

MECANISMOS PARA LA DETERMINACIÓN DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE SECTORES ECONÓMICOS EN ESCENARIOS INTERNACIONALES

Edgar Javier Gómez Parada¹ Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás Bucaramanga, Ing. Químico. Mg en Educación.

Recibido agosto 15 de 2015– Aceptado septiembre 25 de 2015

<http://dx.doi.org/10.18566/puente.v9n2.a10>

Resumen— En este artículo se propone hacer una exposición de algunas herramientas para determinar la dinámica competitiva de sectores exportadores en mercados internacionales. Partiendo de los indicadores de comercio exterior propuestos en la literatura por Duran, y Alvarez. (2008) [1], principalmente relacionados con balanza comercial relativa y ventajas comparativas, se muestran los ajustes necesarios para analizar la competitividad de sectores productivos de Santander y Colombia en mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos. Se complementa además con dos propuestas desarrolladas para analizar la situación competitiva de algunos sectores productivos en mercados externos; una a partir de una matriz de desempeño competitivo; y otra a partir de una valoración de la situación en el mercado. Se muestra el proceso de obtención de datos a partir de fuentes estadísticas y el procedimiento para realizar los cálculos de los índices y las valoraciones cualitativas a partir de los datos obtenidos. Estas herramientas de análisis son producto de varios trabajos de investigación dentro de la línea de internacionalización de sectores productivos.

Palabras Claves— Competitividad, Situación Competitiva, Posicionamiento Competitivo. Indicadores de Comercio Exterior

Abstract— This essay focuses on certain tools to determine the competitive dynamics of export sectors in international markets. Based on the foreign trade indicators proposed in the literature by Duran, and Alvarez (2008) [1], mainly related to relative balance of trade and comparative advantage, it shows the adjustments needed to analyze the competitiveness of Colombia's and Santander's productive sectors in international markets, especially in the United States. In addition, it offers two methods developed to analyze the competitive situation of some productive sectors in external markets: one from a matrix of competitive performance, and another from an assessment of the market situation. Finally, it explains

the process of obtaining data from statistical sources, as well as the techniques to perform calculations of indexes and qualitative assessments from the obtained data. These analytical tools are the product of several research efforts made within the line of internationalization of productive sectors.

Keywords— competitiveness, competitive situation, competitive positioning, foreign trade indicators.

I. INTRODUCCIÓN

La información estadística sobre el comercio exterior es abundante y está a disposición del público en diversas bases de datos de libre acceso; se requiere del acompañamiento de instrumentos de interpretación que integren diversas variables y permita hacer análisis reales sobre el comportamiento de productos en el mercado. [2].

Se muestran ejercicios desarrollados en proyectos sobre la línea de Internacionalización de sectores productivos por el grupo de investigación Integración y Globalización de los Negocios de la Universidad Santo Tomás Bucaramanga. [3]. El objetivo principal es presentar herramientas que sirvan para el análisis del desempeño de productos exportados de una región y su comportamiento en un mercado específico. Como objetivos específicos se desprenden, dar la explicación del proceso de construcción e interpretación de la matriz de posicionamiento competitivo, mostrar cómo se analiza la situación competitiva del sector, y presentar la aplicabilidad dada a indicadores de comercio exterior ajustados a los sectores exportadores de Santander enfocados al mercado de Estados Unidos

Se muestran inicialmente las bases conceptuales sobre las propuestas de una matriz del desempeño competitivo y marco de la situación competitiva que se puede aplicar para cualquier producto o sector de una región específica en un mercado externo así como algunos elementos para hacer la valoración cualitativa. Posteriormente se muestra un conjunto de indicadores de comercio exterior relacionados con la balanza comercial relativa e índice de ventaja comparativa

¹ Edgar Javier Gómez Parada Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás Bucaramanga, Ing. Químico. Mg en Educación. Email: edjagomezp@yahoo.com

revelada para analizar la competitividad de un sector en un mercado externo.

En la parte de resultados se muestra la aplicación de algunos de indicadores de comercio exterior [1]. Se acompañan con ejemplos de aplicación y resultados de las herramientas propuestas.

II. MATRIZ PARA LA DETERMINACIÓN DEL DESEMPEÑO COMPETITIVO

Con base en el comportamiento del mercado que se mide en función de las importaciones y en el desempeño de las exportaciones de un país específico se determina la situación del país para un producto o sector a partir de un conjunto de variables y su respectivo análisis que se integran en una matriz. [3].

