



DOCUMENTO DE TRABAJO
N.º 006 | 2001

Competitividad internacional de Costa Rica: Análisis de los resultados del CAN

Ana Georgina Azofeifa V.
Rosilía Rojas G.
Yessenia Salas V.
Mario G. Solano N.

Fotografía de portada: "Presentes", conjunto escultórico en bronce, año 1983, del artista costarricense Fernando Calvo Sánchez. Colección del Banco Central de Costa Rica.



Competitividad internacional de Costa Rica: Análisis de los resultados del CAN

Ana Georgina Azofeifa V*, Rosilia Rojas G†, Yessenia Salas V‡, Mario G. Solano N§

Las ideas expresadas en este documento son de los autores y no necesariamente representan las del Banco Central de Costa Rica.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar los resultados de la matriz de competitividad y sus implicaciones para la economía costarricense, mediante la aplicación del Analysis of Nations (CAN), el cual es un instrumento computacional y base de datos de comercio internacional.

Dentro de los resultados se observó, que en el mercado meta “países del mundo”, los trece productos seleccionados, representaron un 45,3 % del valor total de exportaciones en 1998, el 17,2% de este porcentaje, se clasificaron como dinámicos y competitivos, el 48,9 % se catalogaron como estacionarios y no competitivos, el 5,8 % son estacionarios competitivos, y los dinámicos no competitivos representaron el 28,1%. El índice de adaptabilidad muestra que esta economía ha disminuido su nivel de especialización y su cuota de mercado, lo cual indica que los productos analizados no se adaptaron bien a las condiciones imperantes en el mercado mundial.

Palabras clave: Competitividad, CAN.

Clasificación JEL: C3, C8, E2.

* Departamento de Investigación Económica. División Económica, BCCR.

† Departamento Monetario. División Económica, BCCR. rojasg@bccr.fi.cr

‡ Departamento Monetario. División Económica, BCCR

§ Departamento Monetario. División Económica, BCCR. solanonm@bccr.fi.cr

International Competitiveness of Costa Rica: Analysis of CAN Results.

Ana Georgina Azofeifa V^{**}, Rosilia Rojas G^{††}, Yessenia Salas V^{‡‡}, Mario G. Solano N^{§§}

The ideas expressed in this paper are those of the authors and not necessarily represent the view of the Central Bank of Costa Rica.

Abstract

This paper analyzes the results of the competitiveness array and its implications for Costa Rican Economy, after applying the Competitive Analysis of Nations (CAN), a software for international trade database. This instrument makes a diagnosis of the competitiveness situation in Costa Rica and it's a fundamental base, so it can be make a competitiveness indicator for the economy.

The results showed that the thirteen selected products represented a 45,3% of the 1998 total exports. Additionally, 17,2% of these products were classify as dynamic and competitive sectors, 48,9% are steady and no competitive sectors and 5.8% are steady and competitive. Finally, the dynamics products that are no competitive represent a 28.1%. Additionally, the adaptability index shows that the economy has decrease its level of specialization and its market share. This result indicates that these products does not have a good adaptation to the market conditions.

Key words: Competitiveness, Analysis of Nations

JEL codes: C3, C8, E2.

^{**} Departamento de Investigación Económica. División Económica, BCCR.

^{††} Departamento Monetario. División Económica, BCCR. rojasg@bccr.fi.cr

^{‡‡} Departamento Monetario. División Económica, BCCR

^{§§} Departamento Monetario. División Económica, BCCR. solanonm@bccr.fi.cr

TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL CAN.....	5
A. Aspectos generales	5
B. Base de datos CAN	7
III. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL CAN PARA COSTA RICA..	8
A. Análisis global	8
B. Principales resultados por producto.....	12
C. Índice de adaptabilidad.....	14
IV. CONSIDERACIONES FINALES	15
A. Base de datos del CAN	15
B. Análisis de resultados.....	16
C. Comparación de resultados con otros estudios similares	17
D. Recomendaciones generales	18
V. BIBLIOGRAFÍA.....	18
ANEXOS.....	21

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe constituye el primer producto del proyecto global de investigación "Indicador de competitividad internacional para la economía costarricense". Contiene los principales aspectos metodológicos del Competitive Analysis of Nations (CAN), aplicación y análisis de resultados de este instrumento para Costa Rica y consideraciones finales.

El objetivo del proyecto global consiste en diseñar un indicador que aproxime la competitividad internacional del país, basado en un conjunto de variables relacionadas con este concepto, y como objetivos específicos se plantean los siguientes:

- Estudiar el Competitive Analysis of Nations (CAN) como instrumento computacional y base de datos de comercio internacional.
- Aplicar el CAN, evaluar los resultados de la matriz de competitividad, índices de especialización y analizar las implicaciones para la economía costarricense.
- Analizar metodologías alternativas para cuantificar índices de competitividad internacional.
- Aplicar metodología(s) seleccionada y estimar el respectivo índice para la economía costarricense.
- Comparar los resultados del indicador de competitividad con los que utiliza actualmente el Banco, específicamente el Índice de Tipo de Cambio Efectivo Real (ITCER) multilateral.
- Analizar los resultados del indicador de competitividad en el entorno económico nacional y en particular, sus implicaciones desde la perspectiva de política cambiaria del Banco.
- Realizar una comparación de la competitividad costarricense con las de otras economías relacionadas.

Este primer producto se concentra en los dos primeros objetivos específicos del proyecto global, con el propósito de realizar un diagnóstico que constituya un insumo adicional para analizar la situación competitiva de la economía costarricense.

Dentro de los resultados más relevantes de la aplicación del CAN, se logró determinar los principales productos y países competidores, identificando claramente para cada mercado meta, los sectores estacionarios y dinámicos, y entre ellos, los competitivos y no competitivos. Se estimó una Matriz de Competitividad para Costa Rica, en la cual se observó que los trece productos seleccionados, representaron un 45,3% del total de exportaciones en 1998, el 17,2% de este porcentaje correspondía a estrellas nacientes (dinámica competitiva), los retrocesos representaron el 48,9% (estacionarios no competitivos), las estrellas menguantes el 5,8% (estacionarios competitivos), y las oportunidades perdidas fueron el 28,1% (dinámica no competitiva); lo anterior en el mercado de destino países del mundo.

El análisis de la especialización comercial de Costa Rica, determinó que cuatro productos -ropa interior, ropa exterior, microcircuitos y preparados alimenticios- se clasificaron como estrellas nacientes en el mercado mundial, y la existencia de una importante especialización en productos de prendas de vestir y textiles.

Los resultados del índice de adaptabilidad, en lo que al mercado mundial se refiere, indican que esta economía ha disminuido su nivel de especialización y su cuota de mercado. El país aumentó su participación en los sectores estancados, mientras en los dinámicos dicha participación disminuye; sin embargo, su porcentaje de exportaciones se redujo en ambos sectores. A partir de esto podría interpretarse, que los productos analizados no se adaptaron bien a las condiciones imperantes en el mercado mundial.

