Ing. Victor P. Silber
ESTUDIOS Y PROYECTOS INDUSTRIALES

Febrero 28, 1994

Sr. Secretario General del
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Ing. Juan J, Ciácera
S / D

C. F. I.
INGRESO
28 FEB 1994
N° 957

Ref.: Programa de Innovación Tecnológica

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirgirme a Ud. a fin de acompañar el Informe Parcial No. 4 correspondiente al Trabajo de la Ref.

A la espera de su aprobación al mismo, hago propicia la oportunidad para saludarle muy atentamente.

CASEROS 2127 - (1636) OLIVOS
☎ 791-2777

MFN - 185

39167

PROGRAMA DE INNOVACION TECNOLOGICA

TEMA V: Comercialización Local e Internacional

Ing. Víctor P. Silber
Febrero 28, 1994

Situación actual y futura. Orientaciones que se visualizan como más probables en el comercio internacional.

Al analizar las situaciones relacionadas con la comercialización en alta tecnología, corresponde establecer diferencias entre lo que constituye la comercialización de las tecnologías propiamente dichas, y la de los productos (procesos, bienes y servicios que derivan de las mismas.

La comercialización de tecnología local en nuestro país no reconoce aún mecanismos ni canales netamente diferenciados respecto de los habituales para las tecnologías convencionales. La transferencia entre firmas proveedoras de tecnologías y aquéllas que las utilizan, sigue revistiendo la forma de comercialización de equipamiento y bienes de capital en general, ingeniería específica en la rama particular de la producción o el servicio de que se trate (ambas acompañadas de una mayor asistencia técnica y supervisión por parte de técnicos o especialistas del proveedor), licencias para utilización de un determinado proceso o conjunto de conocimientos (know-how), otorgadas por el Proveedor al Cliente, con mecanismos de pago que pueden consistir de una suma fija o de pagos en concepto de regalías, o una combinación de ambas. La venta de patentes locales es prácticamente inexistente como mecanismo de transferencia.

En lo que respecta a las regalías transables entre empresas locales, es un mecanismo de aceptación tradicionalmente baja por parte de los Proveedores, que ven como aspectos difíciles de concretar tanto el financiamiento de los desarrollos -implícito en esa forma de pago- como el control y administración de las cobranzas a largo plazo. No debe olvidarse que este tipo de acuerdos se realiza, en su forma más habitual, sobre la base del pago de cuotas periódicas (básicamente semestrales o anuales), en función de la producción que se obtiene de la instalación, dato que se presta a prácticas desleales con perjuicio para el vendedor.

Los productos tecnología-intensivos tampoco son motivo en nuestro país de mecanismos específicos de comercialización distintos de los utilizados para productos convencionales.

Sin embargo, para los dos universos mencionados pueden establecerse algunas diferencias, particularmente en lo que se refiere a:

* Características de los oferentes y demandantes.

En lo que respecta a las transacciones sobre tecnología o know-how, la situación más frecuente es que ambas partes tengan un alto grado de conocimiento del nivel de desarrollo tecnológico en su actividad. El comprador es, típicamente, un experto que sabe qué beneficios espera de la tecnología que adquiere, tiene conciencia por lo menos en términos generales, de las dificultades de adaptación a la misma aunque, frecuentemente, descuida o subestima los aspectos auxiliares, tales como las modificaciones que se requieren en su infraestructura de servicios de fábrica (vapor, agua de calidad especial, requerimientos especiales de energía eléctrica, gases inertes para barrido de instalaciones, exigencias de enclavamientos y controles automáticos especiales de seguridad, etc.).

En lo que respecta a la comercialización de productos tecnología intensivos, desde el punto de vista de la oferta se dan dos tipologías diferentes:

- Proveedores que incorporan algún o algunos productos innovativos como complemento de una línea de productos tradicionales, algunas veces sustituyendo uno o más de estos últimos. Este es el caso, por ej., de electrodomésticos o laboratorios farmacológicos.

- Proveedores cuyo único objetivo es la comercialización de uno o varios productos de alta tecnología. Esta es la situación típica de quienes comercializan computadoras y software, y servicios como la telefonía celular, y de banca electrónica.

Desde el punto de vista de la demanda, podemos diferenciar, por una parte, al comprador individual o institucional que resulta usuario final del producto, y por otra al comprador que utiliza el producto de alta tecnología como insumo (físico o intelectual) para su proceso.

En el primer caso, los compradores (público general), suele tener conocimientos genéricos sobre la familia de productos (p.ej. computadoras, videocámaras) y sobre aspectos funcionales del modelo que busca, pero lo típico es que no cuente con demasiados conocimientos técnicos para evaluarlo y juzgarlo. La influencia de la publicidad, la marca y el prestigio son en estos casos generalmente definitorios.

En el segundo caso la situación es, en general, cualitativamente distinta. El comprador es un comprador técnico, que conoce el mercado, y compra de acuerdo con sus propias especificaciones, o trabaja con el Proveedor para desarrollarlas conjuntamente. Frecuentemente exige el cumplimiento de Standards y/o Normas nacionales o internacionales, garantías sobre la funcionalidad del suministro, su constitución y componentes, forma de fraccionamiento, embalaje y envío, cupimiento de plazos no sólo para la entrega, sino también para el cumplimiento de etapas intermedias en la preparación, elaboración y/o fabricación del producto transado.

En lo que se refiere a bienes físicos, es habitual la exigencia de cumplimiento de determinados ensayos, controlados por el Cliente o por algún organismo nacional o extranjero, público o privado, de reconocida reputación y aceptado por ambas partes.

También es habitual que parte del "paquete" tecnológico comercializado incluya el asesoramiento al Cliente, entrenamiento de su personal y la entrega de instrucciones detalladas para la operación, la manutención y el control del producto, así como su forma de conservación.

* Formas de presentación y publicitarias.

Como dijimos en el ítem anterior, la comercialización al público de productos de alta tecnología descansa en forma predominante en el conocimiento de la marca, su prestigio y el reconocimiento de las características, funciones y ventajas del producto por parte de los potenciales compradores.

En algunos rubros se está haciendo cada vez más común que el consumidor quiera conocer, a más del producto, las condiciones en que fue elaborado. Este no sólo es el caso de los productos frutihortícolas ("crecimiento natural", "agricultura orgánica", "libre de pesticidas químicos"). En los países industrializados va adquiriendo mayor relevancia el factor ecológico, incluyendo la exigencia del público de conocer si el fabricante de un producto electrónico o de óptica, p.ej., cumple con normas aceptadas de protección del medio ambiente en su proceso de fabricación. Cada vez más empresas hacen de este cumplimiento la base de sus campañas institucionales.

El packaging y la publicidad para presentar y acompañar a este tipo de productos y motivar al público destinatario constituyen tecnologías de por sí, que deben además cumplir funciones docentes para con el receptor, ilustrándolos sobre sus potencialidades, ventajas y limitaciones.

La presentación de los productos y el envase no son aspectos disociados de los mismos. Ambos conceptos incluyen la necesidad de protegerlo durante el transporte, de conservarlo el tiempo necesario hasta que llega al consumidor, de exhibirlo, de fraccionarlo en medidas funcionales para los usos a que está destinado, de instruir al comprador.

No resulta creíble para el público la alta tecnología disociada. Un producto envasado con una concepción obsoleta, funcional o estéticamente, encontrará serias resistencias para ser aceptado como tecnología-intensivo. Es necesario que tanto el packaging como el enfoque publicitario resulten coherentes con el tipo de producto y transmitan su real imagen.

En lo que respecta al segundo tipo de compradores que mencionamos inicialmente, industrial o intermediario (distribuidor, licenciatario, franquiciario, etc.), las consideraciones son formalmente similares pero hay sustanciales cambios en los estilos. La publicitación de las características de un bien de alta tecnología no es masiva sino dirigida, y asume frecuentemente características extremadamente técnicas, en algunos casos acompañada de artículos o "papers" de revistas de alto nivel científico o tecnológico describiendo los estudios más importantes del proceso utilizado para validar los resultados del desarrollo, que pueden de esta forma ser evaluados y juzgados por los potenciales clientes y por la comunidad científica.

La entrega de muestras de alto valor para ser ensayadas por los interesados, con el asesoramiento y supervisión de especialistas del vendedor se está constituyendo en una condición "sine qua non" para poder avanzar en el proceso comercial. Y la inclusión de Empresas prestigiosas y reconocidas en la lista de clientes se convierte en un ítem sustantivo de publicidad por la influencia que ejercen sobre otras Empresas.

* Servicios pos-venta.

Estos servicios forman parte imprescindible del proceso comercial en productos de la innovación tecnológica. Nuevamente haremos una diferenciación en las modalidades que adquiere con los dos tipos de compradores que mencionamos al comienzo.

En las ventas al público -consumidor final- asume casi exclusivamente la forma de garantías de service y reparación. Este tema, así como el de las garantías por mal funcionamiento, están insuficientemente cubiertas en la práctica en nuestro país, y se está produciendo un incremento de la actividad de las organizaciones de defensa de los consumidores para que las garantías y coberturas se tornen más efectivas.

En las transacciones con compradores empresarios, amén de las garantías usuales para la transferencia de tecnología, bienes o servicios que ya eran habituales para los productos convencionales, está cobrando relevante importancia la inclusión en los contratos de cláusulas de:

- Asesoramiento técnico permanente,
- Transferencia preferencial al comprador de innovaciones que se produzcan posteriormente a la comercializada, incluyendo know-how, procesos y/o productos sustitutivos de los que motivaron la operación inicial
- Transferencia inversa (es decir, de las innovaciones exitosas que desarrolle el usuario, hacia el proveedor),
- Cobertura jurídica del comprador por parte del vendedor en caso de litigios por patentes u otras formas de protección de la propiedad intelectual.

Para percibir las orientaciones de mayor relevancia en el comercio internacional de la alta tecnología, es preciso dar previamente un pantallazo sobre las señales que se están manifestando en los mercados mundiales.

Las tendencias predominantes -aunque no las únicas- se basan en la multilateralidad, la regionalización y la apertura de los mercados.

El acuerdo alcanzado recientemente en la Ronda Uruguay del GATT da un mayor impulso a la apertura, aunque el cumplimiento de los compromisos asumidos no se producirá automáticamente. Como en todo acuerdo o convenio internacional, los participantes intentan darle a sus cláusulas las interpretaciones que más convienen a sus intereses nacionales en cada momento. Sin embargo, representa un sensible avance en el proceso y es previsible que determine en forma significativa la difusión y globalización de normas y standards que guíen en el futuro el comercio internacional.

Las tres tendencias mencionadas no son enteramente compatibles entre sí. La activa formación de agrupaciones regionales -NAFTA, Zona Económica Europea, MERCOSUR, etc.- pueden representar un riesgo para la multilateralidad y la apertura. Es claro que todo acuerdo regional es discriminatorio, en cuanto proporciona determinadas ventajas a los países participantes, de las cuales son excluídos los demás.

Dichos acuerdos, cuando son orientados fuertemente hacia el interior de la región comprendida, pueden desviar la inversión y las transferencias de tecnología que, de otra manera, podrían dirigirse a los países miembros. Adicionalmente, al imponer limitaciones al libre comercio, distorsionan las pautas normales de comportamiento de los mercados. Esto no es necesariamente negativo en todos los casos, pero cabe señalarlo como un elemento de posible controversia.

De todas maneras, los acuerdos regionales se han convertido en un ingrediente relevante del escenario del comercio internacional. Todos los países miembros del GATT, a excepción del Japón, toman parte en algún sistema de preferencias.

De las existentes, la Zona Económica Europea y el NAFTA acumularían el 65% de las importaciones mundiales y el 47% de las exportaciones de los países en desarrollo.

Según Enrique Iglesias, Presidente del BID, frente a estos cambios en el contexto mundial:

> "Las principales opciones estratégicas para América Latina en materia comercial tienen cuatro componentes. Primero, hay un ímpetu renovado para la integración regional y la cooperación entre las economías Latinoamericanas, que necesita un nuevo análisis de lo que hasta recientemente ha sido considerado una vía poco fructífera para el desarrollo. Similarmente, la cooperación Sur-Sur está siendo redescubierta y reformulada como posiblemente una opción más viable. Mejico ilustra una tercera opción potencial para otros países de América Latina de establecer acuerdos de libre comercio con América del Norte. Finalmente, la integración Europea y el dinamismo de la Cuenca del Pacífico plantean razones compulsivas para que América Latina adopte una estrategia global que le permita ganancias en tecnología, inversión y coomercio, de las fuentes más diversificadas".

Del complejo panorama que se está gestando en nuestro Continente dentro del mencionado contexto global, vale la pena tomar en consideración la conformación de espacios comerciales representados básicamente por:

* MERCOSUR (Mercado Cumún del Sur)
* Pacto Andino
* Grupo de los Tres
* Mercado Común Centroamericano
* Comunidad Económica del Caribe
* NAFTA.

El Cuadro I señala la participación de los distintos países en estos espacios.

Una formulación de mayor amplitud fue formulada en 1991 por el Presidente Bush, y es la conocida como "Iniciativa para las Américas".

Los intentos por lograr la integración regional en América Latina no son nuevos, pero se produce una diferencia cualitativa central entre las iniciativas anteriores y las actuales.

La mayoría de los acuerdos previos hacían hincapié en aumentar las barreras arancelarias respecto de terceros países, con el objetivo de sustituir importaciones. La direccionalidad hacia el interior de las fronteras finalmente hizo que los acuerdos terminaran en fracasos.

En los acuerdos de nuevo cuño, por el contrario, los actores han encarado con mayor o menor grado de decisión sus reformas estructurales con el objetivo explícito de incluirse en las grandes corrientes de comercio mundial, tornando sus economías más competitivas, con lo que las posibilidades de libre comercio duradero son bastante más sólidas.

El NAFTA es el primero de lo que podría ser una serie de acuerdos de libre comercio entre América Latina y los Estados Unidos. en virtud de la mencionada Iniciativa para las Américas. Hasta mediados de 1992, 31 de los 34 países de la región habían firmado acuerdos marco con EEUU, estableciendo comisiones bilaterales sobre comercio e inversión.

En Junio de 1991 los cuatro países constituyentes del Mercosur firmaron conjuntamente el "Acuerdo relativo a un Consejo sobre Comercio e Inversión".

En el mismo mes, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay ratifican el Tratado de Asunción, por el cual se constituirá el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). En virtud del mismo, todos los derechos aduaneros y las barreras para-arancelarias entre Argentina y Brasil serán totalmente eliminadas para fines de 1994, y lo mismo se extenderá a Paraguay y Uruguay a fines de 1995, adoptando un arancel común respecto de los países extra-acuerdo, amén de una política comercial común. El tratado incluye asimismo el libre movimiento de bienes, servicios, capital y mano de obra dentro de la zona, así como mecanismos para coordinación de políticas macroeconómicas.

Simultáneamente está en curso de renovación la Comunidad Económica Centro Americana (CAEC), con la participación de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, y la posible incorporación de Panamá y Bélice. Estos países establecieron, a fines de 1992, un arancel máximo de 20 % y tomaron la decisión de ingresar al GATT.

Los cinco países del Pacto Andino se propusieron avanzar hacia un acuerdo regional de libre comercio entre 1992-1995, tomando como meta la integración económica, que comprendería el libre comercio regional y un arancel externo común.

Posiblemente el acuerdo regional más antiguo que mantiene su operatividad es el de la Comunidad del Caribe (CARICOM), creada en 1973. En 1991 los países miembros acordaron un nuevo arancel externo común, que va del 0% al 45%, con los derechos más altos de la escala para los bienes que compiten con los productores locales, fomentando de esta manera un régimen de alto costo de sustitución de importaciones. Algunos países miembros han agregado algunos costos no arancelarios (recargos temporales, sellados, etc.), aumentando de esta manera la protección a algunos sectores. Los países miembros del CARICOM consideran la posibilidad de reducir su arancel externo para lograr una mejor asignación de recursos y mejorar la diversificación de las exportaciones.

En paralelo con estos acuerdos regionales, tienen lugar conversaciones bi y tri-laterales: Mexico negocia acuerdos limitados de liberalización del comercio con Venezuela y Colombia, y Chile firma un acuerdo bilateral de comercio con Mexico y negocia acuerdos con Venezuela y Colombia.

Hemos enumerado y comentado brevemente el marco de acuerdos políticos que están definiendo el perfil del futuro a corto plazo en la región.

No sería extraño que los plazos sufran incumplimientos, y los acuerdos inconvenientes y controversias. Las diferencias entre los distintos países son muchas, hay intereses sectoriales fuertemente encontrados que necesitan armonizarse, y existen sensibles diferencias en los ritmos con que cada participante encara y resuelve sus políticas macroeconómicas, que requieren acercarse para poder articular efectivamente los tratados y sus objetivos.

Qué sucedió con la práctica comercial en el mundo mientras este flujo de negociaciones, acuerdos y cambios conceptuales se venía desarrollando?

De acuerdo con los informes del Banco Mundial, el crecimiento en volumen del comercio mundial se debilitó en 1991, alcanzando el 3% en contraste con la fuerte expansión de entre 7% y 9% en los últimos años de la década de 1980. En dólares nominales, las exportaciones aumentaron en apenas 1,5% en 1991, comparado con el 13,5% de 1990. La disminución del valor en dólares de las exportaciones reflejó el cambio de esa moneda, de la depreciación de 1990 a su revaloración en 1991, el aumento y la baja posterior de los precios del petróleo, y la continua disminución de los precios de los productos primarios distintos del petróleo. El intercambio de servicios comerciales también fue afectado por la desaceleración económica, aumentando en sólo 5% en comparación con 17% en 1990.

El débil crecimiento del comercio internacional se puede atribuir en gran medida a la desaceleración de la demanda de importaciones por parte de los países industriales, pero esta situación se vio también agravada por la virtual desaparicion del comercio entre los países que integraban el COMECON. Entre los países industriales, el debilitamiento de las tendencias del gasto para fines de inversión, particularmente en América del Norte y Japón, contribuyó a la disminución de las exportaciones de bienes de capital. A principios de 1992 algunos de estos factores negativos parecían haber menguado y, según cifras preliminares, es posible que en el segundo semestre de 1991 ya el crecimiento del comercio mundial mostrara signos de recuperación.

Varios acontecimientos ocurridos en 1991 contribuyeron a mantener el impulso del comercio mundial:

* El intercambio entre los países europeos se vio respaldado por el proceso de reunificación de Alemania, que se tradujo no sólo en un fuerte incremento de 11% del volumen de importaciones de este país, sino también en el sostenimiento de la producción y las exportaciones en los países vecinos con los que mantiene relaciones comerciales.

* La tónica de la demanda de importaciones de Asia Oriental se mantuvo firme, apoyada por el rápido crecimiento de la demanda interna en los países del sudeste asiático y por un aumento pronunciado de 18 % de las importaciones de China. El valor en dólares del comercio entre los países de Asia Oriental aumentó en 17% en 1991, tras experimentar un incremento de 15% el año anterior.
* La recuperación económica en marcha en varios países de América Latina significó un importante aumento de 10,5% de los volúmenes de importaciones de la región.

En términos de valor, sin embargo, sólo registraron expansión las exportaciones de América del Norte y Asia, en 5,5% y 11,5% respectivamente. El valor de las exportaciones disminuyó en todas las demás regiones, principalmente debido a los precios declinantes del petróleo y los productos básicos distintos de éste.

En los países en desarrollo, los resultados del comercio de mercancías a nivel regional fueron muy variados. Los volúmenes de exportaciones e importaciones de Asia, impulsados principalmente por el desempeño dinámico de los principales exportadores de manufacturas y por el vigoroso comercio intraregional, siguieron creciendo en 10,5% y 10%, respectivamente.

En América Latina, las importaciones aumentaron en más de 10%, en tanto que las exportaciones registraron un incremento de 4%. Las exportaciones de Africa al Sur del Sahara se incrementaron en 2,5%, lo que representó una mejora importante con respecto a la disminución de 4,1% que habían registrado el año anterior; las importaciones, que se encontraban estancadas, también se reactivaron, aumentando en 2%.

Las exportaciones de Oriente Medio y Norte de Africa bajaron pronunciadamente (15%), como consecuencia de la crisis del Golfo y de la caída de los precios del petróleo; las importaciones disminuyeron también en notable medida (12%). El volumen del comercio de los países de Europa Central y Oriental continuó declinando en forma pronunciada.

En los países industriales, el crecimiento del comercio fue escaso; las exportaciones de Japón aumentaron a razon de 3% en promedio, mientras que las de los países miembros de la CE crecieron a una tasa de 2,5%, inferior al promedio.

Sólamente en América del Norte hubo un crecimiento vigoroso del volumen de exportaciones (6,5%). Las importaciones fueron apenas algo mayores; las de Japón se incrementaron a razón de 3%, las de América del Norte se estancaron y sólo las de la CE aumentaron por encima del promedio, en 4,5%.

Si se asume que la liberalización del comercio mundial permitirá enfrentar en la presente década un escenario de un dinamismo similar al mostrado en la década de los '80 (hipótesis discutible y discutida, pero asumida por algunos sectores ligados al BID), podríamos proyectar las tendencias que apuntaron firmemente en la misma (ver Cuadro IV).