A continuación se muestran las variables y su interpretación. Ver TABLA I

TABLA I.
MATRIZ DE POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

VARIABLES	INTERPRETACIÓN
Tamaño del mercado:	Valor de las importaciones realizadas por un mercado específico en un tiempo determinado en un sector o producto. Un mercado atractivo es aquel que tiene alto volumen de importaciones
Comportamiento del mercado:	Variación de las importaciones en un rango de tiempo dado. Se propone por 5 años. Cuando las importaciones crecen en un rango de tiempo, indica ampliación del mercado. Cuando las importaciones disminuyen dentro de ese rango de tiempo, indica que el mercado se reduce.
Participación de Colombia (o una región específica):	Participación (en porcentaje) de Colombia (o región) dentro de las importaciones realizadas por el país destino.
Comportamiento de Colombia (o una región específica):	Variación de las exportaciones que realiza Colombia (o región) al país destino. Se propone seleccionar un rango de 5 años. Cuando las exportaciones al mercado destino aumentan indica que hay ganancia de Colombia en el mercado. Cuando las exportaciones al mercado destino disminuyen indica pérdida en el mercado.
Principales competidores:	Se identifican cuáles son los principales países participantes en las importaciones del mercado destino, y se indica la participación de cada uno en términos porcentuales. Se seleccionan 4 - 5 competidores.

Comportamiento de los competidores:	Para cada uno de los competidores se determina el comportamiento en un periodo de 5 años, en función de la variación. Permite analizar como es el desempeño frente a los demás competidores
Distancia con los competidores:	Se establece una relación (división) entre el valor exportado por cada uno de los países competidores (en el numerador) sobre el valor exportador por Colombia (en el denominador).

Fuente: elaboración propia

A continuación se presenta un caso de aplicación para un sector de Colombia en el mercado de Estados Unidos. VER TABLA II.

TABLA II.
MATRIZ DE POSICIONAMIENTO COMPETITIVO PARA EL CAP 62 (PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE PUNTO) DE COLOMBIA EN ESTADOS UNIDOS

VARIABLES	INTERPRETACIÓN
Tamaño del mercado:	36785 millones de dólares importados en el 2012 Mercado muy atractivo por el alto volumen de importaciones
Comportamiento del mercado:	Disminución de las importaciones en 1,4% entre 2008 – 2012 Se puede considerar un mercado constante. La disminución en el periodo de tiempo de 5 años no es muy significativa.
Participación de Colombia	0,28% de las importaciones de Estados Unidos en productos de prendas de vestir excepto de punto. Muy baja participación de Colombia en el mercado.
Comportamiento de Colombia en el mercado	Disminución del 49% de las importaciones provenientes de Colombia al mercado de Estados Unidos entre 2008 – 2012. Colombia pierde participación en un mercado atractivo y de ritmo constante, además de la baja participación, deja ver pérdida de competitividad en el mercado norteamericano. No aprovecha ventajas comparativas como cero arancel, distancia geográfica relativamente cercana y existencia de acuerdos comerciales.
Principales competidores:	China; Viet Nam; Bangladesh; México; Indonesia; India. Alta participación de países asiáticos.
Comportamiento de los principales competidores:	China: 5,2% Viet Nam: 16,87% Bangladesh: 30,41% México: -0,93% Indonesia: 0,33% India: -3,5% Los principales competidores como China, Vietman y Bangladesh crecen a ritmos superiores al comportamiento del mercado

Distancia con los competidores. Número de veces	China: 139 Viet Nam: 27 Bangladesh: 31 México: 24 Indonesia: 20 India: 17 Los principales competidores tienen una distancia muy superior en valores absolutos a las exportaciones que hace Estados Unidos provenientes de Colombia.
---	---

Fuente: elaboración propia.

De la información y análisis presentado en la matriz, se puede deducir que el sector prendas y complementos de vestir de punto de Colombia en el mercado de Estados Unidos carece de competitividad, presenta pérdida de participación en el mercado y no aprovecha ventajas comparativas respecto a los países asiáticos en términos arancelarios, de acuerdos comerciales y de distancias relativas al mercado.

III. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN COMPETITIVA

Representa el comportamiento de un país específico en un mercado, para un producto o sector determinado. Se estima con base en la relación entre el la variación de las importaciones del mercado y la variación de las importaciones provenientes de un país específico (puede ser también las exportaciones de dicho país específico) al mercado. Las variaciones se determinan tomando un rango de tiempo, se recomienda un lapso de 5 años. [4], [5], [6].

