



PARTICIPACIÓN DE AMÉRICA LATINA EN CADENAS DE VALOR

José Durán Lima
Oficial de Asuntos Económicos
CEPAL, Naciones Unidas

3^{era} Mesa Redonda sobre Comercio y Desarrollo Sostenible
Bogotá, 7 y 8 de noviembre de 2012

Contenidos

- Estructura del comercio según Grandes Sectores de Actividad Económica
- Participación en cadenas de valor, empleo y PYMES en el comercio intrarregional.
- Elementos que favorecen los encadenamientos productivos

PATRÓN DE COMERCIO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Patrón de Inserción Internacional de América Latina

- El patrón exportador de América Latina se basa en Recursos Naturales. 33% del total lo aportan productos mineros, además de agrícolas y agroindustriales, especialmente Alimentos, Bebidas y Tabacos.
- Sin embargo, las manufacturas también son importantes, sobre todo en aquellas de tecnología baja y media.
- Las importaciones intrarregionales tienen una composición de mayor intensidad en insumos manufactureros (50% del total).
- Los productores regionales compiten con productores extrarregionales (EE.UU., UE, ASEAN, China, Japón, entre otros).

El patrón exportador de América Latina se basa en RR.NN. 33% del total exportado lo aportan sectores mineros, agrícolas y agroindustriales

AMÉRICA LATINA: ESTRUCTURA EXPORTADORA DE BIENES Y SERVICIOS SEGÚN GRANDES SECTORES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2011 (En porcentajes del total)

	América Latina y el Caribe	América del Sur	México	América Central	Caribe
Bienes	88.9	88.4	95.8	72.2	59.6
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	4.6	7.2	0.5	1.0	0.8
Petróleo y minería	16.3	19.4	14.1	0.6	4.5
Alimentos, bebidas y tabaco	13.8	17.4	5.8	21.0	7.2
Textiles, confecciones y calzado	2.5	1.7	2.2	12.9	3.5
Madera, celulosa y papel	1.8	2.4	0.5	1.6	0.8
Química y farmacia (petroquímica)	9.4	10.0	5.7	13.9	27.4
Caucho y plástico	1.1	0.8	1.4	2.5	0.8
Minerales no metálicos	0.5	0.4	0.7	0.6	0.4
Metales y productos derivados	15.0	20.2	6.9	4.3	7.8
Maquinaria y equipos	14.2	3.8	37.0	10.6	4.2
Automotores y sus piezas y partes	8.5	4.7	18.3	0.7	1.1
Otras manufacturas	1.3	0.5	2.7	2.4	1.1
Servicios	11.1	11.6	4.2	27.8	40.4

PARTICIPACIÓN EN CADENAS DE VALOR, EMPLEO EXPORTADOR, PYMES Y COMERCIO INTRARREGIONAL

Caracterización de los encadenamientos productivos en sectores exportadores

- El 55% de las exportaciones totales presenta encadenamientos virtuosos con el resto de la economía.
- Los países de mayor tamaño como Argentina, Brasil y México poseen subsectores con mayores encadenamientos en prácticamente todos los sectores económicos.
- Los sectores con mayores encadenamientos y aporte a las exportaciones se corresponden a exportaciones de manufacturas livianas, especialmente en alimentos, bebidas y tabaco, madera, celulosa y papel.
- Las industrias correspondientes al grupo de manufacturas pesadas, especialmente maquinarias y equipos, automotores, piezas y sus partes, además de la industria de metales y sus derivados contribuyen al mejor dinamismo exportador.

Caracterización de los encadenamientos productivos en sectores exportadores

- Dentro del grupo de sectores con mayor encadenamiento productivo destacan sectores en los que cada país tiene ventajas comparativas. Por ejemplo, aceites y subproductos oleaginosos en el caso de Argentina, Alimentos y bebidas en el caso de Brasil, café en Colombia, petróleo y gas en México, y carne en Uruguay.
- Hay sectores primarios que pese a tener una participación importante en las exportaciones poseen menores encadenamientos: cobre En Chile, carbón en Colombia, entre otros.
- Son pocos los sectores con encadenamientos manufactureros: vehículos en Argentina, industria textil en Uruguay.
- Lograr una mayor articulación entre sectores en cadenas de valor regional es un objetivo relevante para el diseño de la política pública.