En el comercio de manufacturas se verifican cuatro tendencias principales, desde el punto de vista de las economías Latinoamericanas:

* El volumen del comercio mundial de manufacturas creció a una tasa del doble que el comercio en bienes primarios. con el resultado que aproximadamente 3/4 de todos los productos comercializados en la economía mundial asumen la forma de manufacturas, comparado con algo menos de 2/3 a principios de la década de los '70.

* Se verifica una relación entre la expansión del comercio de manufacturas y el crecimiento económico. En promedio, la tasa de crecimiento del comercio mundial en manufacturas entre 1970 y 1987 fue del doble que la del crecimiento de la actividad económica mundial. Aunque la velocidad del crecimiento del comercio de manufacturas decayó entre los '70 y los '80, fue considerablemente mayor que la del crecimiento en el comercio de bienes primarios, cuya tasa de expansión sólo igualó a la de crecimiento de la economía mundial. Es decir que, en períodos largos, por cada 1% de aumento en el Producto Bruto Mundial, el comercio de manufacturas creció un 2%, mientras el comercio en bienes primarios sólo lo hizo en 1%.

* Una tercer observación radica en el impresionante crecimiento de la exportación de manufacturas desde América Latina. Entre 1970 y 1987 éstas crecieron a un promedio anual de 11%, lo que resultó 2,2 veces más rápido que el crecimiento experimentado en los países de la OCDE en el mismo período. Más aún, aunque la tasa de crecimiento en la región estuvo algo por debajo del 14% anual correspondiente a las economías recientemente industrializadas de Asia en esas dos décadas, su velocidad de expansión en los '80 casi las igualó. No obstante, y a pesar del rápido crecimiento de la región y el incremento de su participación en el mercado de exportación de manufacturas, dicha participación sigue siendo relativamente pequeña.

* Una última observación respecto del tema, y en función de los datos volcados en los Cuadros VI y VIII, está referida a su agregación. La información utilizada opaca una vasta diversidad en el comportamiento de países individuales y, dentro de los mismos, de productos específicos. De hecho, una cantidad de países han alcanzado grandes volúmenes de exportación en algunas áreas de alimentos y materias primas, fueren exportaciones tradicionales o no tradicionales, a pesar del comportamiento generalmente desfavorable de estas categorías de productos. Se pueden citar los ejemplos de las exportaciones de fruta en fresco de Chile y Honduras, que en la década de 1980 crecieron al doble de velocidad que las exportaciones latinoamericanas de manufacturas en igual período. Más aún, América Latina está conformada por un conjunto altamente heterogéneo de países, con grandes diferencias en recursos, ingresos per cápita, patrones de desarrollo y políticas. Como resultado, la explotación de ventajas comparativas por ciertos países de la región ha favorecido cierto grado de especialización en diferentes productos específicos.

En lo que hace específicamente a las tecnologías innovadoras nos encontramos con una seria restricción metodológica, ya que la información estadística disponible no se desagrega suficientemente como para discriminarla.

El mejor intento que conocemos es la clasificación realizada por Murray y por Krause, y utilizada por Bonturi & Montague, y que se resume en los Cuadros XXII y XXIII. Este es visiblemente insuficiente para nuestros propósitos, y sólo permite una débil caracterización del tema. Este es un aspecto que no está dilucidado en la bibliografía y numerosos expertos han puesto de manifiesto esta carencia. Sin embargo, no hemos encontrado siquiera propuestas para una metodología que la resuelva.

Mecanismos para identificación de productos de interés comercial en alta tecnología. Redes y canales de comercialización

La identificación de negocios en general es desde siempre una preocupación de industriales, profesionales, comerciantes, productores agrícola-ganaderos, público general, instituciones financieras,organismos públicos e instituciones de apoyo al desarrollo económico, científicos y centros de I & D, inversores, y todas las personas físicas o jurídicas que participan del universo de la economía, el comercio y las finanzas.

La dificultad del proceso de búsqueda y selección adecuado se manifiesta en el hecho palpable de que son una minoría los que tienen éxito en la concreción de negocios.

Las condiciones limitantes son muchas y variadas. Mencionaremos las que más frecuentemente enfrenta un inversor, potencial o actual:

* Insuficiencia de capital para concretar un emprendimiento.
* Financiamiento inadecuado.
* Desconocimiento del mercado
* Errores en el cálculo de costos
* Mala definición de niveles de precios
* Desconocimiento de la tecnología
* Fallas en la calidad
* Fallas en estrategia comercial
* Deficiente publicidad
* Incumplimientos en las entregas

Los dos primeros ítems y el desconocimiento tecnológico (no obtener acceso a la tecnología de producción) pueden dar como resultado que un Proyecto no se inicie. En los casos más graves, el proyecto se inicia y no puede concluirse. Esto significa que el inversor ha perdido toda o parte de su inversión. En nuestro país, la resistencia -especialmente en el universo de las PYME- a efectuar consorcios, joint-ventures y asociaciones de cualquier tipo, que representa un problema de nuestra cultura empresaria, suele llevar a este tipo de situaciones.

En el caso de los productos fruto de la innovación tecnológica, la no realización de Proyectos productivos está dominada esencialmente por el desconocimiento de los productos de buen valor agregado aceptables para los mercados, y la dificultad para acceder a la tecnología productiva adecuada. Donde "adecuada" es un término definitorio.

Nuestro país, juntamente con todos los productores de bienes primarios, ha realizado la experiencia de contar con productos tradicionales de gran aceptación por los consumidores locales e internacionales, y haber perdido por lo menos partes importantes de los mercados por no producir con costos y calidades competitivas. El producto existe. La tecnología no es "adecuada".

Para las tecnologías innovadoras, la situación resulta bastante más dificultosa. Identificar el producto o familia de productos a generar (bienes físicos, tecnología, servicios) es una etapa crítica, especialmente cuando el país se encuentra en un proceso de transición desde una economía en gran medida cerrada, a otra totalmente abierta. Como es sabido, las estrategias aptas para los estados transitorios son sustancialmente más complejas que las utilizables en los estados estacionarios.

Desde el punto de vista del negocio a emprender, se requiere que el mismo tenga rentabilidad en las condiciones en que se inicia, y que la mantenga, sin mayores inversiones adicionales, en el nuevo escenario que se presentará con una economía totalmente abierta y de mayor contenido tecnológico. Encarar este tipo de análisis implica tener claras las características del escenario futuro, y tener un alto grado de confianza, tanto en la predicción del mismo, como en que la transición llegará a completarse exitosamente. Los ciclos decrecientes de vida útil de los procesos de innovación no facilitan este análisis. Los riesgos son grandes, las ganancias o pérdidas también lo serán.

Está claro que no existen recetas ni caminos infalibles para resolver estos nudos. La decisión de analizar un negocio convencional con tecnología conocida y disponible, implica utilizar una metodología suficientemente establecida y probada. Por el contrario, la búsqueda simultánea de productos y tecnologías, en un contexto de mercado de flujo fuertemente cambiante, requiere metodologías de por sí innovadoras, que no han sido desarrolladas.

El análisis de los requerimientos de los mercados internacionales puede ser de ayuda en esta elaboración, por cuanto en alguna medida reflejan situaciones de la demanda en un estadio más estable del proceso de tecnologización de la economía, y es menos dificultoso conocer la evolución seguida desde el lado de la oferta.

Analizar dichos requerimientos es un ítem sencillo de expresar pero difícil y costoso de concretar.

En primer término es necesario acotar el campo de análisis. El potencial inversor puede ser una filial local de una firma transnacional, una Empresa de capital local, un científico o tecnólogo, o un "enterpreneur" personal con cierta capacidad de inversión.

En el primer caso es frecuente que la firma local responda a las estrategias globales de su casa matriz, con parámetros y horizontes de gran amplitud ya pre-elaborados, por lo que no es motivo de este estudio.

En el segundo caso, diferenciemos las condiciones en que se desenvuelve una gran Empresa, de aquéllas que encontrarán las PYMES. El caso del "enterpreneur" individual resulta en la práctica identificable con éstas. El caso del inversor científico o tecnológico tiene algunos puntos de contacto y otros de diferenciación.

La gran Empresa de capital nacional, cuando quiere iniciar la búsqueda de nuevos Proyectos en tecnologías innovadoras, parte de ciertas definiciones previas que hacen al ramo a que se dedica y a su historia anterior. Buscará con preferencia (no exclusivamente):

1. Tecnologías que mejoren su situación en los mercados que ya ocupa o en nuevos mercados, vía mejores costos, calidad, aumento de producción, packaging, publicidad.

2. Nuevos productos que complementen las líneas existentes. Esto incluirá tecnología, packaging, publicidad.

3. Productos sustitutivos de algunos de los que ya produce, para responder a nuevas exigencias de la demanda, actual o potencial. Tecnología, packaging, publicidad, nuevas Normas o Standards, nuevas formas de comercialización, reestructuración organizativa. En este caso se da un período de coexistencia entre los productos habituales y los sustitutivos. Se produce una toma de decisión respecto de segmentar o no los mercados, manteniendo los antiguos productos para algunos segmentos, y los nuevos para otros, o eliminar simplemente los antiguos.

4. Ampliar sus negocios implantándose en ramos totalmente distintos de los que trabajaba anteriormente. Entre otros, éste es un caso que se está produciendo a nivel mundial (también en nuestro país) entre los grandes fabricantes de cigarrillos que están reconvirtiendo sus inversiones a industria papelera, alimenticia, etc.

En todos estos casos, hay un punto de partida que facilita el proceso de búsqueda y las decisiones. Este punto de partida incluye:

A. La sólida implantación de la Empresa en un ramo determinado. Quedarán excluídos aquellos Proyectos que sean incompatibles con los negocios que ya maneja.

B. Un acabado conocimiento del mercado local, tanto en la oferta como en la demanda, y un nivel mediano o alto de conocimiento de los mercados internacionales, o de los principales en su ramo.

C. Un conocimiento claro del estado de la tecnología, desde el punto de vista funcional de la misma. Esto no significa que detente el conocimiento tecnológico innovador específicamente.

D. Vinculación habitual con los proveedores de tecnología locales y externos, sus representantes, sus formas de actuación y relación, sus experiencias con otras Empresas, sus modalidades de transferencia.

E. Personal técnico capacitado para actuar como interlocutor ante los proveedores de Tecnología.

F. Experiencia en formulación y evaluación de Proyectos de Inversión.

G. Acceso a financiamiento nacional e internacional.

H. Vinculación con otras Empresas del ramo en el país y en el exterior, intercambio de ideas e informaciones con las mismas.

I. Capacidad de negociación en caso de necesitar o preferir asociaciones, joint-ventures, consorcios, etc.

J. Experiencia en importación y exportación, Normas y Standards de otros países.

K. Canales de comercialización altamente desarrollados.

Este listado, necesariamente incompleto, no implica que las grandes Empresas tengan resueltos los problemas de la búsqueda y selección de proyectos innovadores. Por el contrario, una de las características de la innovación tecnológica es que introduce una discontinuidad cualitativa en los procesos productivos, destruyendo la linealidad conceptual pre-existente.

No son pocos los casos de grandes Empresas en los países desarrollados que han desaparecido por haberse rezagado en la innovación. (Para mencionar un ejemplo, citemos a Hooker Chemicals, de EEUU, filial de Occidental Petroleum. Este Empresa fue líder mundial en tecnologías electroquímicas desde 1903 hasta 1976. El haberse retrasado en la aplicación de la tecnología de membranas definió su desaparición en 1980).

El listado anterior sólo pretende establecer algunas características salientes que se presentan entre las grandes Empresas en el proceso de identificación de productos y Proyectos innovativos.

En el caso de las Pequeñas y Medianas Empresas que se plantean la búsqueda de un Proyecto tecnológicamente innovador, las condiciones y puntos de partida suelen ser menos claras.

Una PYME en esta situación podrá o no partir de definiciones previas parecidas a las mencionadas antes. O podrá plantearse simplemente que sus problemas de supervivencia, consolidación y crecimiento deben encararse por la vía de la "innovación tecnológica" en abstracto, sea en su ramo tradicional de actuación, sea en sectores que desconoce o que conoce sólo parcialmente.

El prestigio que acompaña a los términos "innovación tecnológica" o "alta tecnología" en la actual cultura empresarial de la producción y los servicios es de tal fuerza que genera en estos sectores la voluntad de montarse sobre esta "nueva ola" que esperan resuelva sus dificultades. Esta voluntad puede ser racionalmente canalizada, o seguida compulsiva y arbitrariamente en un proceso carente de la racionalidad y análisis necesarios.

Ya mencionamos en el Tema I de este trabajo, el caso de las micro y pequeñas Empresas que, en Estados Unidos y Europa, se constituyeron a partir de un buen desarrollo tecnológico y pretendieron desarrollarse sobre esa base, y cómo la mayor parte de ellas terminó en la quiebra financiera, subsistiendo sólo una minoría.

Una de las confusiones más frecuentes en este sector del ámbito empresario, se produce entre la **modernización** y la **innovación** tecnológicas.

El primer caso está signado por la introducción de mejoras tecnológicas al proceso productivo existente, con el objetivo de hacerlo menos costoso, más confiable, asegurar mejor calidad de producto, mejor presentación del mismo, incrementar la producción, etc. o varios de ellos simultáneamente.

El segundo se caracteriza por conformar una estrategia productiva completamente distinta de la anterior. Esto implica diferentes productos, procesos, controles, equipos, especialistas, etc. o varios de ellos en paralelo, amén de una diferente estructura de la producción.

Puede suceder qué una Empresa se embarque en un Proyecto de Innovación cuando una modernización de sus instalaciones sería suficiente para cumplir sus objetivos en forma menos costosa y traumática o, a la inversa (y más frecuentemente), invierta en modernizar sus instalaciones cuando la nueva naturaleza de los negocios en su ramo exige ya un cambio total de su estructura productiva básica.

Sin duda, la mayoría del empresariado de las PYMES no actúa compulsiva o irracionalmente en el manejo de sus negocios. Por el contrario, ha aprendido a ser cauteloso, cuidadoso de sus inversiones y sus costos, y a tratar de medir las consecuencias de sus acciones o la falta de ellas.

Sin embargo, casi todos en algún momento ha pasado por las dudas y confusiones que hemos mencionado, y son muchos los que han tomado en esa situación decisiones que han debido lamentar.

En la búsqueda de Proyectos, cabe mencionar los mismos ítems 1 a 4 señalados para el caso de grandes Empresas, pero con diferencias de énfasis y enfoque:

El empresario PYME tiene habitualmente mayor resistencia a modificar la estructura productiva básica con la cual ha venido desenvolviéndose durante muchos años. Por lo tanto, en los negocios que ya maneja, generalmente intenta un proceso de modernización frente al enfoque más radical de innovación, que lo obligaría a descartar bienes de capital que son parte de su historia empresaria (y a veces personal).

Por otra parte, a diferencia de lo que está sucediendo con las grandes Empresas, que están tendiendo a la especialización en una o varias etapas de su proceso de producción, el empresario PYME tiene una vocación más marcada por proyectos de integración vertical, con el concepto generalizado de que, de esta manera, se apropia de la renta de c/u de las etapas del proceso.

En cambio, es típicamente un permanente investigador de nuevos ramos en los cuales implantarse, y para estos casos se orienta a las tecnologías que se le presentan como innovadoras. Su base de partida para la búsqueda de un Proyecto innovador en un área que no es la suya habitual, comprende:

A. Su Empresa está implantada en un ramo determinado, con mayor o menor solidez. En general quedan excluidos aquellos Proyectos incompatibles con los negocios que ya maneja.

B. Un bajo a mediano conocimiento del mercado local, y un nivel escaso de conocimiento de los mercados internacionales.

C. Escaso y distorsionado conocimiento del estado de la tecnología.

D. Poca vinculación con los proveedores de tecnología locales, y escasa o nula con los externos, sus formas de actuación y relación, sus experiencias con o-otras Empresas, sus modalidades de transferencia.

E. No dispone de personal capacitado para actuar como interlocutor ante los proveedores de tecnología.

F. Baja experiencia en formulación y evaluación de Proyectos de Inversión.

G. Bajo a mediano acceso a financiamiento nacional, y escaso o nulo a nivel internacional.

H. No intenta vincularse con otras Empresas en el país, a las que visualiza como competidoras potenciales en su Proyecto. Intenta conectarse con alguna/s en el exterior. El intercambio de ideas e informaciones es pobre.

I. Trata de prescindir de la participación en consorcios, joint-ventures o cualquier tipo de asociación con otras Empresas.

J. Mediana a nula experiencia en importación y exportación. Desconocimiento y subestimación de Normas y Standards internacionales o de otros países.

K. No cuenta con canales confiables de comercialización.

Los ítems anteriores constituyen un conjunto en cierta manera peligroso para un Empresario típico de las PYME's. La necesidad de recurrir a un asesoramiento altamente profesional, honesto y confiable se torna evidente, y es explicitada por los propios empresarios. Lamentablemente, parte de la cultura de este sector (y también parte de sus condiciones económicas objetivas), lo llevan frecuentemente a tratar de reducir los costos de honorarios en asesoramiento y consultoría, con un alto índice de malas selecciones y fracasos.

Esto no debe obscurecer el hecho de que algunos emprendedores del sector han identificado exitosamente un área de negocios en base a tecnologías innovadoras. Se puede citar como ejemplos la creación y consolidación de emisoras de FM y, en el interior del país, la creación y crecimiento de pequeñas y medianas empresas de Televisión por cable.

Veamos ahora las condiciones de partida y el comportamiento del científico o tecnólogo (o de un grupo de ellos) que se plantea un Proyecto de alta tecnología.

En estos casos, la búsqueda de productos comercializables en realidad es un dato inicial del problema. En efecto, la situación más frecuente es que, a partir del desarrollo de un producto o proceso desarrollado en Laboratorio con fines de investigación o como consecuencia del trabajo para desarrollar una técnica, un profesional se entusiasme con la idea de producirlo a escala comercial.

En las etapas subsiguientes del desarrollo de su Proyecto, las condiciones básicas más frecuentes comprenden:

A. Un profundo conocimiento del proceso químico, mecánico, metalúrgico, etc. para obtener el producto deseado.

B. Escaso o nulo conocimiento de los mercados local e internacional.

C. Mediano a bajo conocimiento de la tecnología aplicable a la producción en escalas superiores a la de Laboratorio. Subestima la problemática del scaling-up.

D. Escasa o nula vinculación con proveedores de tecnología y equipamiento locales y externos, sus formas de actuación y relación, sus experiencias con otras Empresas, sus modalidades de transferencia.

E. No está suficientemente capacitado ni dispone de personal capacitado para actuar como interlocutor ante los proveedores.

F. Escasa o nula experiencia en formulación y evaluación de Proyectos de Inversión.

G. Escaso o nulo acceso a financiamiento nacional e internacional.

H. Escasa a buena vinculación con Empresas del ramo en el país y en el exterior. Tiene acceso a la experiencia de esas Empresas a través de sus pares y colegas. El intercambio de ideas e informaciones es bueno, pero concentrado en aspectos de proceso, y es escaso en cuanto a la tecnología de la producción.

J. Sin experiencia en importación y exportación. Conocimiento de Standards y Normas internacionales y de otros países.

K. No conoce los canales ni mecanismos de comercialización.

L. Desconoce y subestima la problemática de la organización y el funcionamiento empresario.

En general, este conjunto de conceptos se puede resumir en la tesitura de que, si el producto o el proceso desarrollado es técnicamente bueno e innovador, su producción y comercialización serán rentables. La experiencia se encarga casi cotidianamente de desmentirlo.

Al igual que en el caso mencionado de las PYME's, la necesidad de un asesoramiento profesional honesto y confiable no puede ser enfatizada suficientemente. La resistencia de este tipo de potenciales inversores a la asociación con Empresas para llevar a cabo sus Proyectos se convierte en una traba adicional.

En las páginas anteriores hemos comentado las características salientes de los sujetos (personales e institucionales) en el proceso de búsqueda de productos de alta tecnología para la identificación de negocios. Veamos ahora las características de dicho proceso.

I. Identificación de productos requeridos por el mercado

En principio es útil, de acuerdo con las características específicas de la Empresa o las personas que se involucran, tomar una decisión respecto de encarar un Proyecto con productos de venta masiva (al público), o especializados para ser utilizados como insumos por otras Empresas.

El primer caso requiere utilizar o desarrollar canales comerciales más diversificados y complejos, y estar dispuestos a una inversión mediana o grande en soporte publicitario.

El segundo caso concentra las ventas en uno o pocos Clientes, requiere un esfuerzo de marketing mucho menor, pero incrementa el riesgo al tener que prever una producción importante concentrada en pocos Clientes.

Como dijimos en el comienzo, el comportamiento de los mercados internacionales puede ser un buen principio en el proceso de búsqueda. Esto implica una serie de pasos, algunos sucesivos y otros que se pueden dar en forma simultánea:

* Investigación bibliográfica

Las revistas y publicaciones especializadas (Biotecnología, Informática, Química orgánica, Telefonía, etc.) de los países industrializados son una rica y mal utilizada fuente de información sobre el universo de nuevos productos que en c/especialidad aparecen permanentemente en el mercado.