El documento se estructura de la siguiente manera: el apartado dos se refiere a los aspectos metodológicos del CAN, la sección tres contiene el análisis de los resultados de la aplicación de este instrumento. Finalmente se presenta la sección referente a las principales consideraciones finales que se desprenden de este estudio.

II. ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL CAN¹

A. Aspectos generales

El CAN es un programa de computación y un arreglo estadístico de cifras de comercio exterior, el cual sirve para analizar la competitividad internacional de países y regiones, desarrollado por funcionarios de la CEPAL. En el anexo N°1 se presenta una guía de utilización de este instrumento.

CAN constituye una base de datos de comercio global con valor agregado; contiene información sobre las importaciones de mercados, por productos y por país de origen. Permite analizar la estructura y el desempeño de las exportaciones de países en nueve mercados; evaluar la estructura del mercado y el dinamismo de un producto específico. Los indicadores son elaborados a partir de las estadísticas del comercio exterior de bienes (COMTRADE) de las Naciones Unidas.

En relación con la cobertura, CAN dispone de información de importaciones para el período 1985-1998, para 193 países que envían sus exportaciones a 85 países destino (informantes). En conjunto representan aproximadamente el 90% del comercio mundial total. Las importaciones se expresan en dólares corrientes, en la mayoría de los casos utilizando el valor CIF (costo, seguro, flete); valores que pueden diferir del país de destino debido a que estos son registrados a valor FOB (franco a bordo). Ofrece en forma agregada las importaciones mundiales, subdivididas en conjunto de Países Industrializados, en Desarrollo y del Mundo y éstos se subdividen en tres subconjuntos cada uno.

El mundo industrializado²: se divide en América del Norte, países europeos y otros países industrializados.

¹ Este apartado, se desarrolla fundamentalmente con el uso de la Guía de usuario del CAN2000 y otras referencias citadas en la bibliografía.

² Los países de América del Norte incluye: Canadá y Estados Unidos, los países europeos están formados por Austria, Dinamarca, Francia, Grecia, Irlanda, Países Bajos, Portugal, Suecia, Reino Unido, Bélgica y Luxemburgo, Finlandia, Alemania, Islandia, Italia, Noruega, España, Suiza; y otros países industrializados incorpora Australia, Israel, Japón y Nueva Zelanda.

El mundo en desarrollo³ se divide en: América en desarrollo, países de África y países de Asia en Desarrollo.

Una característica de esta herramienta es que procesa los datos utilizando la técnica estadística de promedios móviles de tres años; solamente el último año de la serie es un promedio de dos años, lo cual facilita el análisis de tendencias a largo plazo. Utiliza la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional, revisión 2 (CUCI) clasificación que fue diseñada para facilitar el análisis económico con el propósito de ser usada como base de las estadísticas de comercio exterior.

Además, CAN permite realizar una clasificación de países, según distintos criterios, por ejemplo, a.) participación de mercado global en el mercado de referencia, b.) contribución a exportaciones totales de los rubros más eficientes exportados al mercado de referencia (esto incluye el total de sus exportaciones dedicadas a estrellas nacientes y estrellas menguantes), c.) contribución de rubros eficaces (esto serían sus estrellas nacientes y oportunidades perdidas), d.) contribución de sus rubros eficientes y eficaces (esto es, sólo sus estrellas nacientes), entre otros.

Por otro lado, este instrumento permite identificar aquellos países competidores en rubros específicos, para lo cual es posible establecer las características del país competidor, por ejemplo, la participación del mercado del rubro de este país en el mercado de referencia, el tipo de rubro según su matriz de competitividad y el peso del rubro en las exportaciones totales que hace el país al mercado de referencia, entre otros.

CAN proporciona una visión acerca de la situación de un país en los mercados internacionales y mide el nivel de penetración y participación de los países en el mercado mundial o en algún segmento específico. La competitividad sectorial se asocia con la participación de un país en un sector dado (la competitividad sectorial y la evolución del mercado determinan la capacidad de adaptabilidad del país), por su parte, la competitividad global describe la participación del país en el comercio mundial.

Por otra parte, algunos autores señalan varias limitaciones del CAN, la principal se refiere al hecho de que no es un modelo, es decir no explica los factores que determinan la competitividad detectada, ni separa la competitividad lograda en el largo plazo, de aquella alcanzada de forma espuria. No separa fenómenos de precio y volumen, ni suministra información sobre el valor agregado nacional de las exportaciones, tratando por igual a países con estructuras productivas integradas y a países cuyas estrategias de inserción internacional se basan en zonas de procesamiento de exportaciones de bajo contenido nacional (maquila). Otras limitaciones se refieren al nivel de agregación utilizado, a los mercados de destino disponibles y a la actualización de la base de datos.

³ América en desarrollo esta constituida por veintiséis países, Argentina, Barbados, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guyana Francesa, Granada, Guadalupe, Guatemala, Honduras, Jamaica, Martinica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Santa Lucía, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela. Trece países de África, Argelia, Kenya, Malawi, Marruecos, Senegal, África del Sur, Zimbabwe, Egipto, Madagascar, Mauritania, Reunión, Seychelles, Túnez. Veintidós países de Asia en Desarrollo (Bangladesh, Chipre, Hong Kong, Indonesia, República de Corea, Omán, Zona Neutral, Filipinas, Singapur, Siria, Turquía, China, Malasia, India, Jordán, Macao, Nepal, Pakistán, Arabia Saudita, Sri Lanka, Tailandia, Emiratos Árabes Unidos.

B. Base de datos CAN

La base de datos CAN permite obtener directamente la mayor parte de los indicadores de comercio, los cuales se detallan seguidamente:

Notación Utilizada:

M_{ij} = Importaciones realizadas por el mercado meta, del sector i desde el país j .

M_j = Importaciones realizadas por el mercado meta, de todos los sectores desde el país j .

M_i = Importaciones realizadas por el mercado meta, del sector i desde todos los países.

M = Importaciones totales realizadas por el mercado meta, de todos los sectores.

Cuota de Mercado: describe la participación competitiva de un país en un sector determinado, mide la importancia de este sector del comercio internacional de un país con respecto al mismo sector del mercado meta. $PM_i = (M_{ij}/M_i)*100$.⁴

Contribución: se refiere a la composición de las exportaciones de un determinado país hacia el mercado meta, cambios en la contribución reflejan modificaciones de los patrones de comercio y la dirección de las mismas, por lo que se convierte en un elemento importante para el estudio de la diversificación del comercio. $C_i = (M_{ij}/M_j)*100$.