Cuando las importaciones del mercado aumentan en el periodo de tiempo definido, la variación es positiva y se considera un mercado dinámico. Por el contrario, si las importaciones del mercado disminuyen en el periodo de tiempo determinado, la variación es negativa y se considera un mercado en retroceso.

Cuando las exportaciones del país específico al mercado destino aumentan en el periodo de tiempo definido se considera ganancia en el mercado para el país.

Si las exportaciones del país específico al mercado destino disminuyen en el periodo de tiempo definido se considera pérdida en el mercado para el país.

Pueden presentarse cuatro situaciones:

Situación de potencial competitivo

Las importaciones del mercado aumentan y las exportaciones del país específico a dicho mercado aumentan. Se puede valorar como alto cuando la

variación del país específico es mayor que la variación del mercado; y medio cuando la variación del país específico es menor que la variación del mercado. Concuerdan relaciones de mercado dinámico y ganancia en el mercado

Situación de oportunidades perdidas

Cuando la variación de las importaciones del mercado aumentan y la variación de las exportaciones del país específico a dicho mercado disminuyen del país específico. Aparecen relaciones de mercado dinámico y pérdida en el mercado.

Situación de productos vulnerables

Cuando la variación de las importaciones del mercado disminuyen y la variación de las exportaciones del país específico a dicho mercado aumentan. Se establecen relaciones de mercado en retroceso y ganancia en el mercado.

Situación de productos en retirada

Cuando la variación de las importaciones del mercado disminuyen y la variación de las exportaciones del país específico a dicho mercado disminuyen. Aparecen relaciones de mercado en retroceso y pérdida en el mercado.

Las relaciones planteadas se pueden expresar en diferentes zonas dentro de un plano cartesiano [4], [5], [6], Como se ve en la Fig. 1



Fig. 1. Zonas de situación competitiva
Fuente: Autor

A continuación se presenta un ejercicio de aplicación para sectores exportadores de Santander en el mercado de Estados Unidos.

TABLA III.
 COMPARATIVO DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE CAPÍTULO DE SANTANDER, FRENTE A LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS

	2008	2009	2010	2011	2012	Variación de export. De Santander 2008 - 2012	Variación de import en el mercado de EEUU 2008 - 2012
09	35029715	22277611	26654082	48693897	32347956	-7,66	50,23
29	5283731	7553282	20191562	4551214	0	-100,00	0,08
62	7161694	3805770	2887855	1864545	1472854	-79,43	-1,47
84	464321	57922	870409	468518	1185853	155,40	20,72
61	533436	270161	47249	470222	393217	-26,29	5,40
87	0	0	0	712807	1103218		20,81
64	420938	218721	355132	261004	97662	-76,80	16,51
71	9359	6254	192	0	0	-100,00	28,55
39	163903	0	15462	26875	35097	-78,59	11,57
02	1925	0	0	0	0	-100,00	24,25

Elaboración propia.
Fuente de datos: wiser trade

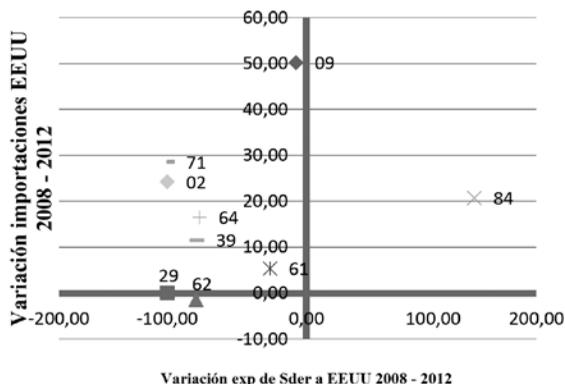


Fig. 2. Situación competitiva de sectores exportadores de Santander en el mercado de Estados Unidos
Elaboración propia

Sectores en zona de potencial competitivo: capítulo 84 (Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos y partes de estas máquinas) Sectores en zona de oportunidades perdidas: 9 (café); 71 (oro); 02 (cárnicos); 64(calzado); 39 (manufacturas plásticas); 61 (prendas de vestir de punto); 62 (prendas de vestir excepto de punto); 29 (productos químicos orgánicos).

