insuficiente. Varias razones pueden estar detrás de este hecho. En primer lugar, no ha sido un sector muy dinámico en materia de inversiones (nacional y extranjera). En segundo término, Colombia ha tenido debilidades en la explotación de su capacidad productiva forestal, por pobres técnicas de reforestación y por la situación de inseguridad general del país, entre otros factores. Adicionalmente, la cadena depende de la importación de materias primas. Sin embargo, la cadena enfrenta alta protección en los primeros eslabones lo cual afecta negativamente su competitividad. La puesta en vigor del TLC con Estados Unidos subsanaría esta deficiencia, en la medida que haría al país más atractivo para la inversión y permitiría importar insumos para la cadena en condiciones más competitivas.

// LA INDUSTRIA DE ARTES GRÁFICAS ES ALTAMENTE DEPENDIENTE DE LA IMPORTACIÓN DE INSUMOS COMO PAPELES Y MAQUINARIA Y EQUIPO, LOS CUALES EN SU MAYORÍA PROVIENEN DE ESTADOS UNIDOS.

Por otro lado, la industria gráfica enfrenta el problema de la piratería editorial, la cual significó pérdidas por US\$73 millones en 2004, lo que representa aproximadamente 30% del mercado legal. De los US\$73 millones estimados para la piratería editorial total, US\$36 millones corresponden a piratería reprográfica, US\$31 millones a piratería litográfica y US\$6

EE.UU., los principales obstáculos son los aranceles, las medidas sanitarias y fitosanitarias, la dificultad para hacer negocios con empresas en ese país, la inexistencia de un acuerdo comercial y la tasa de cambio. En Venezuela, las limitaciones al comercio son los aranceles, las cuotas, licencias u otras restricciones cuantitativas al comercio, el control de cambios, los trámi-

Cuadro 2.7

Señale las principales limitaciones al comercio que encuentra en cada uno de sus mercados de destino.

	China	Tailandia	Singapur	Otros Asia Pacífico	Union Europea	EFTA
Medidas sanitarias y fitosanitarias					X	
Inexistencia de acuerdo comercial					X	
Inestabilidad demanda	X	X		X		
Tasa de cambio					X	X
Certificaciones de calidad	X	X	X	X		

Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

millones a la comercialización fraudulenta de muestras profesionales¹⁰. El cuadro 2.6 muestra los resultados de la encuesta que analiza las limitaciones que enfrentan las empresas del sector en los distintos mercados de destino. En

tes aduaneros y administrativos, los obstáculos técnicos al comercio, y la tasa de cambio (ver cuadro 2.6). En la Unión Europea se destacan como limitaciones la inexistencia de un acuerdo comercial y la tasa de cambio (ver cuadro 2.7).

10 Fedesarrollo (2006). *La piratería editorial en Colombia: medición, factores explicativos y estrategias de acción*. Cámara Colombiana de Libro, Bogotá.

III. CONCLUSIONES



EL SECTOR *INDUSTRIAS GRÁFICAS* DE COLOMBIA Y, en particular, de Bogotá-Cundinamarca ha demostrado ser uno de los más competitivos de América Latina, lo cual le ha permitido penetrar con éxito la mayor parte de los mercados relevantes del hemisferio, con excepción del mercado estadounidense.

Entre los principales desafíos que enfrenta la cadena sobresalen: seguir avanzando en la estrategia de industrialización de la actividad de reforestación para aumentar su competitividad; superar la limitación de no poder acceder a materias primas a menor costo y la necesidad de conocer mejor los mercados internacionales para así lograr la penetración del nicho de habla hispana en países como EE.UU.

Industrias gráficas comparte algunos de los problemas detectados para todos los sectores estudiados en este trabajo. El módulo especial de la *Encuesta de opinión empresarial* (EOE) de Fedesarrollo revela los principales cuellos de botella que existen para diferentes sectores. Aunque cada sector tiene características específicas, hay problemas comunes a todos los renglones analizados en este trabajo, como el problema de transporte, asociatividad, parafiscales y estudio de mercados.