Contribución del Sector: mide la importancia relativa de un sector del mercado meta con respecto a todos los sectores de dicho mercado, indica el peso relativo del sector con respecto al total del mercado. $CS_i = (M_i/M)*100$.

Especialización: corresponde a la participación del producto en el comercio bilateral con respecto a la participación del producto en el comercio global del mercado meta, al trabajar con estadísticas de importaciones, muestra las ventajas comparativas reveladas que el país competidor posee en el producto; si $E_i > 1$ existe especialización en el bien i .

$$E_i = (M_{ij}/M_j)/(M_i/M) = (M_{ij} * M)/(M_i * M_j)$$

La especialización compara la cuota de mercado del rubro i del país A con la cuota de mercado global del país A . Si la cuota de mercado del rubro i es mayor que la cuota de mercado global, el país se considera especializado en el rubro i . Si es inferior, se considera que el país no está especializado en el rubro i .

Índice de Adaptabilidad: corresponde a la razón de la especialización y la participación en el mercado entre los sectores dinámicos y los estancados, lo que indica en qué medida un país realiza su comercio en función de la evolución de mercado. Una razón mayor que 1, muestra que el país está más especializado en sectores dinámicos que en los estancados.

Matriz de Competitividad: resume en cuatro categorías diferentes, la situación del país con relación a la evolución de los principales productos en un mercado determinado. En esta matriz se consideran dinámicos los sectores que a lo largo del período elevan su participación relativa en el total importado por el mercado, y estacionarios los sectores que disminuyen su importancia en el total de las importaciones. Con respecto a la contribución del mercado, si los sectores del país ganan participación son calificados

⁴ Este término no debe confundirse con la cuota o barrera arancelaria que se aplica para algunos productos como el azúcar y el banano, entre otros.

como competitivos, mientras que si se pierde participación, son calificados como no competitivos. A continuación se describe cada una de las cuatro categorías:

1. Estrellas Nacientes: son sectores dinámicos que registran aumentos en la demanda por parte del mercado mundial y además, el país es eficiente (competitivo) en esos sectores, constituye la situación óptima de las economías.
2. Estrellas Menguantes: los productos o sectores que se clasifican en esta categoría se caracterizan por ser vulnerables, pierden participación en el mercado mundial (estacionarios); sin embargo, a lo interno el país aumenta su participación dentro del total de sus exportaciones.
3. Oportunidades Perdidas: constituyen los sectores dinámicos en los cuales disminuye su participación en el mercado destino y además, se caracterizan por no ser competitivos.
4. Retrocesos: corresponden a los sectores estacionarios en los cuales disminuye la participación de mercado.

Luego de estudiar los principales aspectos metodológicos de esta herramienta, seguidamente se exponen los principales resultados de su aplicación para el caso de la economía costarricense.

III. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL CAN PARA COSTA RICA

A. Análisis global

La base de datos CAN muestra para cada uno de los países, la cuota de mercado, el porcentaje de exportaciones y la especialización de cada uno de los productos de exportación, los cuales permitieron analizar, para el caso de Costa Rica, los principales productos (Café, Banano, Azúcar, Pescado fresco, Flores y Follajes, Bulbos y tubérculos, Ropa interior de punto o ganchillo, Ropa exterior de punto, Camisas, Ropa exterior de otro tipo para mujeres, niñas y niños, Microcircuitos, Medicamentos (incluso medicamentos veterinarios), y Preparados alimenticios) que compiten en los mercados de destino o meta: “países del mundo”, “países industrializados” y “países en desarrollo”, con los mismos productos de otros países. De esta manera, mediante indicadores de comercio que proporciona el CAN se logró determinar para los productos analizados en el período 1990-1998, los 33 principales países competidores de Costa Rica en estos mercados.⁵

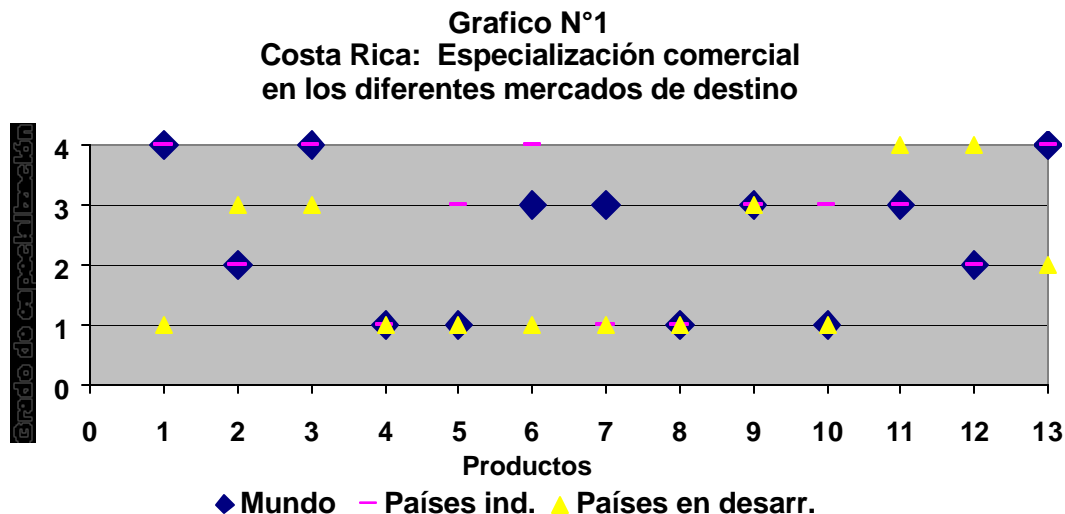
En el proceso de identificar los principales productos y países competidores de la economías costarricense, se seleccionó inicialmente una muestra de productos y países, de acuerdo a la participación relativa dentro del valor total de exportaciones de Costa Rica, según información suministrada por los registros de PROCOMER, INEC y el Área

⁵ Brasil, Ecuador, Colombia, Chile, Perú, Cuba, República Dominicana, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Honduras, Canadá, Estados Unidos, México, Bélgica y Luxemburgo, Francia, Italia, España, Alemania, Holanda, Reino Unido, Noruega, Dinamarca, Irlanda, Taiwán, Japón, China, Hong Kong, República de Corea, Singapur, Filipinas y Tailandia.

de Balanza de Pagos del Banco Central de Costa Rica. Luego, con los datos del CAN, se filtró esa lista, hasta discriminar los países seleccionados, productores de los mismos 13 bienes, que los convierten en competidores directos de las exportaciones de Costa Rica.

Del análisis surge que, de acuerdo con la especialización comercial de Costa Rica, siete de los productos son clasificados como estrellas nacientes en el mercado “países en desarrollo”, los cuales pueden resumirse como banano, ropa, microcircuitos y preparados. La ropa de punto, los microcircuitos y los preparados se clasifican también como estrellas nacientes en el mercado de destino “países del mundo”, en tanto que en el mercado “países industrializados” figuran como estrellas nacientes los microcircuitos y la ropa interior de punto y la ropa exterior de mujer.