Utilizando MIP, se definieron los sectores con mayores encadenamientos internos

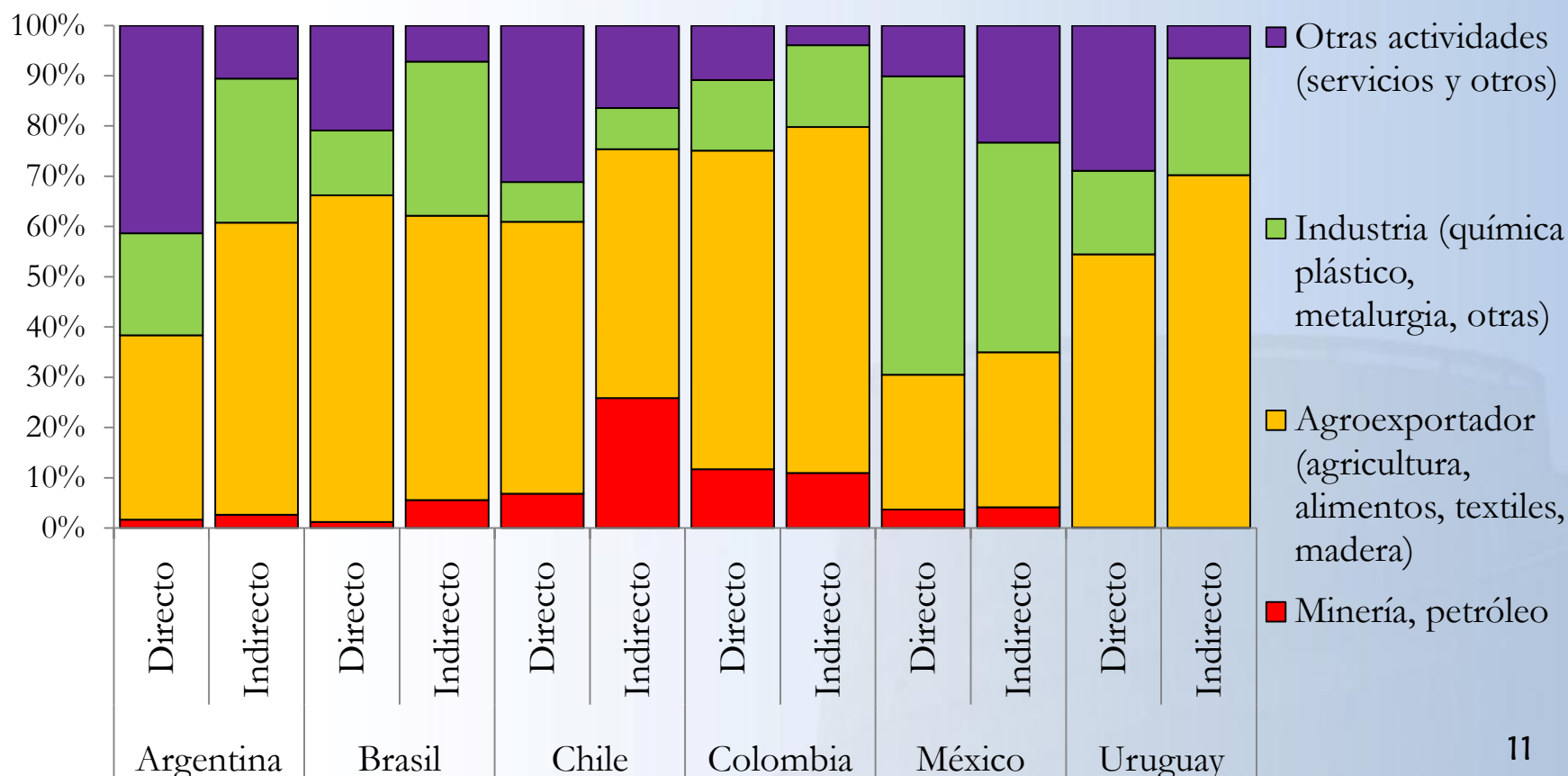
Sectores	Argentina 2007	Brasil 2005	Chile 2003	Colombia 2005	México 2003	Uruguay 2005
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	X	X	X	X	X	X
Petróleo y minería	X	X	...	X	X	...
Alimentos, bebidas y tabaco	X	X	X	X	X	X
Textiles, confecciones y calzado	X	X	...	X	...	X
Madera, celulosa y papel	X	X	X	X		X
Química y farmacia	X	X	X	X	X	...
Caucho y plástico	X	X	...	X	X	...
Minerales no metálicos	X	X	...	X	X	...
Metales y productos derivados	X	X	...	X	X	...
Maquinaria y equipos	...	X	...	X	...	...
Automotores y sus piezas y partes	...	X	...	X	...	...
Otras manufacturas	...	X	...	...	...	X
Otras actividades (incluye servicios)	...	X	X	X	X	X
% de sectores de la MIP encadenados	22,6	45,0	19,2	32,8	36,1	35,2
% de las exportaciones totales	66,8	85,6	34,6	74,8	37,0	30,0
% del Valor Bruto de la Producción	38,4	41,5	29,4	34,7	45,7	54,7