* Información de las Empresas

La mayoría de las casas matrices de las Empresas Transnacionales (ETN) publica boletines y folletos en forma periódica, en los que informan de sus nuevos productos en fabricación y en proceso de desarrollo. Las filiales locales cuentan habitualmente con esta información, que se utiliza con fines publicitarios. Si esta filial está analizando la producción en el país, podrá ser bienvenido un potencial inversor que le provea suministros especializados de alta tecnología.

* Viajes al exterior

Los viajes adecuadamente planificados, para participar en Ferias, Congresos, Convenciones u otras reuniones donde se presentan diversos productos, tecnologías y procesos, son una fuente inapreciable de información y de contactos. En muchas de ellas se presentan Empresas innovadoras que ven con agrado la posibilidad de otorgar licencias o vender patentes o know-how para elaborar sus productos en otros países.

Una adecuada actitud para realizar contactos puede facilitar las posibilidades de visitar las instalaciones de algunas Empresas, mejorar las relaciones personales con sus directivos y ejecutivos, acceder al conocimiento, por lo menos parcial, de su matriz de insumos, lo que puede traducirse en la identificación de alguno/s de ellos que genere un Proyecto para producirlo en n/país y suministrarlo al productor externo, con ventajas para ambos.

* Asistencia de consultores especializados

Existen en los países industrializados (y en mucho menor medida en nuestro país), consultores especializados que cuentan con carteras de Proyéctos innovadores para potenciales inversores.

El acceso a este tipo de consultoría tiene muy altos costos, y no son de fácil acceso para pequeños empresarios.

* Asistencia de tecnólogos locales y externos

La consulta con tecnólogos -ya sea independientes o de los Centros del Sistema Científico- es un paso que casi imprescindiblemente hay que plantear en los comienzos de un proceso de búsqueda.

En algunas oportunidades, ellos ya tienen algunas ideas elaboradas al respecto, que deberán ser cuidadosamente evaluadas. Pero en cualquier caso, la consulta sobre el tipo de Proyecto y producto que se está buscando pone sobre alerta a personas que, por la naturaleza de su trabajo, están permanentemente en contacto con fuentes diversificadas de información, y entrenadas para su valoración técnica y su potencial de utilización.

* Sectores Comerciales de los Servicios Diplomáticos

  Tanto las Embajadas Argentinas en el exterior, como las Embajadas extranjeras en n/país, cuentan con secciones comerciales, que cuentan con un cúmulo de información la cual, adecuadamente utilizada, puede ser una fuente de ideas para identificación de productos y Proyectos. Entre esa información se cuenta la de oportunidades comerciales en los países de origen, que puede dar una idea global de dificultades empresarias en ellos para obtener ciertos insumos. Con cierta frecuencia aparece también información sobre Empresas de alta tecnología que buscan asociaciones de distintos tipos con firmas extranjeras (representación, distribución, licencias, joint-ventures, etc.).

La detección de un producto o gama de productos de potencial interés comercial es sólo el primer paso en la identificación de un producto-objetivo para fundar un Proyecto innovativo.

* Un minucioso estudio de mercado permitirá evaluar si el producto detectado será demandado en cantidad suficiente para un Proyecto rentable, y si la demanda tendrá tiempo de vida suficiente para recuperar la eventual inversión y redituar utilidades razonables.

* La disponibilidad de tecnología adecuada (desarrollo propio, por acuerdos con Centros Científicos/Tecnológicos, licencia, compra a proveedores de tecnología, etc.) es un ítem crucial, que constituye una prueba "pasa-no pasa" para la continuidad del proceso identificatorio, y que permitirá evaluar inversiones y costos.

* Las etapas posteriores no se diferencian del procedimiento de formulación y evaluación de cualquier proyecto de inversión convencional, realizada con profesionalismo y honestidad.

Todas las acciones mencionadas anteriormente requieren no sólo el buen criterio empresario, sino también la capacidad de tecnólogos entrenados en la búsqueda de información y en su evaluación. Sería un profundo error subestimar la necesidad de este tipo de apoyo durante todo el proceso.

A la inversa de lo que sucede con el acceso a la tecnología, los canales y redes de comercialización de productos de alta tecnología tienen soluciones similares a las de los convencionales.

Si pensamos, por ejemplo, en el mercado internacional de "commodities" como el cobre, el petróleo o el trigo, cuyos precios pueden cambiar mientras el producto está embarcado y en viaje a destino, y en los que c/centavo de diferencia por Kg se traduce en millones de dólares de pérdidas o ganancias, los mercados de innovación son relativamente mucho más estables durante su corto período de vida útil.

Los canales de comercialización masiva (ventas al público) han pasado a ser los mismos que en artículos de tecnología tradicional. Artículos de alta sofisticación se comercializan en kioscos y supermercados, conjuntamente con bocas de expendio en las casas especializadas.

Una técnica comercial innovadora de por sí -el "franchising"- se convirtió rápidamente en un procedimiento utilizado preferentemente para imposición de marcas más que de productos, mezclando los innovadores con los tradicionales de las firmas que otorgan la franquicia.

Los canales de venta de productos de alta tecnología que serán utilizados como insumos por otras Empresas tampoco se diferencian en su naturaleza de los utilizados para productos tradicionales. En general se utilizan los canales ya establecidos para aquéllos.

El comercio exterior argentino en tecnologías medianas y altas. Importaciones y exportaciones. Influencia de las barreras arancelarias y para-arancelarias. Situación respecto de los países del MERCOSUR

Nuestro país no se caracterizó en los últimos años por la producción y exportación de productos intensivos en capital humano y tecnología. El Cuadro XIII es suficientemente explícito al respecto. Sin embargo, los grandes números opacan detalles que están tendiendo a modificar esa realidad, detalles que no se reflejan en las estadísticas por su forma de agregación.

A pesar de que no resultan significativas dentro de los valores globales de nuestro comercio exterior, informaciones recogidas de diversas fuentes permiten estimar que el volumen de exportaciones en productos de tecnologías medianas y altas oscilaría entre los 100 y los 300 millones de dólares anuales entre 1991 y 1992. El volumen de las importaciones en estas categorías de productos triplicaría aproximadamente dichas cifras.

En lo que respecta a los aranceles, el tema ya ha sido comentado en su situación actual y en su perspectiva al principio del presente capítulo. Cabría mencionar que las barreras para-arancelarias, traducidas en sellados, tasas, cuotas, medidas sanitarias, exigencias especiales de calidad, reglamentación anti-dumping abusiva, están siendo progresivamente dejadas de lado dentro de la corriente de liberación del comercio mundial, aunque resurgen en la medida en que las economías nacionales enfrentan desequilibrios fuertes. El déficit comercial de Estados Unidos con respecto a Japón ha resucitado en aquel país la amenaza de utilizar aranceles específicos para protegerse, o barreras de tipo no arancelario, a diferencia de las tradicionales posiciones sustentadas en el contexto del GATT.

En lo que respecta a la participación argentina en el MERCOSUR, el análisis de los Cuadros XXVII a XXXIII y los gráficos V a VIII , muestra que las exportaciones argentinas dentro de la región decayeron al mínimo en 1983, creciendo desde ese año de manera sostenida hasta alcanzar en 1992 el valor de U$S 2225,8. Esto representa durante dicho período un crecimiento promedio del 17 % anual acumulativo. Sin embargo, entre 1991 y 1992 el ritmo fue inferior a dicho promedio, con una tasa del 12,6 %.

Del total de exportaciones al Mercosur, las operaciones con Brasil representaron el 71,4 % en 1992, frente al 68,6 % en 1983. Paraguay está representado por el 11,5 % en 1992 frente al 16,7 % en 1983. Los datos correspondientes a Uruguay en los mismos años fueron de 17,1 % y 14,7 % en 1983. Esto significa que a lo largo de todo el período las exportaciones a Brasil se mantuvieron algo por encima de los 2/3 del total de la región, sin grandes variaciones.

Las manufacturas de origen industrial tuvieron una participación del 40,3 % en 1992, de las cuales las de tecnologías medianas y altas (de acuerdo a cómo se definen en el Cuadro XXIII) representaron el 83,8%, ésto es, un 33,8 % del total exportado. Esto significaría un valor en dólares cercano a los U$S 800 millones en ese año, lo que refleja más lo inadecuado de la clasificación tecnología y conocimiento/intensiva que una realidad alentadora en alta tecnología.

El crecimiento de las importaciones, tomando el mismo año base de 1983, creció en 1992 a un valor de U$S 3739,8, lo que significa una tasa promedio del 18,6 % anual acumulativo. Pero contrariamente a lo sucedido con las exportaciones, el flujo de la región hacia nuestro país se aceleró por encima de ese promedio entre 1991 y 1992, alcanzando un crecimiento del 107,2 %.

La importación de manufacturas de origen industrial no está discriminada de manera compatible con la de exportaciones, por lo que no podemos apreciar el comportamiento del rubro en los mismos períodos.

La calidad. Normas y reglamentaciones. Organismos de Control. Registros y habilitaciones

El tema de la calidad y su control ha sido mencionado y comentado varias veces a lo largo del presente trabajo. Intentaremos ahora resumir los conceptos fundamentales.

Debe quedar claramente establecido que la diferenciación por calidad no es necesariamente una característica básica de los procesos de innovación, salvo para determinadas familias de productos, como los alimenticios fármacos, electrónicos básicos, y otros.

No obstante, dicha diferenciación por calidad es una exigencia creciente de los mercados locales e internacionales, que establecen Standards y Normas por país o región, a las que se agregan las aún más exigentes establecidas por los compradores.

Las tradicionales Normas europeas, la mayoría de las cuales se basa en las DIN y VDE de Alemania y las BS del Reino Unido, y el universo variado de Normas y Standards de Estados Unidos, basados largamente en ASME, FDA y UL, han ido convergiendo, tras un trabajo de más de 10 años (que comenzó con la adopción por EEUU del Sistema métrico Decimal) en las ISO (International Standards Organization), que las unifica y refleja el mejor estado actual del conjunto de Normas, Standards y reglamentaciones vigentes internacionalmente respecto de la calidad.

Esto no significa que hayan desaparecido las diferencias nacionales o regionales en materia de normalización. Las Normas y Standards ISO representan parámetros básicos de calidad, a los que c/país le puede agregar exigencias mayores. Es conocida, por ejemplo, la rigurosidad de la FDA en Estados Unidos en lo que respecta a Alimentos y Fármacos, con exigencias que exceden a las ISO.

En forma similar, los países de la CE están estableciendo parámetros para algunos tipos de productos (calidad europea) que también exceden las ISO. De acuerdo con los procedimientos de ISO, las exigencias de ambas irán convergiendo hacia la inclusión de las mismas mediante la modificación de sus Normas, proceso que se realiza en forma permanente.

Nuestro país parte de un sensible retraso en este terreno. El IRAM realizó un encomiable esfuerzo en los comienzos del proceso argentino de industrialización, con actualizaciones en la década del '60. La recopilación de Normas y Standards de los países más avanzados, en distintos campos de la producción agrícola, ganadera, minera e industrial fueron de relevante ayuda en dicho proceso, permitiendo el conocimiento de las bases de la normalización de la producción.

En la elaboración de sus Normas propias, sin embargo, los procedimientos consensuados establecidos y seguidos en el período del predominio de las políticas de sustitución de importaciones, resultaron en standardizar fundamentalmente lo que el promedio de nuestras Empresas de c/sector podían o estaban dispuestas a hacer en materia de calidad, y no reflejaron los parámetros de calidad a que debían aspirar para poder competir en el mundo.

Actualmente la normalización de IRAM es en gran parte obsoleta, desconocida en el mundo, y debe ser reformulada en sus contenidos y metodología de actualización para poder servir como base en la penetración de los mercados internacionales.

Dentro del ámbito del MERCOSUR se ha definido un Cronograma de Medidas para la Coordinación de Políticas Macroeconómicas, Sectoriales e Institucionales, en cuyo Subgrupo de Trabajo No. 3 se convienen los procedimientos para información mutua y armonización de Normas y Reglamentaciones Técnicas entre los Países Referentes, en el que participan los Institutos de normalización de los cuatro países (IRAM, ABNT, INTN, UNIT). Dicho Subgrupo tiene fijado en el Cronograma la finalización de sus tareas en Noviembre del presente año.

Esta participación represente una situación bastante comprometida particularmente para la Argentina. Uruguay y Paraguay no tienen una estructura de producción tan desarrollada como para que las modificaciones en sus parámetros de calidad representen una situación de difícil adaptación. Brasil, en cambio, cuya etapa más dinámica en el proceso de industrialización tuvo lugar en años bastante posteriores a la de nuestro país, fue formulando dicho proceso acompañándolo con los standards de calidad de las casas matrices de sus inversores extranjeros. Si bien esta situación no se refleja acabadamente en los Standards del ABTN, sus productores -especialmente industriales- están acostumbrados a cumplir con los parámetros de control más exigentes.

En el mismo Subgrupo de Trabajo, en su Item No. 16.- "Calidad Industrial" se fija la secuencia a seguir para determinar los Organismos de control, registros y habilitaciones de laboratorios y estructuras de certificación, y Empresas certificadas:

16.1 Acuerdos sobre armonización y reconocimiento de las estructuras de certificación y ensayo.

16.2 Actividades para la implementación del reconocimiento mutuo.

16.3 Actividades de asistencia tecnológica permanente en certificación a los Subgrupos del MERCOSUR y sus comisiones.

16.4 Acuerdos sobre el sistema de certificaciones de auditores del sistema de calidad.

16.5 Acuerdo sobre las condiciones para el reconocimiento mutuo de las estructuras de certificación, acreditación de laboratorios y organismos de inspección.

16.6 Bases para la elaboración de un listado de empresas certificadas por las estructuras de certificación de los países del MERCOSUR.

Es oportuno señalar que, en forma independiente de estos compromisos, y coherente con las condiciones necesarias para la apertura económica encarada en nuestro país, un grupo creciente de Empresas -básicamente en la industria- ha decidido tomar iniciativa en el Control de Calidad, buscando su adaptación a la Serie de Normas ISO 9000, que se reproducen en nuestro país en las IRAM-IACC-ISO E-9000/4.

Estas Normas no se refieren a la calidad de ningún producto en particular, sino que representan un sistema ordenado para implementar y certificar los sistemas de calidad.

No existe hasta el momento ningún país que imponga legalmente el uso de estas Normas. Sin embargo, sí existen Empresas y sectores completos (la Society of British Aerospace Companies, p.ej.) que plantean como exigencia para cualquier presentación de proveedores la certificación de sus sistemas de calidad por esta normativa. Este conjunto de Normas comprende:

* 9000. **Normas para la gestión de la calidad y el aseguramiento de la calidad**: Directivas para su selección y utilización.

* 9000-3. **Normas para la gestión de la calidad y el aseguramiento de la calidad**: Directrices para la aplicación de la ISO 9001 al desarrollo, suministro y mantenimiento del software.

* 9001. **Sistemas de la calidad**: Modelo para el aseguramiento de la calidad en el diseño / desarrollo, la producción, la instalación y el servicio posventa.

* 9002. **Sistemas de la calidad**: Modelo para el aseguramiento de la calidad en la producción y la instalación.

* 9003. **Sistemas de la calidad**: Modelo para el aseguramiento de la calidad en la inspección y en los ensayos finales.

* 9004. **Gestión de la calidad y elementos de un sistema de la calidad**: Reglas generales.

* 9004-2. **Gestión de la calidad y elementos de un sistema de calidad**: Guía para servicios.

El Reino Unido lidera el proceso de normatización de acuerdo con ISO-9000. Se estima que en ese país hay más de 15.000 instalaciones certificadas, y Francia sería el 2o. con alrededor de 1.000 instalaciones. Para fines del pasado año Brasil habría completado la certificación de unos 200 establecimientos, y Argentina aproximadamente unos 20.

ANEXOS

ANEXO I: CUADROS

CUADRO I: ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO EN EL CONTINENTE AMERICANO

PAISES	MARCO JURIDICO		POBLAC. x 1000	SUPERF. mill Km²
	Merc. Común	Area libre com.		
Argentina		----------	33.101	3.761
Brasil		----------	154.105	8.512
Paraguay	MERCOSUR	----------	4.519	406
Uruguay		----------	3.131	177
SUBTOTALES			194.856	12.856
Bolivia		----------	7.524	1.098
Colombia		Grupo de los Tres	33.425	1.142
Ecuador	PACTO ANDINO	----------	11.055	283
Perú		----------	22.454	1.285
Venezuela		Grupo de los Tres	20.186	912
SUBTOTALES			94.644	4.720
Costa Rica		----------	3.191	51
El Salvador		----------	5.395	21
Guatemala	Merc. Común	----------	9.745	108
Honduras	Centroameric.	----------	5.463	112
Nicaragua		----------	3.958	148
Panamá		----------	2.514	77
SUBTOTALES			30.266	577

CUADRO I (Cont.)

Antigua y Barbuda	CARICOM	----------		76	0,4
Bahamas		----------		258	13,9
Barbados		----------		255	0,4
Belice		----------		194	23,0
Dominicana		----------		7.471	48,4
Granada		----------		84	0,3
Guyana		----------		808	215,0
Jamaica		----------		2.469	11,0
Monserrat		----------		12	1,0
San Cristóbal y Nevis		----------		44	0,2
Santa Lucía		----------		153	0,6
San Vicente y Granadinas		----------		117	0,4
Trinidad y Tobago		----------		1.253	5,1
SUBTOTALES				13.194	320,0
Canadá	----------		NAFTA	26 992	9.922
México	----------		NAFTA y Grupo de los Tres	88.153	1.972
EEUU	----------		NAFTA	252.688	9.372
SUBTOTALES				367.833	21.266
Chile	----------		México	13.599	756
TOTALES				714.392	40.435

CUADRO II: Precios de los Productos Primarios, 1984-91 (variación porcentual anual media)

Precios de los productos básicos	1984-89	1989	1990	1991
En dólares corrientes				
Alimentos y bebidas	−1,9	−5,9	−7,6	−2,9
Productos agrícolas no alimentarios	0,1	−0,1	1,0	4,5
Metales y minerales	9,1	4,2	−7,5	−9,6
Total de productos distintos del petróleo	1,7	−1,8	−6,4	−4,8
Petróleo	−5,2	19,8	30,7	−18,8
En términos reales[a]				
Total de productos distintos del petróleo	−4,8	−1,0	−11,4	−6,7
Petróleo	−10,1	20,6	23,8	−20,3
En derechos especiales de giro (DEG)				
Total de productos distintos del petróleo	−2,7	3,0	−11,6	−4,9
Petróleo	−8,2	25,6	23,5	−18,9

NOTA: Los índices de los precios de los productos básicos se han ponderado en función de las exportaciones de productos básicos de todos los países en desarrollo.

a. Deflactados en función del índice del valor unitario de las exportaciones de manufacturas de los cinco principales países industriales (Alemania, Estados Unidos, Francia, Japón y Reino Unido) a los países en desarrollo.

FUENTE: Banco Mundial.

CUADRO III: Indicadores seleccionados de resultados del Comercio Exterior, 1965-91 (variación porcentual anual media)

Grupos de países e indicadores	1965-90	1980-90	1990	1991[a]
Países de ingreso bajo y mediano				
Volumen de importaciones	4,5	1.4	6.4	−2.3
Volumen de exportaciones	3,5	4.1	1.6	−2,0
Relación de intercambio	1,1	−3,4	3,1	n.d.
Africa al Sur del Sahara				
Volumen de importaciones	1,4	−4.3	0,0	2,0
Volumen de exportaciones	1,7	0.2	−4.1	2,5
Relación de intercambio	0,1	−4,7	3,8	n.d.
América Latina y el Caribe				
Volumen de importaciones	1,5	−2.1	7,7	10,5
Volumen de exportaciones	1,5	3.0	3,5	4,0
Relación de intercambio	1,0	−2,4	5,8	n.d.
Asia				
Volumen de importaciones	6,7	7.3	6,7	10.0
Volumen de exportaciones	7,8	9.4	7,2	10,5
Relación de intercambio	−0,4	−1,2	0,4	n.d.
Europa y antigua URSS				
Volumen de importaciones	4.5	2.7	7.1	−18.0
Volumen de exportaciones	4.2	2.9	−1,9	−12,5
Relación de intercambio	0,5	−0,7	0,3	n.d.
Oriente Medio y Norte de Africa				
Volumen de importaciones	7.3	−4,7	3.6	−12.0
Volumen de exportaciones	0.4	−1.1	−0.1	−15,0
Relación de intercambio	5,0	−9,3	4,8	n.d.
Partida de memorando				
Comercio mundial	4,8	4,5	5,0	3,0

NOTA: Los volúmenes de comercio se miden en precios y tipos de cambio constantes de 1987. La relación de intercambio se calcula como la relación entre el precio de exportación y el precio de importación.

n.d. No disponible.

a. Estimaciones.

FUENTE: Banco Mundial.