La gráfica siguiente representa, la especialización comercial en los diferentes mercados de destino.



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

El eje Y representa el grado de especialización y se identifica como: 1= Estrella naciente, 2 = Estrella menguante, 3 = Oportunidad perdida y 4 = Retroceso.

En el eje X los productos se distinguen como: 1 = Banano, 2 = Flores y Follajes, 3 = Bulbos y tubérculos, 4 = Ropa interior de punto o ganchillo, 5 = Ropa exterior de punto o ganchillo, 6 = Camisas, 7 = Ropa exterior de mujer, 8 = Microcircuitos, 9 = Medicamentos (incluso medicamentos veterinarios), 10 = Preparados, 11 = Café, 12 = Azúcar, 13 = Pescado fresco.

El análisis también permitió estimar una matriz de competitividad para la economía costarricense en cada uno de los mercados. La matriz resume la ubicación de cada producto según su dinamismo en el mercado respectivo y según la competitividad desde el punto de vista de participación de mercado.

En esta matriz se exponen los 13 principales productos que exporta Costa Rica hacia el mercado mundial, los cuales representan un 57,4% y 45,3% del valor total de las exportaciones para los años 1990 y 1998 respectivamente. Ellos muestran que para el país, cuatro sectores son catalogados como estrellas nacientes (ropa interior, ropa exterior de punto, microcircuitos y preparados alimenticios), dos como estrellas menguantes (flores y follaje, azúcar), tres como retroceso (banano, bulbos y tubérculos, pescado fresco), y cuatro como oportunidades perdidas (camisas, ropa exterior de otro tipo, medicamentos y café).

Con respecto al café es necesario aclarar que a pesar de que la productividad por hectárea para Costa Rica es una de las más altas del mundo, no constituye un sector competitivo en ninguno de los mercados meta porque no está ganando participación en los mercados. Es importante recalcar que de acuerdo con la clasificación de la matriz de competitividad “si los sectores del país ganan participación son calificados como competitivos, mientras que si se pierde participación, son calificados como no competitivos”.

En efecto, en Costa Rica se identifican algunas empresas competitivas en el sector cafetalero como Café Britt, las cuales han mejorado la calidad e incrementado la diversificación de sus productos, lo que indica una ganancia en competitividad en relación con otras empresas del mundo, sin embargo, de acuerdo con los resultados de la matriz, este sector pierde competitividad debido a que está disminuyendo su participación en el mercado internacional. Para revertir esta situación, el país podría industrializar una parte de su producción y tratar de mejorar sus canales de distribución o promoción, con el objetivo de capturar un segmento de la nueva demanda internacional. Situación similar ocurre con el sector de medicamentos en los tres mercados, los cuales tampoco se consideran competitivos.

**ESTIMACION DE LA MATRIZ DE COMPETITIVIDAD
PARA COSTA RICA SEGÚN EL DINAMISMO DE LOS
SECTORES (PRODUCTOS), PERIODO 1990 - 1998**

Mercado países del mundo

	Sectores estacionarios	Sectores dinámicos
Sect. Competitivo	Flores y follajes Azúcar	Ropa interior de punto Ropa exterior de punto Microcircuitos Preparados alimenticios
Sect. No competitivo	Banano Bulbos y tubérculos Pescado fresco	Café Camisas Ropa exterior de mujer Medicamentos

Mercado países industrializados

	Sectores estacionarios	Sectores dinámicos
Sect. competitivos	Flores y follajes Azúcar	Ropa interior de punto Ropa exterior de mujer Microcircuitos
Sect. No competit.	Banano Bulbos y tubérculos Pescado fresco Camisas	Café Ropa exterior de punto Medicamentos Preparados alimenticios

Mercado países en desarrollo

	Sectores estacionarios	Sectores dinámicos
Sect. competitivos	Pescado fresco	Ropa exterior de punto Banano Ropa exterior de mujer Microcircuitos Camisas Preparados alimenticios Ropa interior de punto
Sect. No competit.	Café Azúcar	Flores y follajes Bulbos y tubérculos Medicamentos

Los productos clasificados como dinámicos que son comunes a los mercados de destino “países del mundo” y “países industrializados” son café, ropa exterior de mujer, medicamentos, ropa de punto, microcircuitos, y preparados alimenticios. De éstos, la ropa interior de punto y los microcircuitos han ganado participación de mercado en el período analizado, por lo que se consideran sectores competitivos tanto en estos mercados como en el de “países en desarrollo”.

De acuerdo con el análisis del CAN, es deseable que la mayoría de productos de exportación sean a la vez dinámicos y competitivos. Para Costa Rica, 7 de los 13 productos analizados se encuentran en esta situación en el mercado de destino “países en desarrollo”, y de los 6 restantes, 3 son dinámicos pero no competitivos. De ello, podría argumentarse, según los resultados del CAN, que los países en desarrollo constituyen un mercado atractivo como destino de las exportaciones costarricenses.

La economía costarricense presenta vulnerabilidad en lo que se refiere a la exportación de azúcar en los dos principales mercados de destino. En cuanto a las exportaciones de café, a pesar de tener dinamismo, han perdido participación en ambos mercados. Por su parte, el banano se ubica como un producto estacionario que ha reducido participación en los mercados “países del mundo” y “países industrializados”, solo se muestra

competitivo en el mercado “países en desarrollo”. A continuación se exponen los aspectos más relevantes para cada producto y en el anexo N°2, se presentan con mayor detalle algunos de los trece productos en forma independiente con el fin de determinar su situación de mercado en comparación con los países competidores.

B. Principales resultados por producto

Café: Este producto es catalogado como oportunidad perdida para Costa Rica, en el mercado mundial y en el de países industrializados. Esto implica que el producto es dinámico en dichos mercados pero no es competitivo porque está perdiendo participación en la oferta mundial. En el mercado de países en desarrollo se ubica como retroceso, indicando que es un producto estacionario y no competitivo, ésta misma clasificación muestran cuatro de los principales países que compiten con Costa Rica en los mercados de este producto: Colombia, México, Guatemala y El Salvador. Por su parte, otro competidor importante como Brasil figura como estrella naciente en el mercado países del mundo.

Es relevante destacar el auge de los países europeos y Canadá en cuanto a la participación del mercado y a la especialización de este producto en los mercados de destino países del mundo y países industrializados; Bélgica, Francia, Canadá, Italia, Dinamarca y Holanda, a pesar de tener una participación de mercado baja en comparación con Costa Rica, muestran un importante crecimiento en dicha cuota, son competitivos y dinámicos (estrella naciente).