Merece especial atención la manifestación recurrente de los empresarios de todos los sectores, con excepción de los de servicios, de la apremiante necesidad de inversión en infraestructura, sobre todo en el transporte terrestre, así como la reducción de tarifas para el caso de transporte aéreo y la frecuencia y congestión del transporte marítimo. La necesidad de contar con mejor infraestructura de transporte terrestre y marítimo tiene una mayor importancia relativa para el sector *Industrias gráficas* dado que este es el método de transporte que más utiliza el sector.

De otro lado, es necesario trabajar en la integración de los distintos eslabones de la cadena. Este imperativo no sólo abarca la necesidad de avanzar en procesos de asociatividad, como mecanismo para que los pequeños empresarios que caracterizan el sector puedan hacerle frente a la gran demanda internacional, sino además la conveniencia de generar una mayor integración vertical que permita alcanzar una mayor agregación de valor.

Por otro lado, los empresarios encuestados subrayaron la desventaja que se genera a través de los impuestos parafiscales. Se trata de cargas obligatorias que equivalen a 9% del valor de la nómina y que incluyen aportes al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y las cajas de compensación y subsidio familiar. Por tanto, hay que seguir impulsando el debate a favor de la eliminación de los parafiscales para que la Región pueda competir en los mercados del mundo.

Los resultados de la encuesta reiteran la importancia de desarrollar inteligencia de mercados en todos los sectores. La mayoría de los encuestados insistieron en que no cuentan con mecanismos eficientes o no los utilizan para determinar mercados potenciales. En ese sentido, los mayores esfuerzos de las autoridades públicas y privadas deberían orientarse a generar un mayor conocimiento de ese mercado, a través de misiones empresariales y ruedas de negocios que permitan colonizarlo paulatinamente.

Como se vio, *Industrias gráficas* presenta una apertura exportadora con una tendencia al alza en dos de los tres sectores que la componen. Sin embargo, únicamente las *actividades de edición* superan los niveles de apertura de la industria total de la Región.

Los eslabones finales de la cadena de *industrias gráficas* de Bogotá-Cundinamarca gozan de una competitividad envidiable en el mercado internacional. La Región ocupa el segundo lugar en los escalafones mundiales de competitividad de países (estimado para el período 2001-2005) referente a las *actividades de edición y actividades de impresión y servicios conexos*. No obstante, el sector *Papel, cartón y*

sus productos, que proporciona insumos importantes para la cadena, es competitivo sólo desde 2005. La poca competitividad de este sector se debe en gran medida a las malas técnicas de reforestación y a la carencia de estímulos para la explotación de la capacidad productiva forestal del país. Por ello, es imperativo, para la competitividad de la cadena en su conjunto, crear una serie de estímulos para la explotación de la capacidad productiva forestal y limitar la protección a los primeros eslabones de la cadena de *industrias gráficas*, pues las materias primas que requiere actualmente la industria son insuficientes, lo que ha aumentado los costos de producción.

Por otra parte, en la cadena *Industrias gráficas* se deben buscar nuevos mercados con el fin de reducir su dependencia de Venezuela, ya que el comercio bilateral puede afectarse debido a la inestabilidad política y macroeconómica del país vecino.

Como se mencionó, los principales destinos de las exportaciones de sectores competitivos son en su mayoría importadores intensivos. En todos ellos, Colombia goza de preferencias arancelarias y la participación de la Región en sus importaciones es menor. En este escenario, es posible para la Región aumentar el volumen de sus exportaciones a los que ya son sus principales mercados. Sin embargo, ello depende de las soluciones que se les den a los principales cuellos de botella de la cadena, entre los que se encuentran los problemas de transporte y costos.

Los acuerdos comerciales de Colombia con EFTA y Canadá podrían beneficiar la

cadena de *industrias gráficas* si se generan condiciones de acceso favorables para las importaciones provenientes de Colombia. Recordemos que Suiza, Noruega y Canadá presentan un gran potencial importador. Igualmente, el acuerdo que está por entrar en vigencia con Centroamérica permitiría aumentar el volumen de exportaciones de las *actividades de impresión y servicios conexos*, si se generan preferencias arancelarias, hasta la fecha inexistentes en El Salvador y Guatemala, países que exhiben un gran potencial importador por el mencionado renglón.