CUADRO IV: Comercio Internacional de Manufacturas y Crecimiento Económico (%)

	Average annual growth rates of real values		Share	
	1970-79	1980-87	1970-75	1985-87
World Exports				
Manufactured Goods (SITC 5-8 less 68)	7.5	4.8	61.0	72.2
Primary Commodities (SITC 0-2,4,68)	3.4	1.8	24.4	17.5
Mineral Fuels (SITC 3)	1.5	-6.0	13.3	8.3
Total Exports (SITC 0-9)	4.4	2.9	100.0 a/	100.0 a/
Manufacturing Exports				
OECD Countries	6.9	4.0	96.7	92.3
Asian NIEs b/	17.0	9.8	2.0	5.4
Latin America	12.8	9.0	1.3	2.3
Total	7.3	4.3	100.0	100.0
Manufacturing Imports				
OECD Countries	6.6	7.7	89.3	90.1
Asian NIEs b/	12.3	11.0	3.2	6.2
Latin America	6.3	-6.5	7.5	3.7
Total	6.8	7.0	100.0	100.0
GDP				
OECD Countries	3.3	2.7	94.0	93.3
Asian NIEs b/	8.7	6.5	0.2	0.5
Latin America	5.8	1.4	5.7	6.3
Total	3.5	2.7	100.0	100.0

Note: Estimates were made for individual Latin American countries for manufacturing trade in cases where actual data were not available. Refer to Appendix A for a discussion of the methodology employed

a/ Includes SITC 9, i.e., other products not elsewhere specified.

b/ Consisting of Hong Kong, Singapore, and South Korea, due to the lack of data for Taiwan.

Sources: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base for trade data; United Nations, Department of International Economic and Social Affairs for trade price indices; OECD for real GDP of OECD countries; World Bank for real GDP of Asian NIEs; IDB for real GDP of Latin America.

CUADRO V: Origen y destino del comercio de Manufacturas p/Regiones seleccionadas fuera de la OCDE y países de la OCDE (%)

Importer:	OECD Europe				North America			
Exporter:	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989
Asian NIEs	42.2	28.9	33.8	30.2	49.3	63.1	52.4	53.3
Other Developing Asia	55.0	42.8	47.3	36.4	42.0	38.7	35.5	44.3
Middle East	70.3	64.4	65.4	51.0	28.1	30.2	25.7	34.7
Africa b/	86.6	88.8	83.8	95.0	11.9	6.5	10.9	4.6
Ex-CPEs	88.4	83.9	85.5	85.5	5.8	7.8	9.4	6.5
Latin America								
Brazil	43.1	57.7	44.6	41.2	50.2	32.7	47.8	48.4
Mexico	32.4	14.7	9.9	5.8	65.3	80.7	86.3	92.3
Andean Pact	55.8	42.7	33.1	32.4	41.1	42.8	43.7	43.7
Southern Cone	58.2	79.6	64.7	52.3	41.1	10.7	26.6	33.7
Caribbean c/	8.6	54.9	29.2	37.5	90.0	44.3	64.7	60.6
Central America	26.1	55.9	50.0	54.3	14.5	36.4	47.0	45.1
Exporter:	OECD Europe				North America			
Importer:	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989
Asian NIEs	43.9	26.3	25.5	25.5	14.1	20.6	23.6	25.7
Other Developing Asia	46.5	39.1	40.9	38.6	31.1	22.2	18.1	19.4
Middle East	68.0	68.5	62.1	65.9	23.2	18.5	17.7	17.3
Africa b/	83.0	74.7	82.0	83.2	9.6	9.5	7.5	8.5
Ex-CPEs	90.2	88.7	84.1	87.2	1.1	2.9	4.7	3.4
Latin America								
Brazil	52.8	48.3	47.9	45.0	41.3	41.9	36.7	41.9
Mexico	28.1	30.3	23.0	15.6	69.5	64.9	69.4	76.6
Andean Pact	41.4	39.3	37.2	39.3	52.9	50.4	50.1	50.7
Southern Cone	57.1	54.8	53.8	49.6	36.3	38.0	35.0	35.6
Caribbean c/	28.1	36.9	30.3	23.8	52.9	53.7	56.8	63.4
Central America	33.6	34.2	31.1	22.6	56.1	45.0	40.5	34.7

CUADRO V (Cont.)

Importer:	Japan				Total OECD a/			
Exporter:	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989
Asian NIEs	8.5	8.1	13.9	16.5	100.0	100.0	100.0	100.0
Other Developing Asia	3.0	18.5	17.2	19.3	100.0	100.0	100.0	100.0
Middle East	1.5	5.4	8.9	14.4	100.0	100.0	100.0	100.0
Africa b/	1.5	4.8	5.3	0.4	100.0	100.0	100.0	100.0
Ex-CPEs	5.8	8.3	5.2	8.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Latin America								
Brazil	6.7	9.7	7.6	10.4	100.0	100.0	100.0	100.0
Mexico	2.2	4.6	3.8	1.9	100.0	100.0	100.0	100.0
Andean Pact	3.1	14.4	23.2	23.9	100.0	100.0	100.0	100.0
Southern Cone	0.7	9.7	8.8	14.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Caribbean c/	1.4	0.7	6.1	1.9	100.0	100.0	100.0	100.0
Central America	59.4	7.7	3.0	0.7	100.0	100.0	100.0	100.0
Exporter:	Japan				Total OECD a/			
Importer:	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989
Asian NIEs	42.0	53.1	50.9	48.8	100.0	100.0	100.0	100.0
Other Developing Asia	22.4	38.6	41.0	41.9	100.0	100.0	100.0	100.0
Middle East	8.8	13.0	20.3	16.8	100.0	100.0	100.0	100.0
Africa b/	7.4	15.8	10.4	8.3	100.0	100.0	100.0	100.0
Ex-CPEs	8.7	8.5	11.3	9.4	100.0	100.0	100.0	100.0
Latin America								
Brazil	5.9	9.8	15.3	13.1	100.0	100.0	100.0	100.0
Mexico	2.4	4.8	7.6	7.8	100.0	100.0	100.0	100.0
Andean Pact	5.8	10.4	12.7	10.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Southern Cone	6.6	7.2	11.2	14.8	100.0	100.0	100.0	100.0
Caribbean c/	19.0	9.4	12.8	12.8	100.0	100.0	100.0	100.0
Central America	10.2	20.7	28.4	42.8	100.0	100.0	100.0	100.0

a/ Excluding Australia and New Zealand. b/ Including South Africa. c/ Including all Caribbean countries except Cuba.
Source: Authors' own calculation based on SITC (Rev. 2) import data from the OECD.

CUADRO VI: Comercio de la OCDE en manufacturas con Regiones extra-OCDE, por categoría de intensidad de factores

Factor-Intensity Category:		Imports Value (Bil. US$)	Imports Share of Total (Per cent)	Exports Value (Bil. US$)	Exports Share of Total (Per cent)	Trade Balance TOTAL (Bil. US$)	Trade Balance of which: Latin America	Trade Balance of which: Developing Asia a/	Trade Balance of which: Mid. East & Africa b/	Trade Balance of which: Ex-CPEs
Natural Resource	1989	33.5	12.5	17.7	5.2	(15.8)	(9.1)	(7.4)	(0.4)	(1.0)
	1979	14.6	19.3	10.4	4.9	(4.3)	(3.6)	(2.3)	2.3	(0.7)
	1970	3.1	31.2	1.8	5.1	(1.3)	(0.7)	(0.2)	0.0	(0.3)
	1962	1.3	44.9	0.7	4.4	(0.6)	(0.4)	(0.1)	0.0	(0.1)
Unskilled Labor	1989	103.4	38.7	32.4	9.5	(71.0)	(1.8)	(73.0)	4.0	(0.2)
	1979	31.7	41.7	21.6	10.1	(10.1)	1.4	(18.7)	8.0	(0.8)
	1970	3.8	38.6	5.1	14.6	1.3	0.8	(1.4)	1.6	0.3
	1962	0.8	30.0	2.2	14.5	1.3	0.4	0.1	0.8	0.1
Human Capital	1989	51.9	19.5	91.2	26.8	39.3	3.6	7.8	22.2	5.8
	1979	13.1	17.2	71.0	33.3	58.0	11.7	11.4	28.7	6.2
	1970	1.2	12.1	11.2	32.1	10.0	3.2	3.0	3.0	0.8
	1962	0.3	11.5	5.6	36.9	5.3	1.8	1.5	1.5	0.4
Technology	1989	78.0	29.2	199.0	58.5	120.9	21.8	55.5	28.6	15.1
	1979	16.6	21.9	110.2	51.7	93.5	22.7	26.9	33.6	10.3
	1970	1.8	18.0	16.8	48.2	15.0	5.0	4.6	3.5	1.9
	1962	0.4	13.5	6.7	44.2	6.3	2.4	2.0	1.3	0.6
Total	1989	266.7	100.0	340.2	100.0	73.5	14.4	(12.1)	54.5	16.7
	1979	76.1	100.0	213.1	100.0	137.1	32.2	17.3	72.6	15.0
	1970	9.9	100.0	34.8	100.0	24.9	8.3	5.9	8.1	2.7
	1962	2.8	100.0	15.1	100.0	12.3	4.2	3.5	3.5	1.0

Note: Figures in parentheses are negative values.
a/ Including Asian NIEs.
b/ Including South Africa.
Source: Calculations by the authors based on SITC (Rev. 2) import data from the OECD.

CUADRO VII: Origen de las manufacturas importadas por la OCDE desde Países y Regiones extra-OCDE, por categoría de intensidad de factores (Porcentual)

Factor-Intensity Category:	Natural Resource				Unskilled Labor				Human Capital				Technology			
	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989	1962	1970	1979	1989
Asian NIEs	15.2	7.4	12.7	9.6	23.3	55.8	55.9	47.9	10.8	27.9	54.1	50.8	5.3	18.1	32.4	51.2
Other Developing Asia	13.4	23.5	27.1	26.6	40.4	17.4	18.2	33.2	7.2	6.7	6.1	16.3	5.5	5.6	12.2	14.3
Middle East	4.7	6.6	7.7	10.0	8.2	5.3	3.1	1.4	4.3	2.4	2.2	1.9	4.8	4.7	5.0	5.7
Africa a/	6.7	7.0	5.1	6.4	4.6	1.8	2.9	3.5	6.8	1.6	0.7	0.6	11.6	3.8	4.1	2.2
Ex-CPEs	15.3	20.2	14.4	15.2	15.8	13.8	11.3	4.6	57.9	45.2	22.6	8.8	53.7	36.6	24.3	7.4
Latin America	44.6	35.3	33.0	32.2	7.6	5.9	8.6	9.3	13.0	16.2	14.3	21.7	19.1	31.2	22.0	19.2
Brazil	1.0	2.6	4.2	7.6	0.2	0.9	3.0	2.3	1.4	3.3	5.1	7.3	2.4	2.0	4.9	4.3
Mexico	5.5	3.4	5.6	4.7	3.4	2.9	2.0	2.4	4.0	7.8	6.6	11.8	7.9	10.5	12.4	12.5
Andean Pact	9.9	5.3	8.5	6.4	0.4	0.7	0.8	0.5	1.0	0.6	0.7	0.9	1.0	0.3	0.5	0.3
Southern Cone	28.1	22.5	12.3	9.7	1.6	0.5	1.1	0.6	4.9	3.3	1.2	1.0	6.1	2.3	1.4	0.7
Caribbean b/	0.1	1.4	1.6	3.1	0.4	0.8	0.9	1.8	0.7	0.9	0.3	0.5	0.7	15.4	2.1	1.2
Central America	0.1	0.1	0.8	0.7	1.7	0.3	0.8	1.7	1.0	0.3	0.4	0.2	0.9	0.7	0.8	0.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

a/ Including South Africa.
b/ Including all Caribbean countries except Cuba.
Source: Authors' own calculations based on SITC (Rev. 2) import data from the OECD.

CUADRO VIII: Estructura del comercio Latinoamericano por las principales categorías de productos

EXPORTS				IMPORTS		
Mil. US$ 1987	Share (%) 1987	Share (%) 1970		Mil. US$ 1987	Share (%) 1987	Share (%) 1970
36 818	41.7	65.8	Non-Fuel Primary Commodities	12 742	16.9	17.9
21 984	24.9	38.3	Food and Live Animals (SITC 0)	5 677	7.5	9.0
998	1.1	0.8	Beverages and Tobacco (SITC 1)	331	0.4	0.7
12 797	14.5	25.2	Crude Materials (SITC 2 plus 68)	6 025	8.0	7.3
1 039	1.2	1.5	Animal and Vegetable Oils (SITC 4)	709	0.9	0.9
23 110	26.2	23.1	Mineral Fuels (SITC 3)	12 629	16.7	9.3
27 903	31.6	10.9	Manufactures	49 649	65.8	72.4
4 756	5.4	2.7	Chemicals (SITC 5)	12 503	16.6	13.2
9 069	10.3	4.4	Basic Manufactures (SITC 6 less 68)	8 267	11.0	16.7
10 496	11.9	2.3	Machinery & Transport Equip. (SITC 7)	24 865	33.0	36.4
3 582	4.1	1.5	Misc. Manufactured Goods (SITC 8)	4 013	5.3	6.1
402	0.5	0.3	Other Goods N.E.S. (SITC 9)	417	0.6	0.4
88 233	100.0	100.0	Total	75 436	100.0	100.0

Note: Estimates for individual countries were made in cases where actual data were not available. Refer to Appendix A for a discussion of the methodology employed.
Source: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base.

CUADRO IX: Participación de la exportación de manufacturas en las economías Latinoamericanas (Participación promedio anual en %)

	Share of Nominal GDP		Share of Total Merchandise Exports		Share of Regional Manufacturing Exports	
Averages:	1970-75	1985-87	1970-75	1985-87	1970-75	1985-87
Argentina	1.6	2.2	20.1	26.4	14.6	7.8
Bahamas	2.6 e	11.6 e	4.9 e	38.0 e	0.5	1.0
Barbados	3.0	11.7 e	31.7	81.5 e	0.4	0.7
Bolivia	0.5	0.2	2.4	1.9	0.3	0.0
Brazil	1.4	3.8	19.4	47.1	28.2	48.3
Chile	0.8	1.4	5.5	8.1	2.2	1.4
Colombia	1.8	2.0	19.4	17.0	5.6	3.2
Costa Rica	4.8	5.4 e	21.5	21.1 e	2.1	0.9
Dominican Republic	5.2 e	3.7 e	13.2 e	23.9 e	1.6	0.7
Ecuador	0.3	0.3	2.1	1.5	0.3	0.1
El Salvador	5.1	2.3 e	29.8	18.3 e	3.0	0.5
Guatemala	5.3	2.7 e	26.7	18.3 e	3.3	0.8
Guyana	1.9	2.7 e	3.7	5.4 e	0.2	0.0
Haiti	2.5	4.4 e	29.6	47.9 e	0.5	0.4
Honduras	1.5	0.8	6.9	3.9	0.4	0.1
Jamaica	11.1 e	10.8	46.1 e	53.1	5.8	1.3
Mexico	1.4	3.4	36.1	30.4	22.2	23.7
Nicaragua	3.3	0.6 e	16.1	6.0 e	1.3	0.1
Panama	0.5	1.0	4.1	14.7	0.2	0.2
Paraguay	1.2	0.5	10.7	8.3	0.3	0.1
Peru	0.3	1.0	2.2	15.0	0.7	1.4
Suriname	...	...	...	...	...	...
Trinidad & Tobago	5.8	6.5	10.1	22.0	2.5	1.5
Uruguay	2.2 e	5.0	21.7 e	37.9	1.8	1.6
Venezuela	0.3	1.7	1.4	8.2	2.0	4.1
Latin America a/	1.5	3.0	14.5	28.2	100.0	100.0

Note: In cases where data for an individual country were missing for one or more years, estimates were used to replace missing values. The average regional shares are all estimates. To calculate Latin American regional totals, estimates were used to replace missing values. Refer to Appendix A for a discussion of the methodology employed.

e - estimate

a/ Excluding Suriname.

Sources: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base for trade data; IDB for GDP data.

CUADRO X: Estructura de las exportaciones de manufacturas para los principales exportadores Latinoamericanos de manufacturas a/ (%)

Major Mfg Exporters:		Type of Manufacture				
		Chemicals	Basic Manufactures	Mach.&Trans. Equipment	Misc. Mfd Goods	Total Manufactures
	SITC:	(5)	(6 less 68)	(7)	(8)	(5-8 less 68)
Argentina	1970-79 average	16.3	35.7	35.3	12.8	100.0
	1980-87 average	22.3	44.6	25.4	7.7	100.0
Brazil	1970-79 average	8.6	40.5	36.1	14.7	100.0
	1980-87 average	12.6	34.9	39.2	13.3	100.0
Mexico	1970-79 average	22.1	31.3	31.7	14.9	100.0
	1980-87 average	19.5	21.4	47.8	11.4	100.0

a/ Countries whose share of manufacturing exports represented more than 5 per cent of the region's total manufacturing exports in the 1980s.

Source: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base.

CUADRO XI: Crecimiento de las exportaciones de manufacturas Latinoamericanas (Promedios)

Averages:	All Manufactures (SITC 5 to 8 less 68) Mil. US$ 1985-87	Annual Growth 1970-87	Chemicals (5) Mil. US$ 1985-87	Annual Growth 1970-87	Basic Manufactures (6 less 68) Mil. US$ 1985-87	Annual Growth 1970-87	Mach. & Transport Equipment (7) Mil. US$ 1985-87	Annual Growth 1970-87	Misc. Manufactured Goods (8) Mil. US$ 1985-87	Annual Growth 1970-87
Argentina	1 866.9	11.4	381.4	13.3	900.8	14.1	469.7	8.6	114.9	6.1
Bahamas	240.3 e	25.7	237.1 e	28.7	3.0 e	-8.7	0.1 e	47.4	0.1 e	44.8
Barbados	157.4 e	23.0	6.3 e	13.1	9.3 e	14.4	122.3 e	33.6	19.4 e	13.3
Bolivia	11.7	3.2	1.3	-12.3	7.9	14.6	2.9	21.2	0.6	14.0
Brazil	11 654.7	23.0	1 515.8	26.1	4 108.6	20.8	4 361.3	25.0	1 669.0	23.3
Chile	345.9	13.2	108.1	10.9	155.7	13.9	46.6	15.7	35.6	17.1
Colombia	772.9	12.8	151.9	15.0	328.3	10.3	53.7	10.7	238.9	18.5
Costa Rica	223.9 e	10.6	62.3 e	9.8	82.2 e	11.1	27.7 e	10.1	51.7 e	11.2
Dominican Rep.	172.2 e	12.9	28.9 e	9.4	100.3 e	18.6	32.2 e	69.7	10.8 e	15.3
Ecuador	33.1	12.2	10.4	10.7	10.5	11.8	4.7	21.6	7.4	10.5
El Salvador	115.8 e	2.6	33.3 e	4.9	54.9 e	3.1	7.0 e	-0.3	20.6 e	0.1
Guatemala	184.5 e	6.3	80.5 e	10.0	66.6 e	4.4	9.4 e	3.9	27.9 e	4.4
Guyana	12.0 e	4.5	3.5 e	4.8	2.0 e	-1.4	3.8 e	46.1	2.7 e	2.7
Haiti	92.1 e	15.3	9.7 e	7.5	9.0 e	4.8	13.8 e	42.7	59.6 e	20.1
Honduras	29.2	9.7	6.9	7.3	15.0	11.2	0.9	48.8	6.5	10.5
Jamaica	318.0	6.4	231.8	5.5	7.3	3.1	2.7	6.8	76.1	13.2
Mexico	5 905.8	17.2	835.7	14.6	1 291.4	14.0	3 221.2	21.4	557.6	13.5
Nicaragua	16.1 e	-4.8	7.4 e	-3.5	5.3 e	-7.1	0.1 e	-13.4	3.3 e	-3.6
Panama	47.5	17.4	12.2	25.3	16.1	16.4	0.3	-9.6	18.9	22.3
Paraguay	24.7	6.7	9.5	2.5	12.9	11.1	0.0	...	2.2	5.6
Peru	331.3	24.7	39.5	19.3	175.8	24.9	29.2	21.7	86.7	33.7
Suriname	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Trinidad & Tobago	357.3	12.8	232.0	13.6	78.1	15.7	36.4	13.2	10.8	-1.3
Uruguay	399.5	16.1	66.5	24.1	165.8	11.4	26.3	17.3	140.9	28.4
Venezuela	996.0	20.3	248.0	26.5	644.8	21.8	71.7	16.1	31.6	17.1
Latin America a/	24 308.6	17.3	4 319.8	15.2	8 251.6	16.2	8 543.4	20.8	3 193.8	16.5
World	1 286 554.4	12.7	169 948.2	13.6	260 821.1	10.4	653 429.3	13.1	202 355.8	14.0

Note: In cases where data for an individual country were missing for one or more years, estimates were used to replace missing values. Refer to Appendix A for a discussion of the methodology employed.

e - estimate

a/ Excluding Suriname.

Source: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base.