IV. APLICACIÓN DE INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

A. Balanza comercial relativa sectorial.

Establece una relación entre la balanza comercial y el intercambio comercial de una región, de un sector o de un producto específico.

$$BCRs = \frac{(EXP_{CAP} - IMP_{CAP})}{(EXP_{CAP} + IMP_{CAP})}$$

EXP_{CAP} = Exportaciones del capítulo realizadas por el país o región

IMP_{CAP} = Importaciones del capítulo realizadas por el país o región

La balanza comercial relativa mide la tendencia importadora o exportadora del capítulo. Los valores de este indicador están entre -1 y 1. Cuando el valor se acerca a -1 indica que es un sector donde solo se realizan importaciones. Cuando el valor es 1, o se

acerca a 1, significa que es un sector donde solo se exporta. Los valores intermedios negativos, reflejan que son mayores las importaciones que las exportaciones y los valores intermedios positivos, muestran que las exportaciones son mayores que las importaciones. Desde un enfoque competitivo, se entiende que tiene más competitividad en la región aquel o aquellos sectores con valores positivos cercanos a 1.

TABLA IV.
SECTORES DE SANTANDER CON ALTA TENDENCIA EXPORTADORA, DE ACUERDO AL ÍNDICE DE LA BALANZA COMERCIAL RELATIVA SECTORIAL

CAP	2006	2007	2008	2009	2010	2011
9	1	1	1	1	1	0,984
27	0,83	0,51	0,54	0,98	0,99	0,99
62	0,94	0,95	0,98	0,97	0,92	0,74
61	0,91	0,95	0,93	0,93	0,87	0,72

TABLA V
SECTORES DE SANTANDER CON CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA TENDENCIA EXPORTADORA, DE ACUERDO AL ÍNDICE DE LA BALANZA COMERCIAL RELATIVA SECTORIAL

CAP	2006	2007	2008	2009	2010	2011
2	1	1	1	1,00	0,29	0,07
64	0,81	0,88	0,83	0,76	0,00	0,24
71	0,98	0,99	0,96	0,97	0,92	-0,53
29	0,14	0,52	0,78	0,68	0,67	0,05

TABLA VI.
SECTORES DE SANTANDER CON TENDENCIA IMPORTADORA DE ACUERDO AL ÍNDICE DE LA BALANZA COMERCIAL RELATIVA SECTORIAL

CAP	2006	2007	2008	2009	2010	2011
87	-0,43	-0,39	-0,32	0,03	-0,47	-0,68
15	0,44	0,03	0,24	0,32	0,38	-0,25
84	-0,79	-0,73	-0,74	-0,74	-0,86	-0,82
39	-0,81	-0,74	-0,77	-0,60	-0,54	-0,73

B. Balanza comercial relativa sectorial con referencia a un país destino.

Es una adaptación que se hace respecto a la balanza comercial sectorial, tomando en este caso un mercado específico. Con ello se quiere determinar la dinámica exportadora o importadora de un sector de un país en un mercado determinado. [7], [8].

$$BCR_{ij} = \frac{(X_i^j - M_i^j)}{(X_i^j + M_i^j)}$$

X_i^j = Exportaciones del capítulo i al mercado j.

M_i^j = Importaciones del capítulo i del mercado j.

Siendo i = cada capítulo arancelario; j = mercado de Estados Unidos (u otro mercado destino)

El numerador se refiere a la balanza comercial entre el país j (Estados Unidos) y el país (o región) de referencia (en este caso Santander) para el producto o sector i; el denominador es el comercio total bilateral entre el país i y la región de referencia (Estados Unidos y Santander).

El rango de la BCR_{ij} se ubica entre -1 y 1, reflejando una ventaja competitiva cuando es positivo y una desventaja cuando es negativo. La ventaja será mayor entre más cercana esté de 1 y la desventaja mayor entre más se acerque a -1.