Banano: Las ventas de este producto por parte de Costa Rica en el mercado mundial y en países industrializados, son clasificadas como en retroceso, dado que se han convertido en un sector estacionario en el que ha disminuido la participación.

Se debe resaltar que la especialización de Costa Rica en este producto, ha disminuido si se analizan como mercados metas el mundo y los países industrializados; no obstante, en el destino de los países en desarrollo, su especialización se ha incrementado.

Azúcar: Se identifican seis países competidores directos en el mercado del azúcar: Tailandia, Cuba, Brasil, República Dominicana, Filipinas y Colombia, todos con participación de mercado superiores a la de Costa Rica. Con respecto a Centroamérica, Costa Rica compite con Guatemala, El Salvador y Nicaragua.

Este producto se cataloga como estrella menguante, para el caso de Costa Rica, es decir, es un sector vulnerable, que pierde participación en el mercado mundial y países industrializados, aunque aumente su participación dentro de las exportaciones del país. La demanda de los distintos mercados hacia los países centroamericanos se incrementó en el período, pero en la mayoría de los países disminuyó la participación del producto dentro de sus exportaciones. Esto constituye una señal para que Costa Rica, promueva la exportación de este producto y tome ventaja de sus competidores cercanos.

Pescado Fresco: Este producto clasificado dentro del grupo de productos de exportación no tradicionales, ha perdido importancia a través de los años dentro del valor total de exportaciones del país. Las cifras oficiales del país⁶ indican que en 1990 las

⁶ Provenientes de PROCOMER, INEC y Área de Balanza de Pagos del Banco Central.

exportaciones de pescado fresco representaban un 3% del valor total. Al respecto, se considera prudente advertir que en la década de los 90's, este producto presentó problemas de sobrefacturación en Costa Rica y con datos preliminares al 2000, muestran que la participación de este producto dentro del valor total de exportaciones disminuyó a 1,4%.

Con la base de datos del CAN, también se confirma la pérdida de importancia de este producto para Costa Rica, al clasificarlo como en retroceso, es decir, este es un sector estacionario. Este producto no brinda a Costa Rica ventaja comparativa, máxime que existen países competidores como Noruega y China con cuotas de mercado más altas y en aumento.

Flores y Follajes: Los principales productores y competidores del país son Holanda y Colombia que cuentan con una mayor cuota de mercado que Costa Rica. Estos tres países son catalogados como estrellas menguantes. Se debe destacar que Holanda cubre el 50% de la demanda mundial, mientras que la participación de Costa Rica dentro del mercado fue de 2,1% en el año 1998.

Los restantes competidores al igual que Costa Rica, han disminuido su cuota de mercado, aun cuando en los países en desarrollo, la economía costarricense ha ganado participación, el sector ha perdido dinamismo.

Bulbos y Tubérculos: Las exportaciones de bulbos y tubérculos de Costa Rica hacia el mundo, han ganado participación en el mercado entre 1990 y 1998, sin embargo, su contribución dentro del total exportado, ha disminuido en ese período, lo que generó un menor índice de especialización en 1998, clasificándose en la matriz como un rubro en retroceso en el mercado mundial y en el de países industrializados.

Los principales competidores de este bien corresponden principalmente a países europeos, como Holanda, Bélgica, Italia, Alemania, Francia y España, mientras que en el continente americano solo Estados Unidos y Canadá destacan como competidores.

Ropa Interior: Costa Rica se encuentra especializado en este producto en los mercados de destino el mundo y países industrializados; es decir, existe ventaja relativa en la producción y colocación de este bien en esos mercados. Esto se reflejó en el índice de especialización alcanzado en el mercado países del mundo e industriales un 10,4% y 11,0% respectivamente. En los países en desarrollo, a pesar del crecimiento que está adquiriendo, no existe especialización.

Se puede expresar que la actividad industrial es importante en el país y el rubro de ropa interior es una de las áreas que se encuentra en expansión (estrella naciente); representa un porcentaje cercano al 4% del valor total de exportaciones de Costa Rica, según datos del CAN para 1998.

Microcircuitos: Acorde con la matriz, este rubro se clasifica como estrella naciente, el sector es dinámico y el país aumentó su participación de mercado, aprovechándose las oportunidades presentes en el comercio internacional. Esta actividad toma auge con la participación de INTEL a partir de 1998, ubicándose en 1,5% dentro del valor total de exportaciones de este año.

La producción y exportación de INTEL, según cifras oficiales, tuvo su máximo crecimiento en el año 1999 al exportar \$2558,6 millones; es decir, 2,6 veces más de lo colocado en el mercado internacional en el año 1998.

Medicamentos: Este producto se cataloga como oportunidad perdida, el sector es dinámico y el país no aumentó su participación de mercado. Costa Rica disminuyó la especialización de este producto, fenómeno que se da tanto en el mercado mundial como en el de países en desarrollo. Aunque la actividad se clasifica como oportunidad perdida, podría convertirse en el futuro en un bien que se pueda desarrollar si se invierte más recursos que en años previos, en áreas como investigación y desarrollo.

Además, los mercados de destino importantes son los países en desarrollo y algunos industrializados, lo que estaría reflejando el poco acceso a las economías más desarrolladas.

Preparados Alimenticios: Este producto se cataloga como estrella naciente, el sector es dinámico y aumentó la participación de mercado, situación óptima derivada de una buena adaptación a las oportunidades presentes en el comercio internacional. En cuanto a la especialización, existe ventaja comparativa con respecto al mercado de países en desarrollo; mientras que cuando el destino es el mercado mundial, el país muestra menor especialización.

Acorde con las cifras oficiales, el valor de las exportaciones de los preparados alimenticios creció un 16% en el año 1998 con respecto a 1997, mientras que en 1999 y 2000 presentó reducciones promedio del 5%.

C. Índice de adaptabilidad

Los resultados del índice de adaptabilidad para el caso del mercado mundial, indican que esta economía ha disminuido el nivel de especialización, al pasar de 0,11% a 0,08% de 1990 a 1998; similar situación ocurre con la cuota de mercado. Si se analizan los sectores dinámicos a nivel agregado, se observa una reducción de 6,1% a 3,6% en la especialización, lo cual constituye un claro indicador de que el país ha perdido participación en el mercado mundial en el período analizado (la cuota pasó de 0,43% a 0,37%). Los sectores estacionarios muestran una caída de la especialización de 54,2% a 46,3%, pero se incrementó la cuota de mercado de 3,8% a 4,8%.

En resumen, el país aumentó su participación de mercado en los rubros estancados, mientras que en los rubros dinámicos, más bien ésta disminuye, sin embargo, su porcentaje de exportaciones disminuyó en los sectores dinámicos y estacionarios, de ahí se podría inferir que los trece productos analizados, no se adaptaron bien a las condiciones imperantes del mercado mundial. Como se muestra en las tablas siguientes.