CUADRO XII: Exportadores emergentes de manufacturas en América Latina a/

	Manufacturing Exports ($ million) 1987	Export Growth of Manufactures (Per cent) 1970-87 Avg.	Share of Manufactures in Total Merchandise Exports (Per cent) 1975-77 Avg.	(Per cent) 1985-87 Avg.
Chile	437.9	13.2	10.4	8.1
Colombia	973.1	12.8	20.5	17.0
Peru	355.8	24.7	4.6	15.0
Trinidad and Tobago	341.9	12.8	5.5	22.0
Uruguay	520.1	16.1	34.3	37.9
Venezuela	708.2	20.3	1.3	8.2

Note: Estimates for individual countries were made in cases where actual data were not available. Refer to Appendix A for a discussion of the methodology employed.

a/ Include non-major manufacturing exporters whose manufacturing export earnings accounted for 1 to 5 per cent of the region's total manufacturing exports in the 1980s and whose earnings from those products grew by more than 12 per cent a year (i.e. the region's average) for the period 1970-87.

Source: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base.

CUADRO XIII: Grupos de los tres productos principales de los paises de América Latina

Top Three Ranked RCA Indices in 1986-88 and Changes from 1976-78

	Factor Intensity	RCA 1986-88	Change from 1976-78
Argentina			
Leather (61)	UL	20.96	2.07
Inorganic Chemicals (52)	NR	1.47	0.11
Textile Yarn, Fabrics (65)	UL	0.68	0.47
Bolivia			
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	1.27	0.79
Leather (61)	UL	0.52	-0.23
Inorganic Chemicals (52)	NR	-0.10	-0.04
Colombia			
Travel Goods, Handbags (83)	UL	4.47	-0.36
Leather (61)	UL	2.74	0.67
Clothing (84)	UL	1.27	0.14
Guatemala			
Essent. Oils, Perfume (55)	HC/T	2.05	1.50
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	0.73	1.06
Plumbing, Heating, Lighting (81)	HC/T	0.65	2.98
Mexico			
Non-Metal Mineral Manufactures (66)	NR	1.13	0.54
Plumbing, Heating, Lighting (81)	HC/T	1.13	0.56
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	1.05	0.06
Paraguay			
Leather (61)	UL	11.13	3.62
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	1.98	-4.62
Dyes, Tanning Products (53)	HC/T	1.04	-2.92
Trinidad and Tobago			
Fertilizers (56)	NR	14.41	11.46
Organic Chemicals (51)	HC/T	5.05	4.87
Iron and Steel (67)	HC/T	1.20	3.84

CUADRO XIII (Cont.)

Top Three Ranked RCA Indices in 1986-88 and Changes from 1976-78

	Factor Intensity	RCA 1986-88	Change from 1976-78
Bahamas			
Organic Chemicals (51)	HC/T	7.34	11.61
Medicinal, Pharmaceutical (54)	HC/T	1.96	-16.71
Plastic Materials (58)	HC/T	-0.05	-0.25
Brazil			
Explosives (57)	HC/T	17.58	16.47
Footwear (85)	UL	7.87	4.30
Iron and Steel (67)	HC/T	3.70	4.35
Costa Rica			
Leather (61)	UL	2.42	1.55
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	0.92	-0.02
Furniture (82)	UL	0.59	0.11
Honduras			
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	3.59	-0.01
Furniture (82)	UL	0.66	0.45
Leather (61)	UL	-0.11	-0.08
Nicaragua			
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	0.13	-0.78
Furniture (82)	UL	-0.14	0.10
Travel Goods, Handbags (83)	UL	-0.15	0.22
Peru			
Explosives (57)	HC/T	5.74	1.59
Textile Yarn, Fabrics (65)	UL	2.65	1.65
Clothing (84)	UL	0.90	0.78
Uruguay			
Leather (61)	UL	26.05	12.37
Clothing (84)	UL	5.03	-2.28
Travel Goods, Handbags (83)	UL	3.55	-9.87

CUADRO XIII (Cont.)

Top Three Ranked RCA Indices in 1986-88 and Changes from 1976-78

	Factor Intensity	RCA 1986-88	Change from 1976-78
Barbados			
Inorganic Chemicals (52)	NR	-0.01	0.07
Leather (61)	UL	-0.11	0.56
Clothing (84)	UL	-0.13	-2.12
Chile			
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	2.98	1.57
Explosives (57)	HC/T	0.59	3.10
Plumbing, Heating, Lighting (81)	HC/T	0.27	1.12
Ecuador			
Fertilizers (56)	NR	186.26	183.42
Wood, Cork Manufactures (63)	NR	1.10	0.46
Clothing (84)	UL	0.08	0.05
Jamaica			
Organic Chemicals (51)	HC/T	7.98	-8.15
Clothing (84)	UL	1.12	1.22
Furniture (82)	UL	0.34	0.14
Panama			
Leather (61)	UL	-0.03	0.40
Inorganic Chemicals (52)	NR	-0.18	0.08
Clothing (84)	UL	-0.19	0.60
El Salvador			
Footwear (85)	UL	0.92	-0.69
Travel Goods, Handbags (83)	UL	0.09	-0.68
Clothing (84)	UL	-0.07	-0.46
Venezuela			
Iron and Steel (67)	HC/T	0.27	2.92
Plumbing, Heating, Lighting (81)	HC/T	0.05	1.13
Furniture (82)	UL	-0.02	0.20

Note: HC/T, UL, and NR refer to human capital/technology intensive, unskilled labor intensive, and natural resource intensive product groups respectively.

Sources: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base for trade data. RCA index values are based on the authors' own calculations.

CUADRO XIV: Principales 20 Grupos de productos manufacturados exportados por Latinoamérica, 1987 a/

	SITC Product Group	Export Value (Mil. US$) 1987	Import Value (Mil. US$) 1987	Export Share of Total Group (Per cent) 1987	Latin America's share of World Exports (Per cent) 1970	1980	1987
	Total	25,932	41,413	100.0	0.7	1.5	1.8
1	Transport Equipment (73)	4,775	5,801	18.4	0.2	1.2	1.7
2	Non-Electrical Machinery (71)	4,106	11,136	15.8	0.5	1.1	1.4
3	Iron and Steel (67)	3,407	2,091	13.1	1.2	1.8	4.9
4	Organic Chemicals (51)	2,107	4,851	8.1	1.6	3.5	3.0
5	Textile Yarn, Fabrics and Related Products (65)	1,522	841	5.9	1.0	2.4	2.3
6	Electrical Machinery, Apparatus and Appliances (72)	1,427	5,801	5.5	0.5	0.7	0.8
7	Footwear (85)	1,208	66	4.7	0.9	4.4	7.5
8	Non-Metallic Mineral Manufactures (66)	898	604	3.5	1.3	1.4	2.0
9	Leather and Leather Manufactures (61)	850	259	3.3	6.3	10.3	8.8
10	Clothing (84)	848	311	3.3	0.7	1.9	1.4
11	Plastic Materials, Regenerated Cellulose, etc. (58)	843	1,862	3.3	0.2	0.6	1.8
12	Paper, Paperboard and Manufactures Thereof (64)	739	1,172	2.9	0.5	1.2	1.7
13	Misc. Manufactured Goods, N.E.S. (89)	643	1,460	2.5	1.0	1.2	0.7
14	Manufactures of Metal, N.E.S. (69)	603	1,200	2.3	0.8	1.3	1.4
15	Chemical Materials and Products, N.E.S. (59)	423	1,297	1.6	1.2	2.1	1.8
16	Wood and Cork Manufactures (63)	384	80	1.5	2.6	3.4	3.4
17	Professional, Scientific and Controlling Instruments (86)	376	1,443	1.4	0.2	0.5	0.7
18	Rubber Manufactures (62)	332	487	1.3	0.8	1.3	2.0
19	Dying, Tanning, and Coloring Materials (53)	229	612	0.9	1.6	1.6	1.8
20	Explosives, Pyrotech Products (57)	212	42	0.8	1.3	6.3	18.1

a/ Derived from the manufacturing exports of the fifteen countries for which data were available for 1987.
Source: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base.

CUADRO XV: Socios comerciales de América Latina
(Millones U$S y %)

LATIN AMERICAN EXPORTS TO:	1985	1989	% Annual Growth Rate 1985-89	% Share of 1989 Total
United States	37 783.9	44 105.1	3.9	39.5
European Community	20 923.2	26 674.0	6.3	23.9
Latin America & Caribbean	11 283.1	15 378.0	8.0	13.8
Japan	5 055.6	7 069.1	8.7	6.3
Asia	4 268.1	6 503.0	11.1	5.8
CMEA countries	3 971.7	3 786.6	-1.2	3.4
Middle East	2 899.2	2 632.8	-2.4	2.4
Africa	2 271.5	1 294.7	-13.1	1.2
Others	2 337.0	4 092.9	15.0	3.7
TOTAL	90 793.2	111 536.1	5.3	100.0
LATIN AMERICAN IMPORTS FROM:	**1985**	**1989**	**% Annual Growth Rate 1985-89**	**% Share of 1989 Total**
United States	23 664.3	35 350.9	10.6	41.3
European Community	10 880.6	16 037.1	10.2	18.7
Latin America & Caribbean	12 287.6	15 886.4	6.6	18.6
Japan	3 969.9	5 635.0	9.2	6.6
Asia	1 681.8	2 911.9	14.7	3.4
CMEA countries	808.9	1 110.6	8.2	1.3
Middle East	3 384.8	3 784.0	2.8	4.4
Africa	2 237.3	1 166.7	-15.0	1.4
Others	2 007.7	3 713.4	16.6	4.3
TOTAL	60 922.9	85 596.2	8.9	100.0

Source: IRELA calculations based on IMF, *Direction of Trade Statistics*, 1990.

CUADRO XVI: Comercio entre América Latina y la CE por producto (1989) (Millones de ECUs y % del total)

Latin American exports to the EC 12

Rank	Value	% of total	Description
1	3 141.2	11.85	Soya beans and products
2	2 271.6	8.57	Coffee
3	2 061.0	7.78	Crude oil
4	1 513.5	5.71	Unrefined copper
5	1 184.6	4.47	Iron ore and concentrates
6	693.8	2.62	Bananas
7	523.0	1.97	Fruit juice
8	426.8	1.61	Precious metal waste
9	392.4	1.48	Coal
10	374.9	1.41	Tobacco
Top Ten	12 582.8	47.47	
Total	26 479.2	100.00	

EC exports(1) to Latin America

Rank	Value	% of total	Description
1	809.5	5.16	Cars and car parts
2	506.5	3.23	Engines and parts
3	456.3	2.91	Aerospace equipment
4	454.7	2.89	Milk
5	263.8	1.68	Telecommunications
6	240.4	1.53	Ships, ferries and boats
7	203.8	1.29	Alcohol and spirits
8	159.4	1.01	Miscellaneous machinery
9	146.9	0.93	Medicines
10	137.6	0.87	Textile machinery
Top Ten	3 378.9	21.50	
Total	15 690.4	100.00	

a. Does not include exports categorized as "confidential".

Source: Eurostat.

CUADRO XVII: Comercio de manufacturas entre países seleccionados de América Latina y los países asiáticos en vías de industrialización a/

	Intra-Industry Trade (IIT) Indices						*Manufacturing Exports to Asian Industrializing Countries*							*Manufacturing Imports from Asian Industrializing Countries*						
			by Factor-Intensity Category in 1986				Value (Mil. US$)		Structure of Exports in 1986 (%)					Value (Mil. US$)		Structure of Imports in 1986 (%)				
	Total		Natural Resource	Unskilled Labor	Human Capital	Technology														
	1979	1986	(NR)	(UL)	(HC)	(T)	1979	1986	NR	UL	HC	T	Total	1979	1986	NR	UL	HC	T	Total
Argentina	4.2	9.2	0.0	3.7	1.8	25.5	14.4	47.6	24.8	26.8	23.8	24.6	100.0	42.7	40.0	0.0	5.5	55.7	38.8	100.0
Bolivia	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	–	–	–	–	–	5.1	3.9	1.1	55.0	15.8	28.1	100.0
Brazil	9.7	11.2	9.4	17.2	2.8	23.8	82.1	324.4	9.8	2.8	57.2	30.2	100.0	77.7	72.0	2.2	7.5	36.4	53.9	100.0
Chile	0.1	0.8	0.0	1.2	0.4	1.0	7.2	5.8	46.3	3.5	48.7	1.5	100.0	62.8	67.1	0.3	50.8	37.5	11.4	100.0
Colombia	8.0	4.0	0.0	18.7	1.2	1.5	1.5	0.5	11.9	36.6	48.9	2.5	100.0	8.6	5.0	0.1	13.1	56.3	30.4	100.0
Costa Rica	1.8	2.6	0.0	0.3	0.0	11.9	0.4	0.3	0.0	2.5	0.0	97.5	100.0	6.8	19.4	1.7	26.0	52.6	19.7	100.0
Mexico	15.5	12.2	15.3	32.9	0.9	13.8	7.7	66.9	0.1	4.2	22.0	73.7	100.0	12.2	24.1	1.0	25.0	40.6	33.4	100.0
Nicaragua	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	–	–	–	–	–	0.6	1.2	0.4	5.2	46.1	48.3	100.0
Paraguay	0.0	0.2	19.3	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	1.5	9.8	0.4	20.5	66.9	12.3	100.0
Peru	7.2	9.3	0.6	29.0	6.5	1.8	0.9	2.0	0.2	45.0	47.2	7.6	100.0	1.4	16.5	0.5	12.5	70.7	16.2	100.0
Trin. & Tob.	0.4	3.6	0.0	7.4	0.2	0.0	0.0	1.0	0.0	99.4	0.6	0.0	100.0	9.8	22.0	2.9	45.6	35.5	16.0	100.0
Uruguay	2.7	4.3	3.7	3.3	0.0	24.6	0.8	7.0	51.2	45.3	0.0	3.5	100.0	6.5	8.2	1.4	24.1	60.1	14.3	100.0
Venezuela	7.0	4.2	0.0	0.0	4.6	7.5	2.9	22.0	0.0	0.0	97.9	2.1	100.0	79.0	58.7	0.3	23.5	57.5	18.7	100.0

a/ The Asian Industrializing Countries consist of Hong Kong, Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, South Korea, Taiwan, and Thailand.
Source: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base. IIT indices are based on authors' own calculations.

CUADRO XVIII: Ventaja comparativa regional de América Latina en las exportaciones de los 12 principales grupos de manufacturas a/

Product Group:	Iron & Steel (67)		Textiles (65)		Footwear (85)		Minerals (66)		Leather Mfs (61)		Clothing (84)	
Factor Intensity:	(HC/T)		(UL)		(UL)		(NR)		(UL)		(UL)	
	RCA 1986-88	Change from 1976-78	RCA 1986-88	Change from 1976-78	RCA 1986-88	Change from 1976-78	RCA 1986-88	Change from 1976-78	RCA 1986-88	Change from 1976-78	RCA 1986-88	Change from 1976-78
Latin America	1.26	2.85	0.37	0.38	6.61	4.04	0.23	0.53	11.09	-0.10	0.91	-0.13
Argentina	0.61	1.93	0.68	0.47	0.31	-0.41	-0.26	-0.04	20.96	2.07	0.43	-0.75
Bahamas	-0.32	0.17	-0.95	0.17	-1.88	0.39	-2.55	-2.13	-0.08	0.08	-1.82	0.23
Bolivia	-2.85	-0.42	-0.98	0.39	-0.94	-0.81	-1.65	-0.65	0.52	-0.23	-0.49	-0.33
Brazil	3.70	4.35	1.36	0.30	7.87	4.30	0.50	0.59	0.87	-2.25	0.43	-0.08
Barbados	-0.66	0.22	-1.35	0.99	-1.92	1.01	-0.61	1.60	-0.11	0.56	-0.13	-2.12
Chile	-0.89	-0.67	-1.73	-0.43	-0.03	-0.25	-0.77	-0.20	-0.99	-0.80	-0.29	0.12
Colombia	-1.62	0.08	0.58	-0.71	0.73	0.34	1.17	0.31	2.74	0.67	1.27	0.14
Costa Rica	-2.03	-0.73	-1.45	-0.21	-0.01	1.23	-0.44	0.48	-2.42	1.55	0.55	0.65
Ecuador	-3.16	-0.78	-0.60	0.17	-0.02	0.01	-1.06	0.74	-0.02	0.00	0.08	0.05
Guatemala	-1.42	0.00	-0.24	0.07	0.13	-0.24	0.19	0.15	-0.69	-0.71	0.35	0.44
Honduras	-1.97	-0.56	-1.71	0.14	-0.61	0.10	-1.43	-0.13	-0.11	-0.08	-0.15	0.29
Jamaica	-1.55	-0.90	-2.26	-0.20	-0.03	0.13	-1.15	-0.29	-0.64	1.09	1.12	1.22
Mexico	0.19	2.02	0.47	0.00	0.42	-0.02	1.13	0.54	0.25	0.06	0.09	0.13
Nicaragua	-2.77	-1.65	-2.27	-1.23	-0.62	-0.39	-1.59	-0.61	-0.62	-1.35	-0.53	0.00
Panama	-1.92	-0.56	-2.76	0.34	-1.60	-0.83	-1.02	0.59	-0.03	0.40	-0.19	0.60
Peru	-1.57	0.29	2.65	1.65	0.03	-0.05	-0.60	-0.21	0.17	-0.13	0.90	0.78
Paraguay	-1.25	0.07	-1.23	-0.29	-1.38	-0.92	-1.46	0.05	11.13	3.62	0.21	0.22
El Salvador	-1.85	-0.75	-0.16	-0.41	0.92	-0.69	-1.65	-0.65	-2.56	-1.91	-0.07	-0.46
Trinidad & Tobago	1.20	3.84	-1.35	0.56	-1.19	0.19	-1.29	-0.13	-0.93	-0.38	-0.03	0.26
Uruguay	-1.07	0.04	0.94	0.00	0.88	-6.02	-0.05	-1.43	26.05	12.37	5.03	-2.28
Venezuela	0.27	2.92	-0.82	-0.12	-0.24	-0.07	-0.21	0.77	-0.45	-0.21	-0.48	0.24
OECD Countries	0.40	-0.32	0.09	-0.08	0.12	-0.74	-0.05	-0.14	-0.15	-0.21	-0.38	0.08
Industrializing Asia b/	-1.03	0.23	-1.21	-1.14	4.50	-2.09	-0.72	0.46	-1.29	0.78	3.59	-4.08
Ex-CPEs c/	1.72	2.19	0.72	0.50	4.22	0.93	1.00	0.64	-0.46	-0.85	1.14	-0.09

Note: UL, NR, and HC/T refer to unskilled labor intensive, natural resource intensive, and human capital/technology intensive product groups, respectively.

a/ Derived from the manufacturing exports of fifteen countries for which data were available in 1987.

b/ Consisting of Hong Kong, Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, South Korea, Taiwan, and Thailand.

c/ Consisting only of Hungary, Poland, and Czechoslovakia due to lack of available data for the remaining countries in this category.

Sources: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base for the trade data. RCA index values are based on authors' own calculations.

CUADRO XIX: Importaciones de la OCDE

SITC Product Group a/	from Non-OECD Regions: Import Value (Bil. US$) 1989	from Non-OECD Regions: Compound Growth Rate (%) 1979-89	from Latin America: Import Value (Bil. US$) 1989	from Latin America: Compound Growth Rate (%) 1979-89	Share of Selected Non-OECD Region (%): Latin America 1979	Latin America 1989	Developing Asia b/ 1979	Developing Asia b/ 1989	Ex-CPEs 1979	Ex-CPEs 1989
1 Transport Equipment (73)	13.4	17.2	5.7	22.5	27.6	42.8	19.2	37.1	41.9	9.0
2 Non-Electrical Machinery (71)	29.7	22.5	5.3	18.3	25.2	17.7	35.5	73.5	31.0	5.3
3 Iron and Steel (67)	10.1	12.9	3.5	16.2	25.5	34.1	28.1	39.0	45.4	25.0
4 Organic Chemicals (51)	8.6	9.4	2.0	12.1	18.6	23.7	12.5	27.9	51.5	24.1
5 Textile Yarn, Fabrics and Related Products (65)	13.0	6.6	1.2	4.0	12.3	9.6	63.8	75.2	9.2	5.9
6 Electrical Machinery, Apparatus and Appliances (72)	44.4	16.4	7.8	16.1	18.0	17.5	76.1	78.6	4.4	1.8
7 Footwear (85)	10.3	14.0	1.6	12.7	17.2	15.4	71.5	81.0	10.2	3.0
8 Non-Metallic Mineral Manufactures (66)	13.5	13.3	1.9	14.6	13.0	14.4	41.5	47.5	17.1	8.1
9 Leather and Leather Manufactures (61)	2.8	5.0	1.1	5.1	39.4	39.6	50.3	50.7	3.8	4.2
10 Clothing (84)	46.7	12.8	3.3	15.1	5.8	7.1	81.1	84.1	8.6	3.5
11 Plastic Materials, Regenerated Cellulose, Etc. (58)	2.3	20.5	0.4	35.4	5.4	17.2	37.5	38.8	50.0	22.3
12 Paper, Paperboard and Manufactures Thereof (64)	1.6	14.3	0.8	20.0	31.5	51.2	28.7	31.2	37.9	16.0
Total	196.6	14.0	34.7	15.3	20.0	24.2	45.5	55.4	25.9	10.7

a/ Ranked by total Latin American export values in 1987.
b/ Including Asian NIEs.
Source: Authors' own calculations based on OECD import data.