Para finalizar, es importante subrayar que Colombia goza actualmente de preferencias arancelarias en Estados Unidos. No obstante, el arancel general de Estados Unidos es de tan sólo 0,2% frente al 0,0% aplicado a las importaciones de *Industrias gráficas*¹¹ provenientes de Colombia. Así las cosas, aunque exista un arancel preferencial no es muy importante. Por ello, la ratificación del TLC por el Congreso de Estados Unidos, si bien es trascendental para otros sectores, no reviste una importancia tan grande para la cadena de *industrias gráficas*.

Por último, además de las posibilidades de exportar productos terminados, conviene explorar adicionalmente la conveniencia de aprovechar las oportunidades de la subcontratación de servicios de impresión de alta calidad como los que presentan los impresores de la Región. Los bajos costos relativos del sector y el alto nivel de calidad de sus servicios pueden darle muchas ventajas para competir en el mercado mundial, donde la subcontratación es una práctica cada vez más generalizada.

11 El cálculo del promedio arancelario sólo incluye las *actividades de edición y actividades de impresión y servicios conexos*. Se excluye el sector *Papel, cartón y sus productos*.

**// LOS ESLABONES FINALES DE LA CADENA
DE INDUSTRIAS GRÁFICAS DE BOGOTÁ-
CUNDINAMARCA GOZAN DE UNA COMPETITIVIDAD
ENVIDIABLE EN EL MERCADO INTERNACIONAL.**



Bibliografía

América Economía Intelligence. “Estudio de ciudades latinoamericanas”, diversos números.

Araujo Ibarra y Asociados, Cámara de Comercio de Bogotá, Carce y (2001). “Base técnica para la formulación del Plan Estratégico Exportador de la región Bogotá-Cundinamarca”, informe final, Bogotá, fotocopia, abril.

Arbeláez M., Melendez M., León N. (2007), “The Emergence of New Successful Export Activities in Colombia”, mimeo, Fedesarrollo.

Brenton, P., Newfarmer, R. y P. Walkenhorst (2007), “Export Diversification: A Policy Portfolio Approach”, mimeo, Yale University.

Cámara de Comercio de Bogotá y Universidad Javeriana (2003). “Ajuste al Plan Estratégico Exportador de la región Bogotá-Cundinamarca”, Informe final, fotocopia, Bogotá, diciembre.

Cámara de Comercio de Bogotá (2005). “Perfil del comercio exterior de la región Bogotá-Cundinamarca con Estados Unidos, CCB. Bogotá, Colombia.

Cámara de Comercio de Bogotá y América Intelligence (2006). “Brechas de competitividad de Bogotá en el contexto de América Latina”, CCB, Bogotá. Colombia.

Cámara de Comercio de Bogotá (2006). “Perfil del comercio exterior de la región Bogotá-Cundinamarca con México, Bogotá, Colombia.

Cámara de Comercio de Bogotá (2007). “Informe del sector externo de Bogotá-Cundinamarca 2006 y primer semestre de 2007”, Bogotá, Colombia.

Cámara de Comercio de Bogotá (2008). “Perfil del comercio exterior de la región Bogotá-Cundinamarca con Chile, CCB, Bogotá, Colombia.

Cárdenas, M (2007). “Economic Growth in Colombia: A Reversal Of ‘Fortune?’”, Fedesarrollo WP36.

Convenio de Complementación Industrial en el Sector Automotor. Lima, 16 de Septiembre de 1999.

Dollar, D. y A. Kraay (2001), “Trade, Growth, and Poverty”, World Bank Policy Research Department Working Paper, 2615.

Edwards, S. y R. Steiner (2000), “On the Crisis Hypothesis of Economic Reform: Colombia 1989-91”, Cuadernos de Economía, Pontificia Universidad Católica de Chile, no. 112, diciembre, pp. 445-493.

Fondo Monetario Internacional, “World Economic Outlook”, 2007.

Hausmann, R., Rodrik, D. y Velasco, A. (2005), “Growth Diagnostics”, mimeo, Harvard University.

Hausmann, R y B. Klinger (2006), “Structural Transformation and Patterns of Comparative Advantage in the Product Space”, CID Working Paper, 128.