Costa Rica: Índice de Adaptabilidad en el mercado mundial

	1990	1998
Cuota de mercado	0,11	0,08
Porcentaje de exportaciones	0,62	0,83
Especialización	0,11	0,08

Costa Rica: Sectores Dinámicos en el mercado mundial

	1990	1998
Cuota de mercado	0,43	0,37
Porcentaje de exportaciones	22,07	20,46
Especialización	6,12	3,56

Costa Rica: Sectores Estacionarios en el mercado mundial

	1990	1998
Cuota de mercado	3,81	4,79
Porcentaje de exportaciones	35,40	24,77
Especialización	54,21	46,27

Si se analizan los países de la región de América Central, los cuales constituyen los principales competidores directos, se puede afirmar que solo El Salvador muestra una mayor especialización en los sectores dinámicos que en los estancados. Sin embargo, en el período de estudio, este índice está disminuyendo, reflejando pérdida en la participación de mercado de los productos salvadoreños. Se debe destacar, que países como Nicaragua y Honduras están captando mayor mercado, esto se refleja en la mejoría del índice de especialización, ubicándose en 0,4 y 0,6 respectivamente para el año 1998, indicando la mejor relación dinámicos/estancados. Panamá muestra una leve mejoría de su índice reflejando una mayor composición de productos que se encuentran en auge en el mercado mundial. En Costa Rica y Guatemala, se observa un deterioro del índice de adaptabilidad indicando que su comercio internacional se está concentrando en sectores estacionarios y en menor cuantía en los dinámicos.

América Central: Índice de Adaptabilidad en el mercado mundial

	Costa Rica		Panamá		Nicaragua		Salvador		Honduras		Guatemala	
	90	98	90	98	90	98	90	98	90	98	90	98
Cuota de Mercado	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	3,1	2,6	0,1	0,6	0,4	0,3
% de exportación	0,6	0,8	0,3	0,6	1,3	3,9	17,0	27,6	0,7	5,9	2,3	3,0
Especialización	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	3,1	2,6	0,1	0,6	0,4	0,3

IV. CONSIDERACIONES FINALES

A. Base de datos del CAN

Este estudio permitió conocer el instrumento computacional y base de datos del comercio internacional conocido como Competitive Analysis of Nations (CAN), desarrollado por funcionarios de la CEPAL.

Este instrumento facilita el análisis del nivel de competitividad internacional de países y regiones, conocer la composición porcentual y el desempeño de las exportaciones de las economías en mercados de destino; evaluar la estructura del mercado y el dinamismo de productos.

Por medio del CAN se logró identificar aquellos países competidores en productos específicos, para lo cual es posible establecer las características del país competidor, por ejemplo, la participación del rubro de este país en el mercado destino, y el peso del producto en las exportaciones totales del país de referencia, así como el dinamismo de la demanda de los productos que exporta.

CAN tiene algunas limitaciones, como lo han señalado algunos autores, la principal es que no explica los factores que afectan la competitividad, ni tampoco distingue la competitividad que se obtiene por aspectos que inciden en el largo plazo de aquella alcanzada de forma espuria. Tampoco brinda información de precios y cantidades y tiene un rezago importante en la actualización de la base de datos.

B. Análisis de resultados

Previo a la aplicación del CAN, se logró determinar en forma preliminar y con información proveniente de las fuentes de información oficiales, cuáles son los principales productos de exportación de la economía costarricense. Luego, con la aplicación de este instrumento, se amplió la muestra de productos y se identificó cuáles son los países competidores para ese conjunto de productos seleccionados.

En relación con el análisis de resultados por productos, mediante la estimación de la matriz de competitividad, se identificó para cada mercado meta, los sectores competitivos y los no competitivos, los estacionarios y los dinámicos. Al respecto, los sectores flores y follajes y azúcar se encuentran situados en el módulo de productos estancados en los mercados países del mundo y países industrializados, y a pesar de que Costa Rica es competitivo en esos sectores, se considera prudente canalizar los esfuerzos hacia otros productos que se clasifican como dinámicos.

Los productos ropa interior de punto y microcircuitos, están catalogados como sectores dinámicos en los tres mercados de destino analizados. Costa Rica resultó ser competitivo en estos productos, por tanto constituye un punto a favor para que las autoridades correspondientes continúen brindando estímulos a estos sectores.

De los resultados del CAN para los productos seleccionados, puede interpretarse que en el período analizado, existe una mejora de las exportaciones costarricenses en el mercado de destino “países en desarrollo”, lo cual no se aprecia en el mercado de países industrializados.

En relación con la especialización comercial de Costa Rica, es importante mencionar que cuatro de los 13 productos analizados, -ropa interior, ropa exterior, microcircuitos y preparados alimenticios- se catalogaron como estrellas nacientes en el mercado mundial, se apreció que existe una importante especialización en productos de prendas de vestir y textiles⁷.

Por su parte, el CAN facilitó el análisis del nivel de competitividad internacional de Costa Rica en el largo plazo. Se observó una disminución de 57,4% a 45,3% en el porcentaje

⁷ Es importante advertir que este resultado podría estar sesgado por el efecto de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe, la cual otorga ciertos beneficios a Centroamérica y algunos países del Caribe en el mercado de Estados Unidos.

de exportaciones que se dirige hacia el mercado mundial, desde 1990 hasta 1998, indicando una caída del aporte de esos productos de exportación. A pesar de esta caída, el país ha realizado cambios significativos en la composición de su comercio a partir de la década de los 90's, lo que puede repercutir de manera satisfactoria en las exportaciones de los próximos años, de esa forma se tiene una mayor diversificación y se ha reducido la dependencia de productos tradicionales, existente en décadas anteriores.

La Matriz de Competitividad estimada para Costa Rica, muestra que los productos seleccionados en el mercado mundial, representaron un 45,3% del valor total de exportaciones en 1998, de este porcentaje, el 17,2% correspondía a estrellas nacientes (dinámica competitiva), los retrocesos representaron el 48,9% (estacionarios no competitivos), las estrellas menguantes el 5,8% (estacionarios competitivos), y las oportunidades perdidas fueron del 28,1% (dinámica no competitiva).

Los resultados del índice de adaptabilidad, indican que esta economía ha disminuido su nivel de especialización y su cuota de mercado en el mercado mundial. El país aumentó su participación en los rubros estancados, mientras que en los dinámicos disminuye, sin embargo, su porcentaje de exportaciones se redujo en los sectores dinámicos y estacionarios, de ahí se puede desprender que los productos analizados no se adaptaron bien a las condiciones imperantes en el mercado.

No obstante las limitaciones que presenta, el CAN permitió realizar una aproximación de la situación competitiva de la economía costarricense, en el período 1990-1998 y constituye un marco de referencia en el diseño de un indicador de competitividad para la economía costarricense.