CUADRO XX: Comercio intrarregional Latinoamericano, 1990
(%) (a)

EXPORTING COUNTRY/REGION	IMPORTING COUNTRY/REGION										
	MERCOSUR	Chile	Andean Group	CACM	CARICOM	Mexico	USA	Canada	NAFTA	Other West. Hem.	Rest of World
MERCOSUR	7.90	2.44	2.89	0.45	0.28	1.13	19.87	1.56	22.57	0.85	62.62
Chile	6.83	–	3.20	0.32	0.01	0.55	16.37	1.60	18.52	0.06	71.05
Andean Group	3.03	1.77	2.57	2.22	0.94	0.49	49.85	2.66	52.99	6.94	29.54
CACM	1.48	0.02	2.18	10.24	0.39	2.34	37.05	2.01	41.40	0.87	43.42
CARICOM	0.67	0.00	0.71	0.47	6.08	0.76	43.78	4.67	49.20	5.61	37.26
Mexico	0.88	0.24	0.73	1.03	0.31	–	75.36	3.63	78.99	0.74	17.09
USA	1.44	0.36	1.64	0.83	0.38	5.66	–	18.41	24.08	0.69	70.58
Canada	0.38	0.12	0.39	0.07	0.14	0.32	72.36	–	72.68	0.20	26.02
NAFTA	1.17	0.30	1.30	0.67	0.32	4.07	21.51	13.25	38.83	0.59	56.83
Other Western Hem.	2.41	0.43	1.33	3.04	1.21	0.84	35.88	2.27	38.99	3.73	48.86
Rest of World	0.58	0.14	0.26	0.09	0.02	0.29	12.92	1.47	14.69	0.29	83.93

a. The figures for this table are based on the data on Table 5.

The rows represent percentage of total exports. However, the underlying value figures are derived from import data.

MERCOSUR: Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay.

ANDEAN GROUP: Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru, Venezuela.

CACM: Nicaragua, Guatemala, Costa Rica, Honduras, El Salvador, and Panama.

CARICOM: The Bahamas, Barbados, Belize, Dominica, Guyana, Jamaica, St. Vincent, and Trinidad and Tobago. Also part of CARICOM but data not included: Antigua and Barbuda, Grenada, Monserrat, St. Kitts and Nevis, and St. Lucia.

OTHER WESTERN HEMISPHERE: Haiti, Dominican Republic, French Guiana, Suriname, Cuba, Guadeloupe, Netherlands Antilles, Leeward Islands, Martinique, Bermuda, St. Pierre-Miquelon, and other Western Hemisphere not specified.

Source: Direction of Trade Statistics, 1991.

CUADRO XXI: Comercio intrarregional Latinoamericano, 1990
(Millones U$S) (a)

EXPORTING COUNTRY/ REGION	IMPORTING COUNTRY/REGION											
	MERCOSUR	Chile	Andean Group	CACM	CARICOM	Mexico	USA	Canada	NAFTA	Other West. Hem.	Rest of World	Total Exports
MERCOSUR	4 230	1 308	1 547	241	152	606	10 642	837	12 085	455	33 529	53 547
Chile	656	—	307	31	1	53	1 571	154	1 778	6	6 820	9 599
Andean Group	969	566	823	710	301	157	15 956	850	16 963	2 223	9 455	32 010
CACM	122	2	180	846	32	193	3 060	166	3 419	72	3 586	8 259
CARICOM	37	0	39	26	336	42	2 420	258	2 720	310	2 060	5 528
Mexico	359	98	298	422	125	—	30 797	1 483	32 280	303	6 983	40 868
USA	5 898	1 459	6 707	3 374	1 565	23 144	—	75 252	98 396	2 837	288 422	408 658
Canada	493	162	506	92	179	414	93 780	—	94 194	253	33 728	129 607
NAFTA	6 750	1 719	7 511	3 888	1 869	23 558	124 577	76 735	224 870	3 393	329 133	579 133
Other Western Hem.	183	33	101	231	92	64	2 730	173	2 967	284	3 718	7 609
Rest of World	16 082	3 968	7 115	2 448	626	8 014	356 064	40 508	404 586	7 988	2 312 102	2 754 915
Total imports	29 029	7 596	17 623	8 421	3 409	32 687	517 020	119 681	669 388	14 731	2 700 403	3 450 600

a. Figures are based on import data.

MERCOSUR: Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay.

ANDEAN GROUP: Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru, Venezuela.

CACM: Nicaragua, Guatemala, Costa Rica, Honduras, El Salvador, and Panama.

CARICOM: The Bahamas, Barbados, Belize, Dominica, Guyana, Jamaica, St. Vincent, and Trinidad and Tobago. Also part of CARICOM but data not included: Antigua and Barbuda, Grenada, Monserrat, St. Kitts and Nevis, and St. Lucia.

OTHER WESTERN HEMISPHERE: Haiti, Dominican Republic, French Guiana, Suriname, Cuba, Guadeloupe, Netherlands Antilles, Leeward Islands, Martinique, Bermuda, St.Pierre-Miquelon, and other Western Hemisphere not specified.

Source: Direction of Trade Statistics, 1991.

CUADRO XXII: Principales Categorías de Productos
(Según SITC, Rev. 1)[a]

Grupos	Productos	No. de Partida
Productos primarios excepto combustibles	Alimentos y Animales Vivos	0
	Bebidas y Tabaco	1
	Materiales Crudos	2(*)
	Aceites Animales y Vegetales	4
Combustibles Fósiles	Id.	3
Manufacturas	Productos Químicos	5
	Manufacturas Básicas	6(**)
	Maquinarias y Equipos de Transporte	7
	Manufacturas Misceláneas	8
Otros Bienes	Bienes no especificados en las anteriores	9

(a) Standard International Trade Classification.
(*) A esta partida se le agrega la división 68.
(**) A esta partida se le resta la división 68.

CUADRO XXIII: Clasificación de productos según Intensidad de Factores
(Desagregación al nivel de dos dígitos)

	División SITC
Manufacturas Tradicionales	
Intensiva en Recursos Naturales	
Productos Químicos Inorgánicos	52
Fertilizantes, manfacturados	56
Manufacturas de madera y corcho	63
Papel, cartón y sus manufacturas	64
Manufacturas minerales no-metálicas	66
Intensivas en Mano de Obra No-Calificada	
Cuero y manufacturas de cuero	61
Fibras textiles y productos relacionados	65
Muebles	82
Carteras de mano y artículos de viaje	83
Vestimenta	84
Calzado	85
Manufacturas No tradicionales	
Intensivas en Capital Humano/Tecnología:	
Elementos químicos y compuestos	51
Mordientes, colorantes y materiales para tintura	53
Productos farmacéuticos y medicinales	54
Aceites esenciales, material de perfumería, etc.	55
Explosivos, productos de pirotecnia	57
Materiales plásticos, celulosa regenerada	58
Materiales y productos químicos	59
Manufacturas de caucho	62
Hierro y Acero	67
Manufacturas metálicas	69
Maquinaria no-eléctrica	71
Máquinas, equipos y herramientas eléctricas	72
Equipamiento de transporte	73
Equipamiento para plomería, calefacción, iluminación	81
Instrumentos profesionales, científicos y de control	86
Manufacturas misceláneas	89

CUADRO XXIV: Ventaja regional comparativa en grupos de manufacturas, por categoría de intensidad de factores

Product Groups:	Regional RCA Index Values for 1986-88 and Changes from 1976-78							
	Latin America		OECD Countries		Industrializing Asia a/		Ex-CPEs b/	
	1986-88	Change from 1976-78	1986-88	Change from 1976-78	1986-88	Change from 1976-78	1986-88	Change from 1976-78
Human Capital/Technology Intensive:	-0.83	0.69	0.20	-0.22	-0.47	0.01	0.72	0.79
Explosives, Pyrotech Prds (57)	11.08	14.37	0.33	-0.06	-2.28	-0.05	5.97	1.93
Iron and Steel (67)	1.26	2.85	0.40	-0.32	-1.03	0.23	1.72	2.19
Transport Equipment (73)	-0.24	0.96	0.23	-0.22	-0.14	0.44	0.92	0.58
Plumbing, Heating, & Lighting Equip (81)	-0.50	0.65	0.16	-0.16	0.07	-0.74	1.87	1.46
Misc. Manufactured Goods (89)	-0.53	0.19	-0.14	-0.10	0.54	-1.29	0.20	0.06
Rubber Manufactures (62)	-0.79	0.67	0.11	-0.16	0.66	0.03	0.15	0.31
Prof, Sci., and Control. Instruments (86)	-0.91	0.36	0.36	-0.14	-0.59	-0.03	0.03	0.15
Electrical Machinery and Appliances (72)	-1.03	0.41	0.15	-0.23	-0.18	0.02	0.20	0.28
Manufactures of Metal, N.E.S. (69)	-1.04	0.29	0.04	-0.33	0.06	0.18	0.44	0.78
Organic Chemicals (51)	-1.06	-0.57	0.13	-0.06	-1.62	-0.26	-0.42	-0.03
Non-Electrical Machinery (71)	-1.29	0.91	0.19	-0.28	-0.66	0.53	1.28	1.40
Plastic Materials (58)	-1.41	0.15	0.27	-0.09	-1.26	0.05	0.06	0.57
Dyeing, Tanning, & Coloring Materials (53)	-1.60	-0.24	0.57	-0.25	-1.61	0.40	0.68	0.11
Essential Oils, Perfume Materials, Etc. (55)	-1.75	-0.58	0.54	-0.01	-0.80	0.35	-0.69	-0.96
Chemical Materials and Products, N.E.S. (59)	-2.49	-0.12	0.31	-0.09	-1.18	0.56	-1.85	-0.23
Medicinal and Pharmaceutical Prds (54)	-3.17	-2.29	0.47	-0.09	-0.73	0.18	0.69	-0.56
Unskilled Labor Intensive:	3.55	1.45	-0.11	-0.14	1.30	-3.00	1.02	-0.21
Leather and Leather Manufactures (61)	11.09	-0.10	-0.15	-0.21	-1.29	0.78	-0.46	-0.85
Footwear (85)	6.61	4.04	0.12	-0.74	4.50	-2.09	4.22	0.93
Travel Goods and Handbags (83)	2.53	-0.56	-0.65	-0.41	0.45	-8.50	3.13	1.79
Clothing (84)	0.91	-0.13	-0.38	0.08	3.59	-4.08	1.14	-0.09
Textile Yarn and Fabrics (65)	0.37	0.38	0.09	-0.08	-1.21	-1.14	0.72	0.50
Furniture (82)	-0.34	0.04	0.05	-0.11	0.06	-0.77	1.99	1.10
Natural Resource Intensive:	28.78	30.11	0.45	-0.04	-0.06	-0.85	-0.72	-0.17
Fertilizers, Manufactured (56)	85.37	91.03	0.44	0.31	-2.40	-0.15	-4.23	-2.09
Wood and Cork Manufactures (63)	1.45	0.64	-0.03	0.01	6.69	1.10	2.15	2.30
Inorganic Chemicals (52)	0.60	-21.39	-1.07	-0.52	-1.16	-2.94	27.26	23.15
Non-Metallic Mineral Manufactures (66)	0.23	0.53	-0.05	-0.14	-0.72	0.46	1.00	0.64
Paper Manufactures (64)	-0.87	0.74	1.12	-0.21	-0.61	0.34	-0.38	0.27

Note: The ordering of product groups within the three factor intensity categories is based upon the ranking of the product groups in the Latin American region during 1986-88.

a/ Consisting of Hong Kong, Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, South Korea, Taiwan, and Thailand.

b/ Consisting only of Hungary, Poland, and Czechoslovakia due to lack of available data for the remaining countries in this category.

Sources: United Nations Statistical Office, COMTRADE data base for the trade data. RCA index values are based on the authors' own calculations.

CUADRO XXV: Argentina: Balance Comercial
Millones de U$S (FOB)

BALANCE	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES		COMERCIAL
Período	TOTAL	Variacion Ult. 12 Meses (en %)	TOTAL	Variacion Ult. 12 Meses (en %)	TOTAL
1985	8396	-	3814	-	4582
1986	6853	-18,4	4724	23,9	2129
1987	6358	-7,2	5817	23,1	541
1988	8942	40,6	5321	-8,5	3621
1989	9573	7,1	4203	-21,0	5371
1990	12353	29,0	4079	-2,9	8274
1991	11972	-3,1	8086	98,2	3886
1992	11965	-0,1	14838	83,5	-2873

Fuente: CEAL en base a datos del B.C.R.A.

CUADRO XXVI: Brasil: Balance comercial
Millones de U$S (FOB)

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES		BALANCE COMERCIAL	
Periodo	TOTAL	Variacion Ult. 12 Meses (en %)	TOTAL	Variacion UltUlt. 12 Meses (en %)	TOTAL	Variacion Ult. 12 Meses (en %)
1985	25642		13154		12487	
1986	22349	-12,8	14045	6,8	8305	-33,5
1987	26224	17,9	15059	7,2	11171	34,5
1988	33789	28,8	14604	-3,0	19184	71,7
1989	34381	1,8	18264	25,1	16118	-16,0
1990	31392	-8,7	20676	13,2	10792	-33,0
1991	31666	0,9	21212	2,6	10454	-3,1
1992	36207	14,3	20542	-3,2	15665	49,8

Fuente: C.E.A.L. en base a datos de la Fundacion Getulio Vargas.

CUADRO XXVII: Argentina: Exportaciones a países del MERCOSUR
Millones de U$S (FOB)

	MERCOSUR		BRASIL		PARAGUAY		URUGUAY	
PERIODO	Total	(1) Negociado	Total	(1) Negociado	Total	(1) Negociado	Total	(1) Negociado
Año 1980	1136,7	619,3	765,0	533,7	189,4	40,0	182,3	45,6
Año 1981	892,4	368,6	595,1	302,4	169,2	27,8	128,1	38,4
Año 1982	828,3	367,5	567,7	318,9	145,1	17,7	115,5	30,9
Año 1983	522,4	285,5	358,3	258,0	87,3	9,7	76,8	17,8
Año 1984	655,5	394,4	478,2	363,3	94,4	7,3	82,9	23,8
Año 1985	667,5	380,4	496,3	345,8	72,2	4,9	99,0	29,7
Año 1986	894,8	585,0	698,1	539,3	67,4	7,0	129,3	38,7
Año 1987	768,6	433,8	539,3	372,0	60,9	6,5	168,4	55,3
Año 1988	875,2	411,1	607,9	346,5	79,9	8,4	187,4	56,2
Año 1989	1428,0	724,0	1124,0	655,8	96,3	10,8	207,7	57,4
Año 1990	1832,7	862,6	1422,7	785,7	147,4	12,8	262,6	64,1
Año 1991	1977,1	930,1	1488,5	830,9	177,9	18,6	310,8	80,6
Año 1992*	2225,8	885,3	1589,7	759,4	256,1	29,8	380,0	96,1

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXVIII: Argentina: Importaciones de países del MERCOSUR
Millones de U$S (CIF)

	MERCOSUR		BRASIL		PARAGUAY		URUGUAY	
PERIODO	Total	Negociado	Total	Negociado	Total	Negociado	Total	Negociado
Año 1980	1304,7	659,6	1072,3	473,8	84,5	81,8	147,9	104,0
Año 1981	1105,9	555,1	893,3	370,5	92,0	80,2	120,6	84,4
Año 1982	827,0	464,2	687,7	344,6	49,4	47,9	89,9	71,7
Año 1983	794,5	454,2	666,8	345,1	38,7	37,8	89,0	71,3
Año 1984	979,7	541,6	831,2	412,9	50,4	49,7	98,1	79,0
Año 1985	697,6	395,7	611,5	320,5	20,1	19,4	66,0	55,8
Año 1986	831,7	533,1	691,3	407,5	47,4	47,3	93,0	78,3
Año 1987	1003,3	579,4	819,2	420,6	70,1	68,0	114,0	91,8
Año 1988	1169,9	636,1	971,4	476,8	67,6	58,8	130,9	100,5
Año 1989	869,1	535,9	721,4	400,2	48,8	37,1	98,9	98,6
Año 1990	875,6	476,1	717,9	382,6	41,6	23,3	116,1	70,2
Año 1991	1804,5	1210,8	1526,5	1036,2	42,8	30,9	235,2	143,7
Año 1992*	3739,8	2729,2	3335,9	2461,4	64,7	49,9	339,2	217,9

*) - Cifras Provisionales.

(1) - En las columnas denominadas "Negociado" se incluyen las operaciones efectuadas en el marco de la ALADI.

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXIX

SALDOS DE LA BALANZA COMERCIAL ARGENTINA CON RELACION A LOS PAISES DEL MERCOSUR (1)

(en millones de dólares)

PERIODO	MERCOSUR		BRASIL		PARAGUAY		URUGUAY	
	Total	Negociado	Total	Negociado	Total	Negociado	Total	Negociado
Año 1980	-168.0	-40.3	-307.3	59.9	104.9	-41.8	34.4	-58.4
Año 1981	-213.5	-186.5	-298.2	-68.1	77.2	-62.4	7.5	-58.0
Año 1982	1.3	-96.7	-120.0	-25.7	95.7	-30.2	25.6	-40.8
Año 1983	-272.1	-168.7	-308.5	-87.1	48.6	-28.1	-12.2	-53.3
Año 1984	-324.2	-147.2	-353.0	-49.6	44.0	-42.4	-15.2	-55.2
Año 1985	-30.1	-15.3	-115.2	25.3	52.1	-14.5	33.0	-26.1
Año 1986	63.1	51.9	6.8	131.8	20.0	-40.3	36.3	-39.6
Año 1987	-234.7	-145.6	-279.9	-48.8	-9.2	-61.5	54.4	-36.5
Año 1988	-294.7	-225.0	-363.5	-130.3	12.3	-50.4	56.5	-44.3
Año 1989	558.9	188.1	402.6	255.6	47.5	-26.3	108.8	-41.2
Año 1990	957.1	386.6	704.8	403.1	105.8	-10.5	146.5	-6.1
Año 1991	172.6	-280.7	-38.0	-205.3	135.0	-12.3	75.6	-63.1
Año 1992 *	-1514.0	-1843.9	-1746.2	-1702.0	191.4	-20.1	40.8	-121.8

(*) - Cifras Provisionales.

(1) - Las columnas denominadas "Negociado" se incluyen las operaciones efectuadas en el marco de la ALADI.

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXX: Argentina: Exportaciones al MERCOSUR, 1992
Millones de U$S

	MERCOSUR			BRASIL			PARAGUAY			URUGUAY		
PERIODO	Valor 1991	Valor 1992	Variac. %	Valor 1991	Valor 1992*	Variac. %	Valor 1991	Valor 1992*	Variac. %	Valor 1991	Valor 1992*	Variac. %
TOT.GRAL.	1977.1	2225.8	12.6 1	488.5	1589.7	6.8	177.9	256.1	44.0	310.8	380.0	22.3
Enero	95.4	130.1	36.4	68.3	90.6	32.9	9.9	16.9	70.7	17.2	22.4	30.2
Febrero	138.8	146.1	4.5	101.2	98.2	-3.0	9.8	18.6	89.8	27.9	28.2	1.1
Marzo	115.8	151.9	31.2	88.6	101.6	14.7	8.6	19.0	120.9	18.6	31.4	68.8
Abril	127.9	159.6	24.8	95.8	107.2	11.9	12.6	24.2	92.1	19.6	28.2	43.9
Mayo	160.7	136.9	-14.6	128.8	92.2	-28.4	9.2	17.6	91.3	22.7	27.1	19.4
Junio	148.9	168.9	13.4	111.2	120.0	7.9	12.0	23.0	91.7	25.7	25.9	0.8
Julio	211.1	190.5	-9.8	169.7	136.1	-19.8	20.3	16.9	-16.7	21.1	37.6	78.2
Agosto	212.1	190.0	-10.4	153.2	140.7	-8.2	20.3	19.9	-2.0	38.6	29.5	-23.6
Septiembre	215.7	205.7	-4.6	166.3	148.8	-11.7	19.4	24.7	27.3	30.0	34.1	13.7
Octubre	193.9	227.0	17.1	143.1	164.1	14.7	15.8	21.0	32.9	35.1	41.9	19.4
Noviembre	198.3	289.6	46.0	149.6	208.6	39.4	17.4	31.2	79.3	31.3	49.9	59.4
Diciembre	158.5	230.5	45.4	112.8	183.5	62.7	22.7	23.1	1.8	23.0	23.9	3.9

(*) - Cifras Provisionales.