Caracterización del empleo asociado a las exportaciones en 6 países de AL

- La forma en que los países se insertan en el comercio internacional, que se manifiesta en la estructura sectorial de sus exportaciones, determina en gran medida la cantidad y calidad del empleo
- El empleo asociado a las exportaciones fluctúa entre el 9% y el 24% del total en 6 países (ARG, BRA, CHI, COL, MEX y URU)
- El mayor crecimiento del empleo indirecto ligado a las exportaciones refleja la profundidad de los encadenamientos en el ámbito nacional del sector exportador.
- El comercio internacional crea empleo a través de las exportaciones, pero también presenta riesgos de pérdida de empleos asociados a las importaciones.

Las actividades agroexportadoras dominan la generación de empleo exportador (directo e indirecto) en los 6 países de la región con información disponible

AMÉRICA LATINA (PAÍSES SELECCIONADOS): COMPOSICIÓN DEL EMPLEO DIRECTO E INDIRECTO GENERADO POR LAS EXPORTACIONES (CIRCA 2005)
(En porcentajes del total)



Las PYMES concentran entre el 58% y 88% de las empresas exportadoras, entre el 3 y el 16% del valor exportado, con el mercado intrarregional como su principal destino

AMÉRICA LATINA (PAÍSES SELECCIONADOS): DATOS INDICATIVOS DE PYMES EXPORTADORAS (En número de empresas y porcentajes del total)

	Argentina 2010	Brasil 2008	Chile 2008	Colombia 2004	Costa Rica 2010	Perú 2010	México 2008
Empresas exportadoras (en número de empresas)	13 625	23 032	8 240	11 334	2 897	7 036	35 445
Pymes exportadoras (en número de empresas)	10 373	14 094	4 800	8 058	1 872	6 192	31 333
Pymes exportadoras (en % del total)	76,1	61,2	58,3	71,1	64,6	88,0	88,4
Exportaciones pyme (en % de las exportaciones)	6,0	...	7,0	4,5	16,0	3,3	4,0
Principales destinos de pymes exportadoras	América Latina	América Latina, UE	América Latina, EE.UU.	EE.UU, América Latina	EE.UU. Centroamérica	América Latina, EE..UU.	EE.UU.
Principales sectores de pymes exportadoras	Industria	Industria	Industria	Industria	Industria, servicios	Industria	Industria

Fuente: CEPAL, basado en información de aduanas y diversas fuentes oficiales PROCOMER, FUNCEX, PROCHILE, URUGUAY XXI, Observatorio PYMES, SIICEX.

PYMEs, empleo y comercio intrarregional

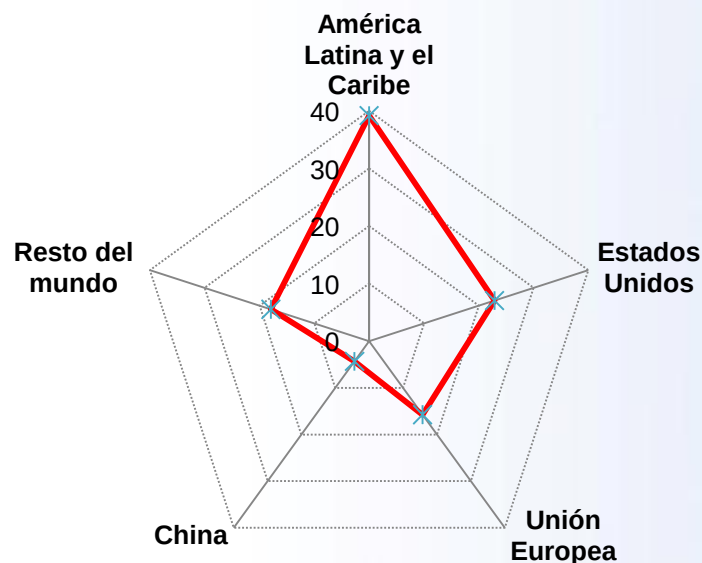
- Las PYMEs de ALC brindan un gran aporte al empleo exportador. 25% del empleo que generan es directo, y un 75% indirecto.
- Se estima que por cada PYME exportadora hay entre 7 y 11 empresas (también PYMEs) que las abastecen.
- Esto se produce en sectores de mayor elaboración productiva: química y farmacia, maquinaria y equipo, madera, celulosa y papel, y en la industria automotriz.
- El principal mercado para las PYMES exportadoras se localiza en la propia región, y en Estados Unidos.