C. Comparación de resultados con otros estudios similares

Este indicador vendría a complementar los resultados del índice de tipo de cambio y de otros indicadores de competitividad de corte transversal, que diseñan otras entidades como el índice de competitividad, que anualmente estima el World Economic Forum, en el cual se concluyó un rezago importante en la baja posición relativa de esta economía en relación con el resto de economías o bien, el índice de competitividad microeconómica de Centroamérica con respecto al mundo, elaborado por Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLACDS) del INCAE, el cual señala que uno de los factores que favorece el mejor desempeño de Costa Rica en relación con el resto de países del área centroamericana, responde en gran medida al nivel de educación de la fuerza laboral, sin embargo apunta que una de las deficiencias se concentra en la baja calidad de la infraestructura.

Las conclusiones de Gitli y Vargas (1996) concuerdan con los resultados de este estudio con relación a los principales productos de exportación para Costa Rica. En efecto, se observa un bajo dinamismo, en bienes tradicionales, y auge de algunos productos del sector textil, vestuario y otros sectores pequeños, que confirman la tendencia hacia la diversificación en las exportaciones de esta economía.

D. Recomendaciones generales

Para abordar algunos de los resultados de la matriz de competitividad, el gobierno debe tener un rol protagónico en este campo y focalizar sus esfuerzos en mejorar las condiciones de infraestructura actuales, pues en varias de las referencias bibliográficas consultadas se menciona que una de las limitantes más fuertes de la competitividad se deriva de la problemática de la infraestructura. Además, debe brindar un apoyo decidido a los empresarios pequeños y medianos para que logren llevar sus productos al mercado externo a través de un agresivo proceso de vinculación con el sector exportador y de esta forma ganar competitividad en los sectores que presentan mayor dinamismo en los diferentes mercados internacionales y estar muy atento a las tendencias mundiales dirigidas hacia el proceso de globalización.

V. BIBLIOGRAFÍA

Artavia, Roberto. 2001. Seminario de Competitividad de Costa Rica en el 2001. INCAE y Cámara de Industrias de Costa Rica.

CEPAL. 2001. Guía del usuario Can 2000. Santiago, Chile

Corrales, Jorge y Monge, Ricardo. 1988. Políticas de Protección e Incentivos a la Manufactura, Agroindustria y Algunos Sectores Agrícolas de Costa Rica. San José: Econofin.

Dornbusch, Rudiger, y Fischer, Stanley. 1993. Macroeconomía. México. Quinta edición.

Doryan, Eduardo y Mora, Ronald. 1999. Desempeño Competitivo de las Exportaciones de Centroamérica en Diversos Mercados Internacionales. INCAE.

Doryan, Eduardo y otros 1999. Competitividad y Desarrollo Sostenible: Avances Conceptuales y Orientaciones Estratégicas. INCAE.

Doryan, Eduardo; de Paula, Francisco y López, Grettel. 1999. Análisis del Reporte Global de la Competitividad para Centroamérica. INCAE.

Doryan, Eduardo; Marshall, Lucía y López, Grettel. 1999. Análisis del Informe Global de Competitividad Microeconómica para Centroamérica. INCAE.

Dunlevy, J. 1980. A Test for the Capacity Pressure Hypothesis within a Simultaneous Equations Model of Export Performance. The Review of Economics and Statistics, vol. 62.

Edwards, Sebastián. 1990. Ajuste Cambiario y Equilibrio Macroeconómico en Costa Rica: Lecciones y Perspectivas. Academia de Centroamérica. Perspectivas Económicas en Costa Rica, Tomo I.

Edwards, Sebastián. 1990. Conceptos y Mediciones del Tipo de Cambio Real en los Países en Desarrollo. Monetaria N° 4, Octubre–Diciembre.

- Fagerberg, J. 1988. International Competitiveness. *Economic Journal*, Vol. 98, June.
- Fadl, Sergio y Puchot, Samuel. 1994. Consideraciones sobre la Calidad de los Indicadores del Tipo de Cambio Real en México. En *Comercio Exterior*, Vol. 44.
- Gitli, Eduardo y Arce, Randall. 2000. Conceptos Clave para el Uso de Bases de Datos de Comercio Internacional. CIMPE, UNA.
- Gitli, Eduardo y Vargas, Leiner. 1996. Análisis de la Competitividad de Costa Rica. CIMPE, UNA.
- Gitli, Eduardo y Vargas, Leiner. 1996. Bases para la Construcción de un Índice de Tipo de Cambio Real en Costa Rica para la Promoción de Exportaciones. CIMPE, UNA.
- Gitli, Eduardo y Vargas, Leiner. 1996. Estado del Arte de la Investigación competitividad: Costa Rica, El Salvador y Nicaragua. CIMPE, UNA; SUDESCA Research paper N°4.
- Graff, Juan Pablo. 1996. El Crecimiento de las Exportaciones y el Desempeño de la Productividad en la Industria Manufacturera en México. Documento de investigación N°9605. Banco de México.
- Graff, Juan Pablo. 1995. Comportamiento de los Precios de Exportación de Productos Manufacturados. México, 1980-1995. Banco de México. Documento de Investigación N°9505.
- IMD. 2001. *World Competitiveness Yearbook*.
- Krugman, Paul. 1989. Income Elasticities and Real Exchange Rates. *European Economic Review*. Vol. 33. May.
- Maciejewski, Edouard. 1983. Real Effective Exchange Rate Indices. *Staff Papers*, Vol. 30, setiembre.
- Mortimore, Michael, Bonifaz, José Luis y otros. 1997. La competitividad Internacional: un CANálisis de las Experiencias de Asia en Desarrollo y América Latina. CEPAL. Serie de desarrollo productivo N°40.
- Mortimore, Michael; Buitelaar, Rudolf y José Luis Bonifaz. 2000. México un CANálisis de su competitividad internacional. CEPAL. Serie de desarrollo productivo N°62.
- Muscattelli, V. 1991. Why Hong Kong is not a Small Country After All: an Application of Cointegration Analysis to a Simultaneous Model of Export Demand and Supply. University of Glasgow, Discussion Papers in Economics.
- Muscattelli, V. 1994. Demand and Supply Factors in the Determination of NIE Exports: a Reply. *Economic Journal*. Vol. 104, November.
- Muscattelli, A.; Srinivasan, T y Vines, D. 1994. The Empirical Modelling of NIE Exports: an Evaluation of Different Approaches. *Journal of Development Studies* Vol. 30 (2).