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXXI: Argentina: Importaciones del MERCOSUR, 1992
Millones de U$S

PERIODO	MERCOSUR			BRASIL			PARAGUAY			URUGUAY		
	Valor		Variac.	Valor		Variac.	Valor		Variac.	Valor		Variac.
	1991	1992	%	1991	1992	%	1991	1992	%	1991	1992	%
TOT.GRAL.	1804.5	3739.8	107.2	1526.5	3335.9	118.5	42.8	64.7	51.2	235.2	339.2	44.2
Enero	99.1	208.7	110.6	81.7	185.9	127.5	3.0	6.1	103.3	14.3	16.7	16.8
Febrero	71.8	251.2	249.9	60.1	219.7	265.6	1.5	7.0	366.7	10.3	24.5	137.9
Marzo	77.5	297.0	283.2	65.6	264.9	303.8	1.9	3.9	105.3	9.9	28.2	184.8
Abril	129.0	277.4	115.0	104.5	245.8	136.2	2.7	4.2	55.6	21.8	27.4	25.7
Mayo	114.2	304.9	167.0	94.6	268.1	183.4	3.3	4.2	27.3	16.3	32.6	100.0
Junio	109.2	326.3	198.8	87.0	289.3	232.5	3.1	5.0	61.3	19.1	32.0	67.5
Julio	174.1	361.4	107.6	148.5	326.5	119.9	2.8	6.2	121.4	22.8	28.8	26.3
Agosto	169.1	359.2	112.4	144.7	328.2	126.8	3.3	4.0	21.2	21.0	27.0	28.6
Septiembre	172.1	379.8	120.7	145.5	333.8	129.4	3.6	7.9	119.4	22.9	38.0	65.9
Octubre	231.3	364.9	57.8	200.2	326.5	63.1	4.4	5.8	31.8	26.7	32.6	22.1
Noviembre	233.3	341.0	46.2	197.2	304.7	54.5	4.5	5.3	17.8	31.6	31.0	-1.9
Diciembre	223.7	268.0	19.8	196.7	242.4	23.2	8.6	5.1	-40.7	18.5	20.6	10.8

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXXII: Argentina: Exportaciones al MERCOSUR por grandes rubros, 1992.- Millones de U$S

DENOMINACION	MERCOSUR VALOR 1991	MERCOSUR VALOR 1992	MERCOSUR Variación % Acumul.	BRASIL VALOR 1991	BRASIL VALOR 1992	BRASIL Variación % Acumul.
TOTAL GENERAL	1977.1	2225.8	12.6	1488.5	1589.7	6.8
PRODUCTOS PRIMARIOS	622.4	760.2	22.1	591.9	699.8	18.2
- Animales vivos	2.1	2.5	19.0	1.6	1.5	-6.3
- Pescados y mariscos sin elaborar	0.6	3.9	-58.9	9.3	3.6	-61.3
- Miel	1.4	0.5	-64.3	1.4	0.5	-64.3
- Hortalizas y legumbres sin elaborar	64.2	66.4	3.4	62.3	64.6	3.7
- Frutas frescas	74.8	51.3	-31.4	74.7	49.8	-33.3
- Cereales	383.5	547.9	42.9	374.4	504.3	34.7
- Semillas y frutos oleaginosos	58.8	51.2	-12.9	57.0	49.3	-13.5
- Tabaco sin elaborar	7.5	8.9	18.7	3.5	5.7	62.9
- Lanas sucias	2.9	1.8	-37.9	0.0	0.0	0.0
- Fibra de algodón	9.8	17.5	78.6	1.7	14.8	770.6
- Resto de primarios	7.9	8.2	3.8	6.1	5.5	-9.8
MANUFACTURAS DE ORIGEN AGROP.	402.4	342.6	-14.9	335.1	230.6	-31.2
- Carnes	30.7	19.4	-36.8	30.0	17.9	-40.3
- Pescados y mariscos elaborados	31.6	23.3	-26.3	31.5	22.7	-27.9
- Productos lácteos y huevos	37.5	22.5	-40.0	32.5	4.1	-87.4
- Otros productos de origen animal	0.7	0.5	-28.6	0.5	0.3	-40.0
- Frutas secas o procesadas	14.0	10.9	-22.1	13.9	10.5	-24.5
- Café, té, yerba mate y especias	3.6	4.8	33.3	0.3	1.3	333.3
- Productos de molinería	33.0	23.4	-29.1	31.0	20.8	-32.9
- Grasas y Aceites	50.7	38.4	-24.3	45.4	29.5	-35.0
- Azúcar y artículos de confitería	7.9	19.4	145.6	0.9	5.9	555.6
- Preparados hortal.legumbres y frutas	48.3	33.4	-30.8	45.4	27.8	-38.8
- Bebidas, liq.alcohólicos y vinagre	8.4	16.3	94.0	1.5	0.9	-40.0
- Residuos y desperdicios de ind.alim.	1.5	2.1	40.0	0.4	0.1	-75.0
- Extractos curtientes y tintóreos	1.0	2.1	110.0	0.5	1.3	160.0
- Pieles y cueros	110.8	95.8	-13.5	90.7	77.2	-14.9
- Lanas elaboradas (lanas y pelos)	0.6	1.7	183.3	0.5	1.7	240.0
- Resto de manuf. de origen agropec.	22.1	28.7	29.9	10.0	8.5	-15.0

CUADRO XXXII (Cont.)

DENOMINACION	MERCOSUR VALOR 1991	MERCOSUR VALOR 1992	MERCOSUR Variación % Acumul.	BRASIL VALOR 1991	BRASIL VALOR 1992	BRASIL Variación % Acumul
MANUFACTURAS DE ORIGEN INDUSTRIAL	797.2	875.8	9.9	533.1	572.3	7.4
- Productos químicos y conexos	174.5	203.3	16.5	114.9	113.1	-1.6
- Materias plásticas artificiales	61.7	76.9	24.6	32.5	46.9	44.3
- Caucho y sus manufacturas	17.1	15.4	-9.9	6.1	6.1	0.0
- Manufac. de cuero, marroquinería, etc.	1.4	3.3	135.7	0.9	0.1	-88.9
- Papel, cartón, imprenta y publ.	36.0	26.5	-26.4	22.9	11.3	-50.7
- Textiles y confecciones	62.6	51.8	-17.3	47.4	34.5	-27.2
- Calzado y sus partes componentes	9.9	7.1	-28.3	1.0	0.2	-80.0
- Manufacturas de piedras, yeso, etc.	19.0	23.0	21.1	10.0	9.3	-7.0
- Piedras, metales preciosos y manuf.	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	-
- Metales comunes y sus manufacturas	74.1	61.6	-16.9	37.4	33.4	-10.7
- Máquinas y aparatos, material eléct.	183.1	164.1	-10.4	130.8	111.8	-14.5
- Material de transporte	138.0	223.8	62.2	117.4	196.6	67.5
- Otras manuf.de origen industrial	19.7	18.9	-4.1	11.7	8.9	-23.9
COMBUSTIBLES Y ENERGIA	155.1	247.1	59.3	28.4	87.1	206.7
- Derivados de combustibles minerales	155.1	247.1	59.3	28.4	87.1	206.7

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXXII (Cont.)

DENOMINACION	PARAGUAY VALOR 1991	PARAGUAY VALOR 1992	PARAGUAY Variación % Acumul.	URUGUAY VALOR 1991	URUGUAY VALOR 1992	URUGUAY Variación % Acumul.
TOTAL GENERAL	177.9	256.1	44.0	310.8	380.0	22.3
PRODUCTOS PRIMARIOS	7.4	13.4	81.1	23.1	47.2	104.3
- Animales vivos	0.3	0.7	133.3	0.2	0.3	50.0
- Pescados y mariscos sin elaborar	0.0	0.0	0.0	0.2	0.4	100.0
- Miel	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Hortalizas y legumbres sin elaborar	0.6	0.1	-83.3	1.2	1.7	41.7
- Frutas frescas	0.1	1.4	1300.0	0.0	0.1	-
- Cereales	2.3	7.2	213.0	6.8	36.4	435.3
- Semillas y frutos oleaginosos	0.5	0.5	0.0	1.4	1.4	0.0
- Tabaco sin elaborar	3.1	2.0	-35.5	1.0	1.1	10.0
- Lanas sucias	0.0	0.0	0.0	2.9	1.7	-41.4
- Fibra de algodón	0.0	0.0	0.0	8.1	2.8	-65.4
- Resto de primarios	0.6	1.6	166.7	1.3	1.2	-7.7
MANUFACTURAS DE ORIGEN AGROP.	22.3	56.1	151.6	44.9	55.9	24.5
- Carnes	0.1	1.2	1100.0	0.7	0.2	-71.4
- Pescados y mariscos elaborados	0.1	0.2	100.0	0.1	0.3	200.0
- Productos lácteos y huevos	4.9	18.3	273.5	0.1	0.1	0.0
- Otros productos de origen animal	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2	100.0
- Frutas secas o procesadas	0.0	0.1	-	0.1	0.2	100.0
- Café, té, yerba mate y especias	0.1	0.2	100.0	3.2	3.3	3.1
- Productos de molinería	1.4	1.8	28.6	0.6	0.9	50.0
- Grasas y Aceites	0.5	3.4	466.7	4.8	5.4	12.5
- Azúcar y artículos de confitería	1.3	1.7	30.8	5.7	11.8	107.0
- Preparados hortal.legumbres y frutas	1.3	2.6	100.0	1.6	2.9	81.2
- Bebidas, líquidos alc.y vinagre	4.5	12.0	166.7	2.4	3.3	37.5
- Residuos y desperdicios de ind.alim.	0.1	0.2	100.0	1.1	1.8	63.6
- Extractos curtientes y tintóreos	0.0	0.1	-	0.5	0.6	20.0
- Pieles y cueros	0.1	0.1	0.0	19.9	18.5	-7.0
- Lanas elaboradas (lanas y pelos)	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	-
- Resto de manuf.de origen agropec.	8.1	14.1	74.1	4.1	6.2	51.2

CUADRO XXXII (Cont.)

DENOMINACION	PARAGUAY VALOR 1991	PARAGUAY VALOR 1992	PARAGUAY Variación % Acumul.	URUGUAY VALOR 1991	URUGUAY VALOR 1992	URUGUAY Variación % Acumul.
MANUFACTURAS DE ORIGEN INDUSTRIAL	91.2	113.8	24.8	173.0	189.8	9.7
- Productos químicos y conexos	21.0	45.9	118.6	38.6	44.3	14.8
- Materias plásticas artificiales	7.2	8.1	12.5	22.0	21.8	-0.9
- Caucho y sus manufacturas	9.2	7.0	-23.9	1.8	2.3	27.8
- Manufac. de cuero, marroquinería, etc.	0.3	2.6	766.7	0.2	0.6	200.0
- Papel, cartón, imprenta y publ.	2.8	2.6	-7.1	10.4	12.5	20.2
- Textiles y confecciones	5.0	6.1	22.0	10.2	11.2	9.8
- Calzado y sus partes componentes	5.2	3.7	-28.8	3.7	3.1	-16.2
- Manufacturas de piedras, yeso, etc.	4.7	2.9	-38.3	4.3	10.9	153.5
- Piedras, met.preciosos y sus manuf.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Metales comunues y sus manufacturas	12.2	8.7	-28.7	24.6	19.4	-21.1
- Máquinas y aparatos, material eléct.	18.7	19.3	3.2	33.5	33.1	-1.2
- Material de transporte	3.4	3.7	8.8	17.2	23.5	36.8
- Otras manufacturas de origen ind.	1.3	3.1	138.5	6.6	6.9	4.5
COMBUSTIBLES Y ENERGIA	56.9	72.8	27.9	69.8	87.2	24.9
- Derivados de combustibles minerales	56.9	72.8	27.9	69.8	87.2	24.9

(*) - Cifras Provisionales.

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXXIII: Argentina: Importaciones del MERCOSUR por uso económico, 1992.- Millones de U$S

DENOMINACION	MERCOSUR VALOR 1991	MERCOSUR VALOR 1992*	MERCOSUR Variación %	BRASIL VALOR 1991	BRASIL VALOR 1992*	BRASIL Variación %
TOTAL GENERAL	1804.5	3739.8		107.2		1526.5
BIENES DE CAPITAL	183.6	446.0	142.9	167.4	415.5	148.2
BIENES INTERMEDIOS	934.6	1494.8	59.9	801.1	1328.5	65.8
COMBUSTIBLES	6.7	28.0	317.9	5.1	23.4	358.8
PIEZAS Y ACCESORIOS PARA BIENES DE CAP.	318.6	754.6	136.8	291.4	722.2	147.8
BIENES DE CONSUMO	260.9	614.4	135.5	171.9	480.8	179.7
VEHICULOS AUTOMOT. DE PASAJEROS	96.6	95.8	309.7	87.3	360.3	312.7
RESTO	3.4	6.1	79.4	2.4	5.1	112.5

(*)- Cifras provisionales.
Las cifras consignadas son el resultado de la documentación de las aduanas de Capital y de Interior recibida por este
Instituto hasta la fecha. Cabe destacar que las mismas son parciales, habiéndose recepcionado para exportación: Octubre
94 %, Noviembre 93 %, Diciembre 93 % y para importación: Octubre 99 %, Noviembre 98 % y Diciembre 97 % de los documentos aduaneros.

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXXIII (Cont.)

DENOMINACION	PARAGUAY VALOR 1991	PARAGUAY VALOR 1992*	PARAGUAY Variación %	URUGUAY VALOR 1991	URUGUAY VALOR 1992*	URUGUAY Variación %
TOTAL GENERAL	42.8	64.7	51.2	235.2	339.2	44.2
BIENES DE CAPITAL	1.4	0.9	-35.7	14.8	29.6	100.0
BIENES INTERMEDIOS	27.6	40.5	46.7	105.9	125.8	18.8
COMBUSTIBLES	1.5	4.4	193.3	0.1	0.2	100.0
PIEZAS Y ACCESORIOS PARA BIENES DE CAPITAL	0.4	0.4	0.0	26.8	32.1	19.8
BIENES DE CONSUMO	11.5	18.4	60.0	77.5	115.2	48.6
VEHICULOS AUTOM. DE PASAJEROS	0.0	0.1		9.3	35.4	280.6
RESTO	0.4	0.0		0.7	0.9	28.6

(*)- Cifras provisionales.

Fuente: I.N.D.E.C.

CUADRO XXXIV: Brasil: Exportaciones a paises del MERCOSUR
Millones de U$S

PERIODO	MERCOSUR	ARGENTINA	PARAGUAY	URUGUAY
1989	1380	722	323	335
1990	1320	645	380	295
1991	2308	1475	496	337
1992 (ENE/JUN)	1646	1261	217	168

CUADRO XXXV: Brasil: Importaciones de paises del MERCOSUR
Millones de U$S

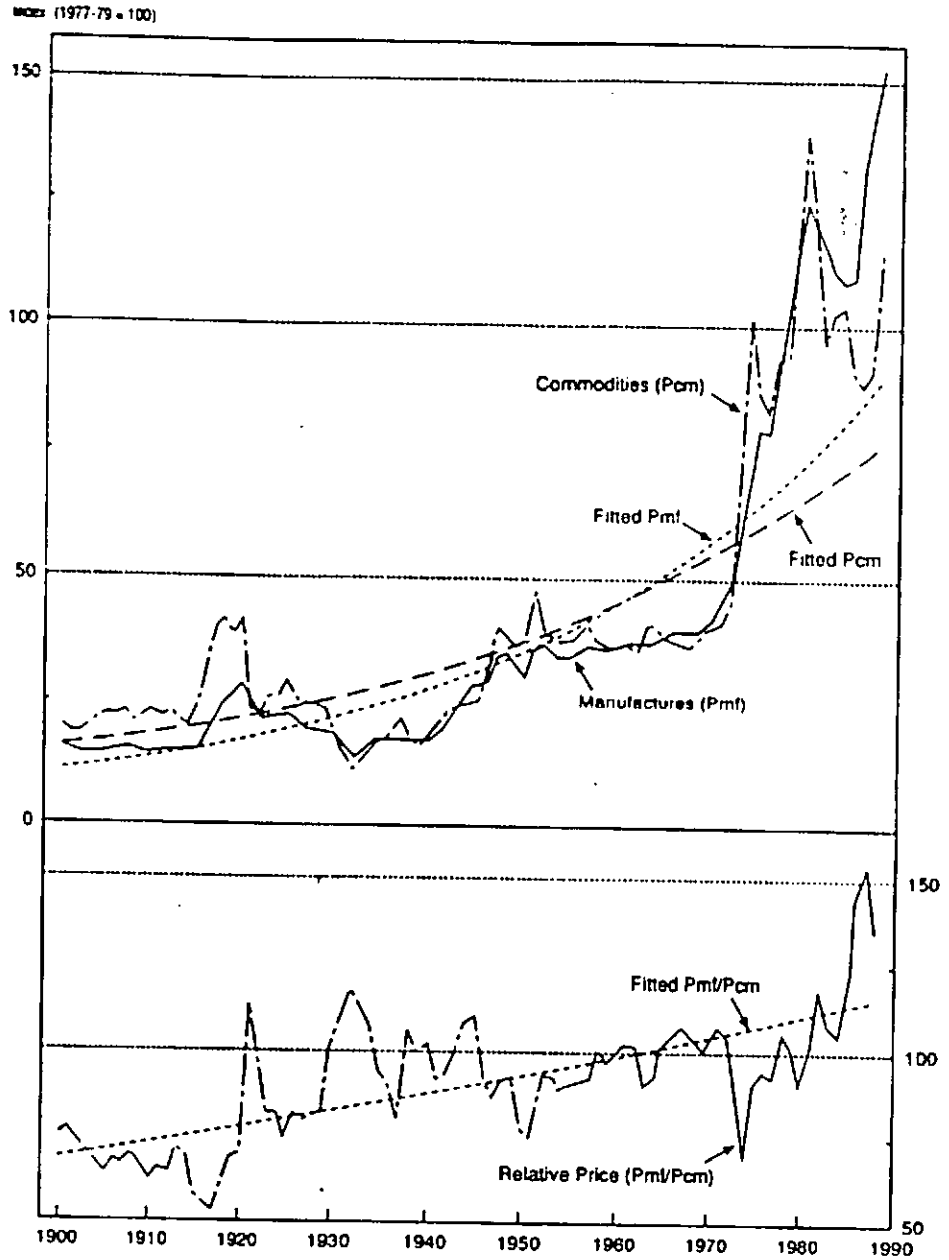
PERIODO	MERCOSUR	ARGENTINA	PARAGUAY	URUGUAY
1989	2183	1228	359	596
1990	2320	1400	333	587
1991	2268	1614	220	434
1992 (ENE/JUN)	904	657	102	145

CUADRO XXXVI: Saldos del intercambio de Brasil con países del MERCOSUR.- Millones de U$S

PERIODO	MERCOSUR	ARGENTINA	PARAGUAY	URUGUAY
1989	-814	-517	-36	-261
1990	-999	-755	48	-292
1991	40	-139	276	-97
1992 (ENE/JUN)	742	604	115	23

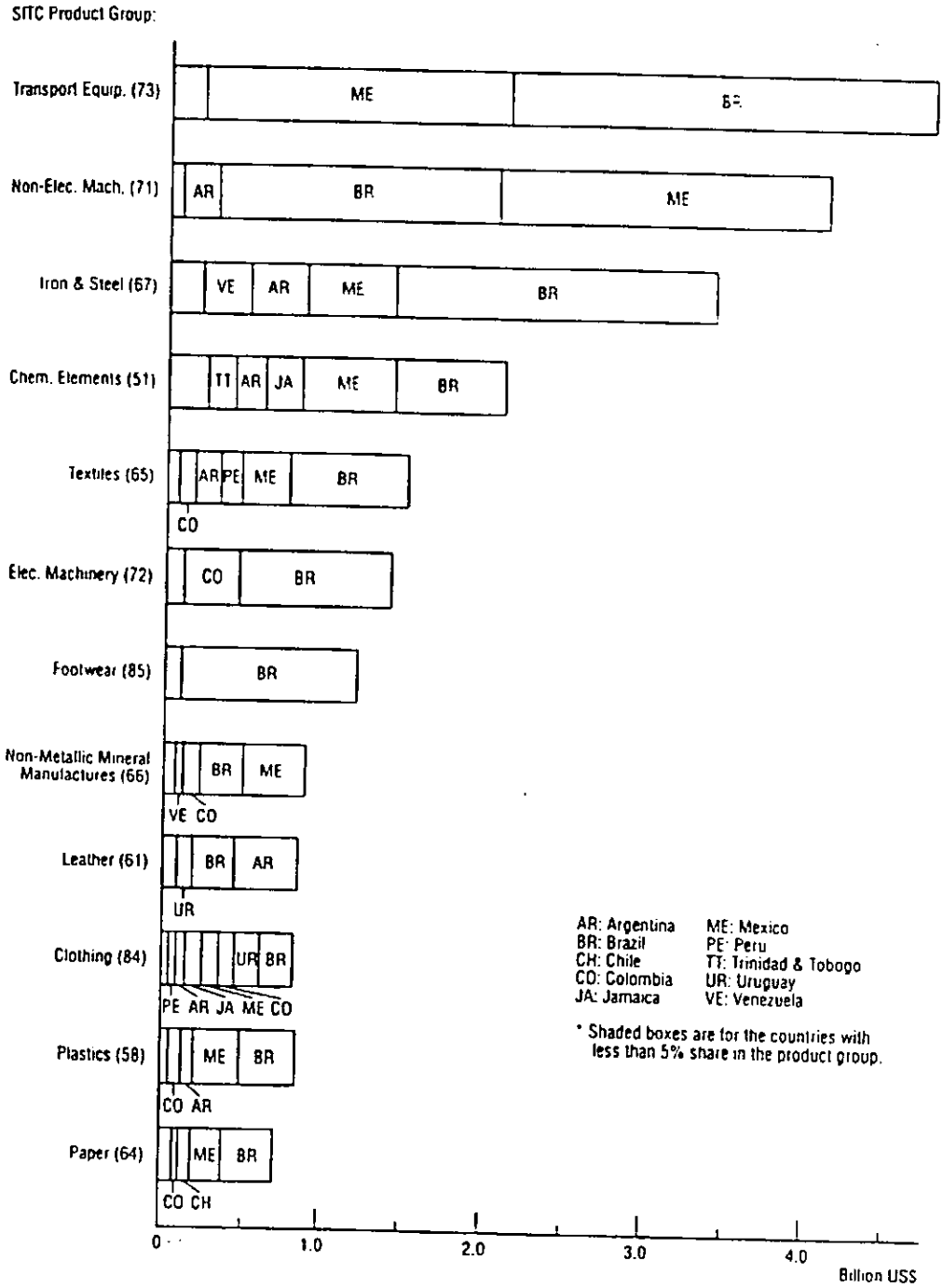
ANEXO II: GRAFICOS

GRAFICO I: Indices de precios de manufacturas y commodities, y precios relativos, 1900-1988