TABLA VII.
BALANZA COMERCIAL RELATIVA DE SECTORES DE SANTANDER CON REFERENCIA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

CAP	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
27	0,09	-1,00	0,16	0,97	0,99	0,99	Alta tendencia exportadora
9	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	Alta tendencia exportadora
71	0,98	0,22	-0,27	-0,76	-0,98	-1,00	Alta tendencia importadora
29	-1,00	-0,01	0,75	0,98	0,88	0,20	Tendencia exportadora mediana desde 2008
87	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,87	Alta tendencia importadora
15	1,00	0,99	n.d	n.d	n.d	-1,00	Alta tendencia importadora
84	-0,97	-0,98	1,00	-0,97	-0,96	-0,97	Alta tendencia importadora
62	0,93	0,91	1,00	0,99	0,97	0,88	Alta tendencia exportadora
39	-0,97	-0,99	1,00	-1,00	-0,99	-1,00	Alta tendencia importadora
64	1,00	0,99	1,00	1,00	1,00	1,00	Alta tendencia exportadora
61	0,94	0,86	1,00	0,86	0,67	0,48	Alta tendencia exportadora
2	n.d	n.d	n.d	-1	-1	-1	Alta tendencia importadora

C. Índice de ventaja comparativa revelada.

Establece una relación entre el saldo comercial de una región en un mercado específico para un producto determinado; con el total del intercambio comercial de la región para un producto. [9], [10]. Se

establece en un tiempo determinado, que generalmente es un año. El indicador está generalmente dado para aplicar en intercambios entre países, pero se puede adaptar a una región como el departamento de Santander.

$$IVCR_{it}^k = \frac{X_{ijt}^k - M_{ijt}^k}{X_{wt_i}^k + M_{wt_i}^k}$$

X_{ijt}^k = Exportaciones del capítulo k realizadas por la región i al mercado j en al año t.

M_{ijt}^k = Importaciones del capítulo k realizadas por la región i desde el mercado j en el año t

$X_{wt_i}^k$ = Exportaciones del capítulo k realizadas por la región i al mundo (w)

$M_{wt_i}^k$ = Importaciones del capítulo k realizadas por la región i de todo el mundo (w)

En el caso específico, se hace el cálculo del Índice de Ventaja Comparativa Revelada de los capítulos representativos de las exportaciones de Santander con respecto al mercado de Estados Unidos.

El indicador puede tomar valores positivos o negativos (provenientes del numerador). Un valor positivo expresa una ventaja en los intercambios comerciales derivado del superávit en la balanza comercial sectorial y un valor negativo muestra una desventaja en los intercambios comerciales proveniente de un déficit en la balanza comercial sectorial. Entre mayor sea el valor positivo, es un indicativo de un sector con potencial competitivo; entre mayor será el valor negativo, indica la carencia de competitividad del sector en el mercado externo.

TABLA VIII
INDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA DE SECTORES DE SANTANDER RESPECTO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

CAP	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
27	0,00	-0,01	0,06	0,39	0,43	0,35	Ha adquirido ventaja en el mercado
9	0,38	0,34	0,31	0,35	0,38	0,42	Presenta ventaja en el mercado
71	0,18	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,03	Sin ventaja en el mercado
29	-0,04	0,00	0,31	0,51	0,74	0,09	Ventaja en el mercado en algunos años
87	-0,11	0,11	0,10	0,08	0,10	-0,11	Desventaja en el mercado
15	0,04	0,01	0,00	0,00	0,00	-0,07	Sin ventaja en el mercado
84	-0,45	-0,38	0,01	-0,39	-0,34	-0,27	Desventaja en el mercado

62	0,49	0,31	0,32	0,39	0,39	0,24	Presenta ventaja en el mercado
39	-0,15	-0,18	0,01	-0,20	-0,16	-0,11	Desventaja en el mercado
64	0,05	0,03	0,03	0,03	0,05	0,03	Sin ventaja en el mercado
61	0,12	0,12	0,06	0,05	0,10	0,06	Ha perdido ventaja en el mercado
2	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,36	-0,46	Desventaja en el mercado

D. Índice de Balassa

Mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones a un mercado específico. También se denomina Índice de ventaja comparativa revelada de las exportaciones (IVCR- EXP). Para ello establece una relación entre participación de las exportaciones del producto al mercado destino frente a las exportaciones del producto con las exportaciones totales. [1], [11]. Se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$IB_{ij}^k = \frac{X_{ij}^k / XT_{ij}}{X_{iw}^k / XT_{iw}}$$

X_{ij}^k = Exportaciones del capítulo k realizadas por la región i hacia el país j.

XT_{ij} =Exportaciones totales de la región i, al país j.

X_{iw}^k =Exportaciones del capítulo k por la región i, al mundo (w).

XT_{iw} =Exportaciones totales de la región i, al mundo (w).

Para la interpretación del indicador se sigue la siguiente escala de acuerdo a lo propuesto por Duran y Alvarez (2008):

Mayor de 0,33: Existe ventaja para la región
Menor de -0,33: Existe desventaja para la región.
Entre -0,33 y 0,33: No se evidencia ventaja ni desventaja.