Caracterizando las PYMEs de los países de América Latina

- Las PYMEs exportadoras de la región, al ser más intensivas en empleo, generan más puestos de trabajo por dólar exportado que las empresas grandes.
- Las PYMEs contribuyen sustancialmente a la diversificación de las exportaciones.
- La participación de las PYMEs en el sector exportador es mayor por su aporte indirecto en la generación de empleo.
- El principal problema de las PYMEs es su elevado nivel de rotación y su escasa internacionalización.
- **Son más activas en mercados regionales y no tanto en mercados globales.**

El comercio intrarregional presenta mayor participación de empresas (incluidas pymes), mayor variedad de productos y menor concentración de las empresas

A. América Latina (8 países): distribución de las empresas exportadoras de productos de alta tecnología por destino, alrededor de 2010
(En porcentajes del total)



B. América Latina (8 países): número medio de productos exportados por empresa e índice de concentración de empresas, por destino, alrededor de 2010

Mercado de destino	Promedio de productos exportados por empresa	Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH)
América Latina y el Caribe	4,5	0,02
Estados Unidos	2,6	0,05
Unión Europea	3,1	0,10
China	1,6	0,14
Resto del mundo	3,2	0,07
Total	3,3	0,04

A mayor IHH,
mayor concentración

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de las oficinas de aduana de los respectivos países.

Nota: Incluye información sobre la Argentina, el Brasil, Colombia, Chile, Panamá, el Paraguay, el Perú, y el Uruguay.

ELEMENTOS QUE FAVORECEN LOS ENCADENAMIENTOS

Algunos factores que inciden en la participación de la región en cadenas globales de valor

- La reducción de barreras arancelarias y no arancelarias es un primer requisito que favorece el surgimiento y desarrollo de cadenas de valor.
- Las reglas de origen pueden incidir considerablemente en los costos de transacción de las empresas que participan en una cadena. La acumulación de origen favorecerá la eficiencia y mejor uso de insumos en los productos finales.
- Los aspectos no arancelarios cobran más relevancia en el funcionamiento de las cadenas de valor:
 - Armonización de normas y estándares nacionales en áreas como el comercio de servicios, el tratamiento de la IED, la facilitación de comercio
 - La dimensión logística influye decisivamente en la competitividad de las empresas y su inclusión en cadenas de valor;
 - El déficit en infraestructura de transporte es un problema a resolver.
 - La incorporación de los servicios, y el desarrollo de capital humano es fundamental (inglés, matemáticas, informática).

Algunos lineamientos estratégicos

- **El comercio intrarregional es el más conducente al cambio estructural hacia la igualdad**
- **Es necesario fortalecer el mercado regional**
 - En un entorno de crisis, el mercado intrarregional debería jugar un papel de amortiguador ante eventuales caídas de la demanda internacional en países del Norte.
 - Con mercados regionales integrados, las cadenas de valor subregionales se verían beneficiadas de un universo más amplio de proveedores regionales.
- **Generar un entorno más propicio al desarrollo de cadenas de valor intrarregionales:**
 - Cerrar déficits de infraestructura física, conectividad, logística
 - Fomento a la internacionalización de la pyme (directa e indirecta), acumulación de origen, acercamiento de marcos normativos, etc.
 - Continuidad y consistencia en políticas de desarrollo productivo y exportador y en institucionalidad de la integración.
 - Impulsar una mayor liberalización en el ámbito intrarregional en servicios, inversiones y compras públicas.

**LOGRAR UNA MAYOR ARTICULACIÓN
ENTRE SECTORES EN CADENAS DE VALOR
REGIONAL ES UN OBJETIVO RELEVANTE
DEL DISEÑO DE LA POLÍTICA PÚBLICA**

Muchas gracias

José Durán Lima
Oficial de Asuntos Económicos
CEPAL, Naciones Unidas