Humphrey, J. y O. Memedovic (2007), “The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries”, Sectoral Studies Series - UNIDO.

Lederman Daniel y Maloney William, “Natural Resources: neither curse nor destiny”, World Bank, 2007.

Rodrik, D. y R. Hausmann(2003), “Economic Development as Self-Discovery”, mimeo, Harvard University.

Rodrik, D. (2004a), “Growth Strategies”, mimeo, Harvard University.

Rodrik, D. (2004b), “Industrial Policy for the Twenty-First Century”, mimeo-Harvard University.

World Economic Forum (2007). “Global Competitiveness Report 2006-2007”, informe anual del WEF, Ginebra.

Anexo:

Definición e interpretación de los indicadores de competitividad comercial relativa

A. Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR)

El IVCR se usa para determinar la competitividad relativa de los sectores o productos de un país. El índice compara la participación del producto en cuestión en las exportaciones del país, con la participación de las exportaciones mundiales del producto en las exportaciones mundiales totales. El índice siempre tiene un valor mayor que cero. Si el índice es mayor que 1, el país tiene una ventaja comparativa en el producto analizado, y si es menor que 1, cuenta con una desventaja comparativa en el producto.

$$IVCR_{Aj} = \frac{\left(\frac{x_{Aj}}{X_A}\right)}{\left(\frac{x_{wj}}{X_w}\right)}$$

$IVCR_{Aj}$: índice de ventaja comparativa revelada del país A para el producto j.

x_{Aj} : valor de las exportaciones del país A del producto j.

x_{wj} : valor de las exportaciones mundiales del producto j.

X_A : valor de las exportaciones totales del país A.

X_w : valor de las exportaciones totales mundiales.

B. Índice de intensidad importadora (III)

El III se utiliza para conocer la especialización importadora de un país. El índice se define como el cociente entre la participación de un sector en las importaciones totales de un país sobre la participación del mismo sector en las importaciones mundiales. El índice siempre tiene un valor mayor que cero. Cuando este índice es mayor que 1, se dice que el país tiene una vocación importadora por el sector, porque en términos relativos importa más de lo que se comercia mundialmente. Cuando el índice es menor que 1, se trata de un sector en que la especialización importadora es menor que la mundial. Por último, si el valor del índice es cercano a 1, la especialización comercial es similar a la del mundo en su conjunto.

$$III_{Bj} = \frac{\left(\frac{m_{Bj}}{M_{Bt}}\right)}{\left(\frac{m_{wj}}{M_{wt}}\right)}$$

III_{Bj} : índice de intensidad importadora del país B por el producto j.

m_{Bj} : valor de las importaciones del país B del producto j.

M_{Bt} : valor de las importaciones totales del país B.

m_{wj} : valor de las importaciones mundiales del producto j.

M_{wt} : valor de las importaciones mundiales totales.

C. Índice de especialización de las exportaciones específico (IEEe)

El IEEe compara la participación de las exportaciones de un sector de un país a un mercado específico en las exportaciones totales del país a ese mercado, con la participación de las importaciones de ese sector que hace ese mercado en sus importaciones totales. El IEEe toma un valor mayor que cero. A mayor valor del indicador, mayor especialización de ese país en la venta de un producto a ese mercado específico. Si IEEe es mayor que 1, hay una ventaja comparativa de ese producto en ese mercado, y si es menor que 1, el mercado importa mucho más del producto de lo que el país está exportando.

$$IEEe_{ABj} = \frac{\left(\frac{x_{ABj}}{X_{AB}} \right)}{\left(\frac{m_{Bj}}{M_B} \right)}$$

$IEEe_{ABj}$: índice de especialización de las exportaciones del país A al país B del bien j.

x_{ABj} : exportaciones del país A al país B del bien j.

X_{AB} : exportaciones totales del país A al país B.

m_{Bj} : importaciones del país B del bien j.

M_B : importaciones totales del país B.

Este indicador se utiliza para determinar la competitividad de los principales proveedores de Bogotá-Cundinamarca y para identificar los principales competidores de la Región en los mercados de interés de este proyecto.