El índice de Balassa, tal y como se calculó con base en la fórmula, no presenta acotación, es decir que no se ubica dentro de un rango; para lograr ubicarlo dentro de un rango, se hace una normalización del indicador de la siguiente forma:

$$IB_{normalizado} = \frac{IB-1}{IB+1}$$

Ello hace que el índice se ubique dentro en un rango entre -1 y 1. Cuando el índice se ubica en -1,

o en valores cercanos significa que tiene no se tiene ninguna ventaja en el mercado de Estados Unidos, y cuando el indicador toma el valor de 1 o cercano a dicho valor muestra ventaja en dicho mercado.

El índice de Balassa muestra de una forma más específica el potencial de cada capítulo en el mercado de Estados Unidos, ya que tiene en cuenta no solo la relación entre exportaciones e importaciones sectoriales al mercado de referencia; sino que se además establece una relación del sector frente a las exportaciones totales de la región.

TABLA IX
INDICE DE BALASSA DE SECTORES DE SANTANDER EN
EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

CAP	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
27	0,07	0,00	0,74	0,72	0,55	0,51	Mercado importante
9	0,26	0,43	0,49	0,38	0,03	0,13	Mercado importante
71	-0,09	-0,97	-0,97	-1,00	-1,00	-1,00	Mercado sin importancia
29	-1,00	-0,08	0,59	0,59	0,46	0,19	Mercado importante
87	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,74	Mercado sin importancia
15	-0,62	-0,80	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	Mercado sin importancia
84	-0,54	-0,58	-0,44	-0,57	-0,55	-0,78	Mercado sin importancia
62	0,40	0,42	0,51	0,44	0,07	-0,07	Importancia media
39	-0,80	-0,91	-0,30	-1,00	-0,98	-1,00	Mercado sin importancia
64	-0,63	-0,67	-0,48	-0,67	-0,59	-0,78	Mercado sin importancia
61	-0,28	0,01	-0,25	-0,44	-0,47	-0,49	Mercado sin importancia
2	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	Mercado sin importancia

V. NOTAS METODOLÓGICAS

Para la aplicación de las herramientas propuestas para el análisis del desempeño competitivo y situación competitiva se han desarrollado ejercicios enfocados al mercado de Estados Unidos para sectores del Departamento de Santander. Para facilitar la toma de información estadística se recurre a la base de datos TRADEMAP, y WISER TRADE que permite hacer selección de sectores (2 dígitos del código arancelario) o productos más específicos (4 dígitos del código arancelario). Se puede hacer a nivel más detallado, ya que la base de datos lo permite. Todos estos datos se pueden tomar en línea y son de acceso libre.

La información estadística se acompaña de valoración cualitativa para dar interpretación al desempeño y comportamiento en el mercado.

Para el caso de la aplicación de los indicadores de competitividad se procede de la misma manera y se hacen los cálculos para un periodo de 5 años consecutivos. Se acompaña además de una valoración cualitativa.

VI. ANÁLISIS

A continuación se presenta un análisis para para los sectores representativos de las exportaciones de Santander entre los años 2006 y 2011, con enfoque al mercado de Estados Unidos, a partir de los indicadores utilizados.

27 (productos de petróleo): Ha aumentado la tendencia exportadora de Santander hacia el mercado de Estados Unidos y se ha consolidado en los últimos tres años (2009, 2010, 2011)

9 (productos de café): Presenta ventaja en el mercado de Estados Unidos, respecto a los demás sectores. Tiene alta dinámica en dicho mercado, que se ha sostenido entre los años 2006 – 2011.

71 (piedras preciosas, oro): Presenta baja dinámica exportadora hacia el mercado de Estados Unidos, con tendencia a ser cada vez más baja.

29 (productos químicos orgánicos): Presenta una dinámica exportadora baja en el mercado de Estados Unidos

87 (vehículos automotes, partes y accesorios): La dinámica exportadora del capítulo 87 de Santander a Estados Unidos es bastante baja.

15 (aceites y grasas vegetales): La dinámica exportadora del capítulo 87 de Santander a Estados Unidos es bastante baja. Se presentó algún dinamismo en los años 2006 – 2007, pero no ha existido dinámica comercial a dicho mercado a partir del 2008.