Source: Based on data in E. R. Grilli and M. C. Yang, "Primary Commodity Prices, Manufactured Goods Prices, and the Terms of Trade of Developing Countries: What the Long Run Shows", *The World Bank Economic Review* 2(1): 1-47

GRAFICO II: Principales exportaciones de manufacturas de América Latina



Source: United Nations Statisical Office, COMTRADE data base

GRAFICO III: Argentina

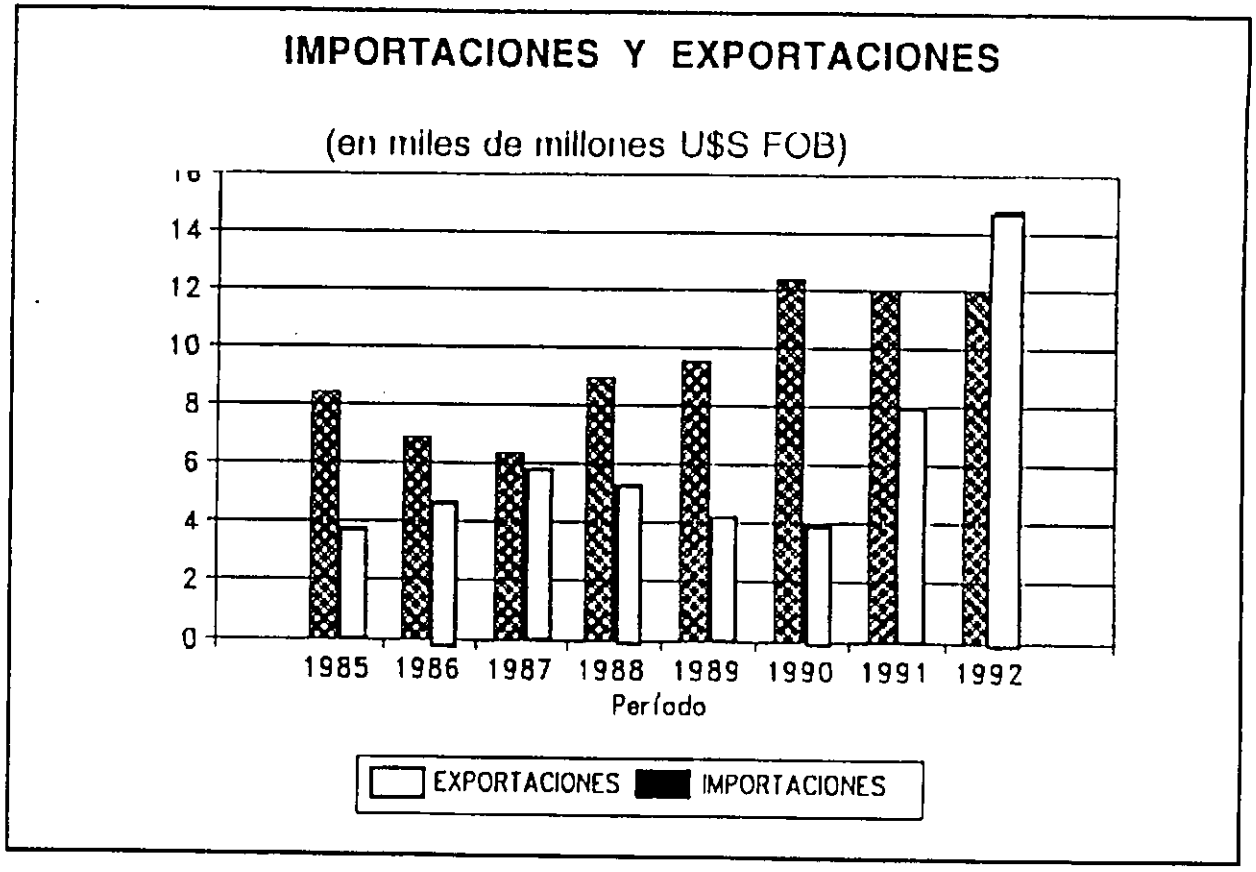


GRAFICO IV: Brasil

GRAFICO V

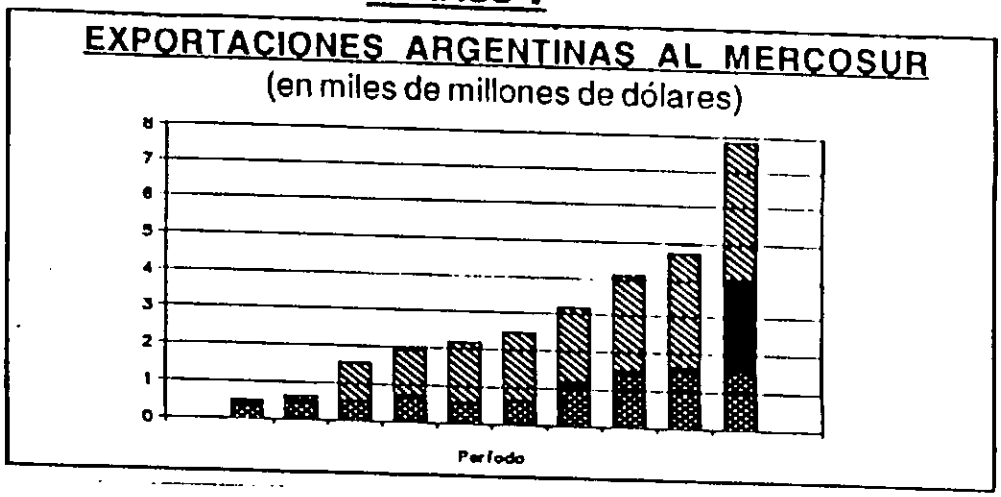


GRAFICO VI

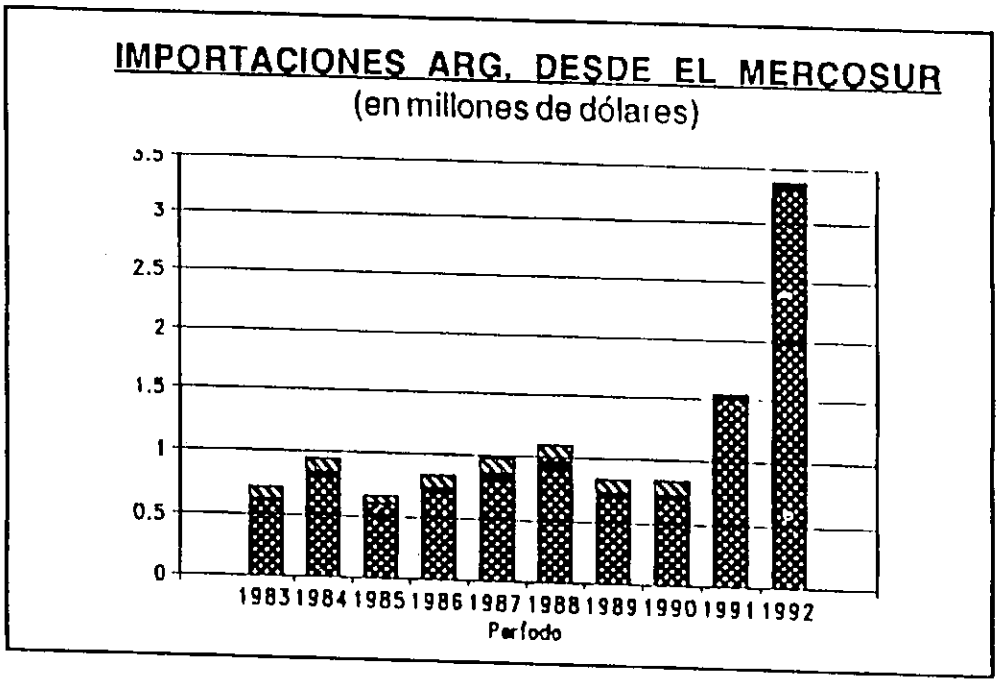


GRAFICO VII

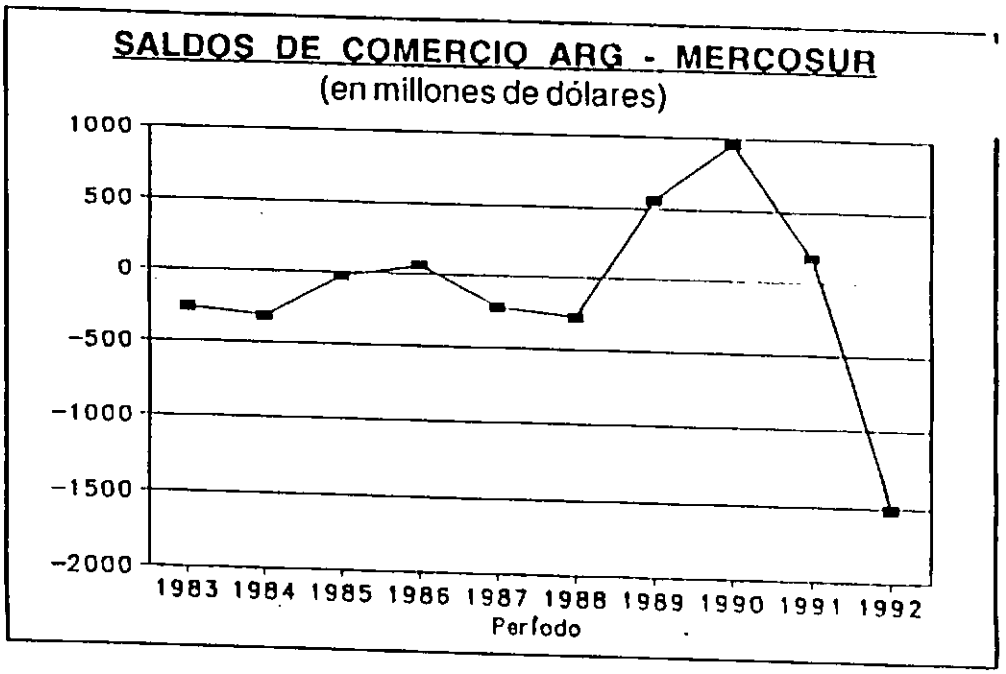


GRAFICO VIII

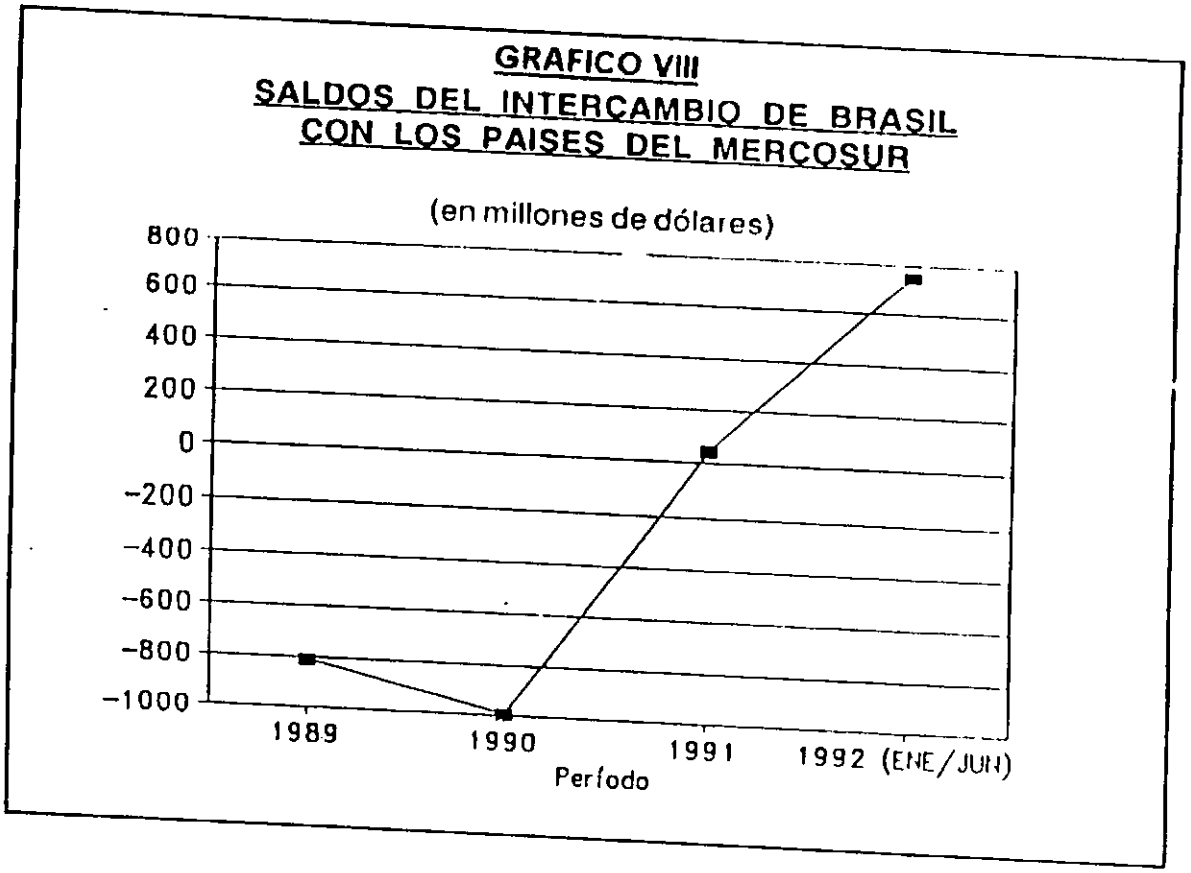


GRAFICO IX

EXPORT. DE BRASIL A PAISES DEL MERCOSUR

(en millones de dólares)

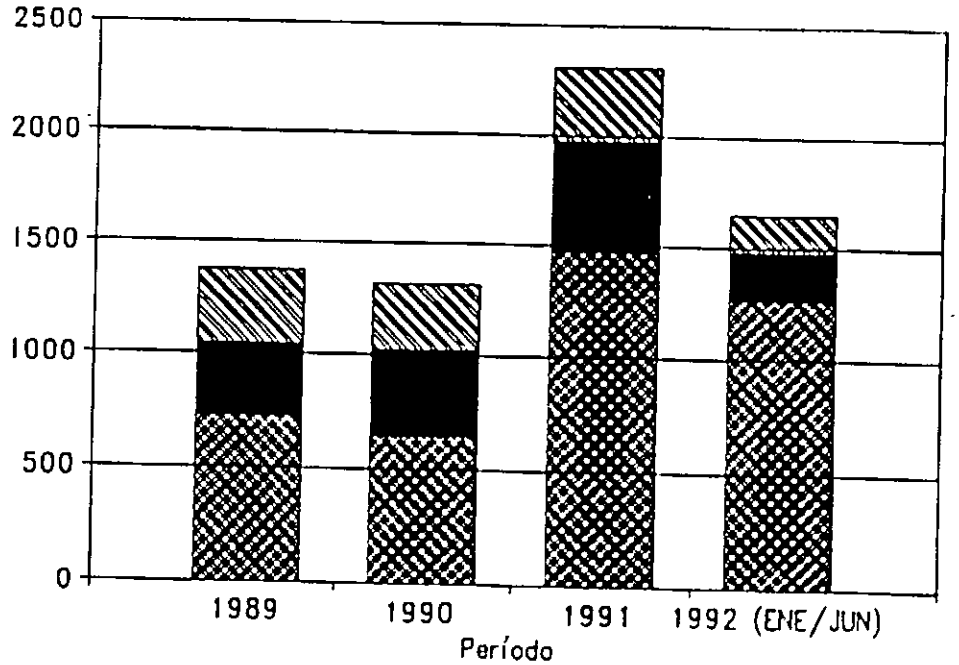
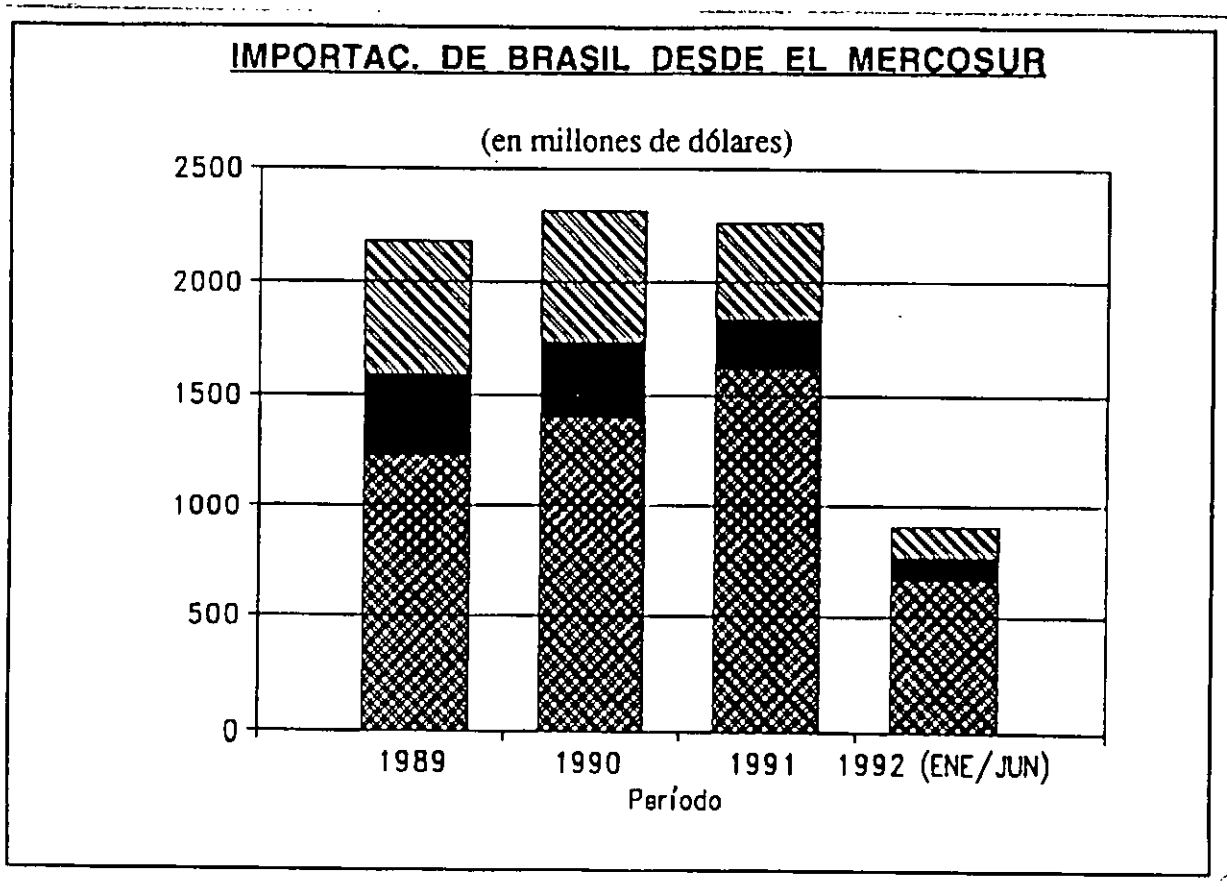


GRAFICO X


IMPORTAC. DE BRASIL DESDE EL MERCOSUR
(en millones de dólares)
2500
2000
1500
1000
500
0
1989
1990
1991
1992 (ENE/JUN)
Período

ANEXO III: FUENTES CONSULTADAS