84 (máquinas, aparatos y artefactos mecánicos): La dinámica exportadora del capítulo 84 de Santander a Estados Unidos es muy baja; se presentó un aumento en el año 2008, pero continuó con tendencia al descenso a partir del 2009.

62 (prendas de vestir excepto de punto): El capítulo 62 de Santander presenta alto dinamismo

comercial exportador al mercado de Estados Unidos, con tendencia a la disminución en los años 2010, 2011.

- 39 (manufacturas plásticas): El dinamismo comercial exportador del capítulo 39 de Santander a Estados Unidos es bajo, se presentó dinámica favorable en el año 2008.
- 64 (calzado): Muy baja competitividad. No se evidencia ganancia de competitividad entre 2006 – 2011.
- 61 (prendas y complementos de vestir de punto): Se presenta disminución de la ventaja competitiva en el 2011 respecto al 2006. No se presenta ventaja exportadora al mercado de Estados Unidos.
- 2 (carnes): Carece de competitividad. No se presenta ninguna ventaja en el mercado de Estados Unidos entre 2006 – 2011. , no presenta dinámica exportadora el mercado de Estados Unidos.

VII. CONCLUSIONES

El conjunto de indicadores de dinamismo comercial reflejan el comportamiento de las exportaciones de un sector frente a las importaciones y frente al resto de exportaciones de la región. Cada indicador tiene su propia fórmula de cálculo y su propia interpretación, unos miden la tendencia exportadora de la región de manera absoluta, otro la tendencia exportadora o importadora con relación a un mercado específico, otro la ventaja que puede ofrecer el mercado para el producto y el interés que puede presentar el mercado para la región en un sector específico. En todos los casos es igual o más importante el valor del indicador como el comportamiento o la tendencia del mismo dentro de un periodo de tiempo determinado. Para un análisis completo del comportamiento de un producto de una región en un mercado destino, es importante integrar un amplio conjunto de herramientas, como matriz de desempeño, situación competitiva e indicadores de comercio exterior. Además tener en cuenta las participaciones en el mercado, que en muchas ocasiones se ocultan cuando se emplean indicadores.

Con relación a la matriz de posicionamiento competitivo, se pueden incluir un conjunto más

amplio de variables que dependen del tipo de análisis requerido, las características del producto y la disponibilidad de información comparable.

REFERENCIAS

- [1] Duran L.; Alvarez M. (2008). Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- [2] Tizón, J. G. S., & Redondo, M. F. Algunas cuestiones metodológicas sobre la medición del comercio intra industrial. Versión Online: http://gaspar.udc.es/subido/4_comercio_internacional/algunas_cuestiones_metodologicas.pdf
- [3] Gómez É. J., & González, G. (2012). Modelo para la determinación del posicionamiento competitivo internacional: sector confecciones de Santander en el mercado norteamericano. Revista LEBRET, 4(4).
- [4] CEPAL, (1995). "CAN: Análisis de la competitividad de los países; programa computacional para evaluar y describir el medio competitivo internacional, versión 2.0, manual de uso" Santiago de Chile.
- [5] Departamento Nacional de Planeación. DNP. (2004). Cadenas productivas estructura, comercio internacional y protección. Colombia.
- [6] Garay, L. J. (1998). Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Biblioteca virtual del Banco de la República.
- [7] Álvarez, D. C. V., González, H. D. Z., Álvarez, H. F. R., & Carvajal, M. C. V. (2007). Competitividad sectorial internacional: Caso: sector del cuero y del calzado. Entramado, 3(1), 24-49.
- [8] Padilla, R. (2006). Instrumentos de Medición de la Competitividad. Documento PDF. CEPAL, México.
- [9] Bowen, H. P. (1983). On the theoretical interpretation of indices of trade intensity and revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 119(3), 464-472.
- [10] Segura, J.A y Segura R. O. (2004). "InterCambio." Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- [11] Depetris Guiguet, E., García Arancibia, R., & Rossini, G. (2010). Consistencia de indicadores de especialización en el comercio internacional: Plicación al caso de la mantequilla en Argentina y Uruguay. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 9, 85-105.

BIOGRAFÍA



Edgar Javier Gómez Parada. Ingeniero químico de la Universidad Industrial de Santander. Magister en Evaluación en Educación de la Universidad Santo Tomás. Docente Universitario del Programa de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás Bucaramanga. Vinculado al grupo de investigación Integración y Globalización de los Negocios en la

línea de internacionalización de sectores económicos.