- Paiva, Claudio. 2000. Competitiveness and the Equilibrium Rate in Costa Rica. En IMF Working Paper.
- Schanz, Jochen y Edwards, Jane. 2001. Lehman's Structural Database Sources and Methods Brothers. Lehman Brothers, Structural Economics. Research papers N°4.
- Segura, Boris. 1996. Política Cambiaria en una Economía Pequeña y Abierta e Índices de Tipo de Cambio Real. Serie de Comentarios sobre Asuntos Económicos N°141.
- Sobrado, Ilse y Rojas, Rosilia. 2000. Índice de Tipo de Cambio Efectivo Real: Nuevo Indicador para Costa Rica, base: 1977=100. Banco Central de Costa Rica.
- Torres, Rigoberto. 2001. Evolución Reciente del Índice de Tipo de Cambio Efectivo Real (ITCER). DM-026 del 24 de enero, 2001. Banco Central de Costa Rica.
- Valdés, Rodrigo y Délano, Valentín. 1998. Productividad y Tipo de Cambio Real en Chile. Banco Central de Chile. Documento de trabajo N°38.
- Vargas, Leiner. 1996. Competitividad y Política Industrial: El Caso de Costa Rica. Fundación Friedrich Ebert.

azofeifava@bccr.fi.cr
rojasgr@bccr.fi.cr
salasvy@bccr.fi.cr
solanonm@bccr.fi.cr

ANEXOS

Anexo N°1

CAN2000 SOFTWARE ⁸

CAN2000 es una versión actualizada y mejorada de bases de datos y programas computacionales CAN desarrollados por CEPAL. La versión original del CAN fue diseñada por Ousmene Mandeng, anteriormente, investigador de CEPAL. La programación de CAN2000 fue realizada por Alexis Cifuentes, y Ricardo Vásquez. Rudolf Buitelaar redactó la guía del usuario. La supervisión general y responsabilidad final de CAN2000 corresponde a Michael Mortimore y Wilson Peres de CEPAL.

LA PANTALLA INICIAL

La pantalla inicial se usa para definir algunos parámetros básicos. Las tres posibilidades son:

- 1. Idioma:** Este botón cambia el idioma del programa entre Español e Inglés.
- 2. Nivel de agregación sectorial:** Este botón cambia la base de datos entre el nivel de agregación a tres dígitos y a cuatro dígitos de la CUCI.

LA PANTALLA DE CONSULTA

En esta pantalla se definen los parámetros obligatorios de una consulta. Brinda acceso a pantallas posteriores de especificaciones de la búsqueda y de los informes. Se aprecian cuatro botones, para cada uno de los parámetros obligatorios. Cada botón da acceso a una pantalla de selección. De izquierda a derecha, son:

- El botón de Mercado Importador: aquí se puede seleccionar el mercado destino entre ellos, el mundo, países industrializados o países en desarrollo.
- El botón de Países Exportadores: corresponde a los países exportadores del bien, se puede seleccionar solo un país, una región o todos los países de la muestra.
- El botón de Rubro: corresponden a los productos clasificados.
- El botón de Período: corresponde a los años iniciales y finales del período de estudio.

Los cuatro parámetros obligatorios son el mínimo requerido para que CAN2000 pueda procesar una consulta y presentar un informe.

⁸ Este anexo tiene como referencia, el contenido que brinda el botón de ayudas de este software.

Además, la pantalla de consulta presenta seis botones adicionales:

- **El botón de Filtros:** brinda acceso a la pantalla de especificación de filtros, en la que se refinan los términos de búsqueda; aumenta, disminuye o ambos.
- **El botón de Matriz:** da acceso a la pantalla de selección de matrices, para efectuar el CANálisis de la tipología de posiciones competitivas.
- **El botón de Reporte:** ofrece acceso a la pantalla de especificaciones de confección de informes. Por defecto, CAN2000 prepara un informe con información detallada en pantalla, por rubro y ordenado por código CUCI.
- **El botón OK:** inicia el procesamiento de la consulta y la preparación del informe.
- **El botón Cancela:** regresa al usuario a la pantalla inicial.
- **El botón Ayuda:** muestra ayudas en pantalla.

LA PANTALLA DE SELECCIÓN DE MERCADO IMPORTADOR

Se puede elegir el mercado importador del Mundo, el mercado importador de los Países Industrializados, el mercado importador de los Países en Desarrollo ó uno de los seis subgrupos: los mercados de Europa, América del Norte y Otros Industrializados como subconjuntos del mercado importador de los Países Industrializados; y África, Asia en Desarrollo y América en Desarrollo como subconjuntos del mercado importador de los Países en Desarrollo.

En esta pantalla se define una de dos puntas de un movimiento internacional de productos, el destino. En esta punta es donde se registran los datos de CAN2000 como importaciones.

LA PANTALLA DE SELECCIÓN DE PAÍSES EXPORTADORES

En esta pantalla se debe seleccionar el país (o los países) de origen del producto transado internacionalmente. CAN2000 también usa la expresión País Exportador. Se seleccionan países moviendo los nombres de los países a ser seleccionados desde la ventanilla superior izquierda hacia la ventanilla superior derecha.

En la ventanilla superior izquierda se encuentra una lista de países, ordenada alfabéticamente, que incluye todos los países de origen en la base de datos CAN2000. Presionando con doble clic en el nombre del país de su elección o con las flechas, se pueden trasladar nombres a la ventanilla derecha superior. Se permite la selección de múltiples países. CAN2000 proveerá la información de cada uno de ellos, salvo que sean seleccionados como grupo. Para elegir todos los países, lo más fácil es usar la doble flecha. También es posible seleccionar nombres de países, haciendo doble clic en los nombres de la ventanilla superior derecha o usando los botones de regreso.

SELECCIONAR UN GRUPO DE PAÍSES

Para su comodidad, la ventanilla inferior izquierda presenta un listado de grupos de países preestablecido. CAN2000 presentará la información sobre el grupo agregado si se selecciona el nombre en la ventanilla inferior derecha. Si se rastrea el nombre del grupo hacia la ventanilla superior derecha, esta herramienta mostrará información sobre cada uno de los países integrantes del grupo.

SELECCIONAR AL MUNDO COMO UN GRUPO EXPORTADOR

CAN2000 proveerá la información agregada de las exportaciones del mundo (hacia su mercado importador seleccionado) si se elige "Todos los países CAN" de la ventanilla inferior izquierda y se le coloca en la ventanilla inferior derecha.

MODIFICAR UNIVERSO DE PAÍSES

Mediante esta pantalla, CAN2000 puede ofrecer información respecto de la situación competitiva en una parte limitada de su mercado importador. Este mercado se analiza tomando en cuenta a las importaciones procedentes de los países exportadores que aquí se especifican.

Por defecto, CAN2000 procesa cada consulta tomando en cuenta la base de datos completa, que incluye todos los rubros y países exportadores. Esto se aprecia claramente en indicadores de cuota de mercado y porcentaje de importaciones.

Si se decide modificar el universo de países, se procesará la consulta considerando solamente a los países exportadores seleccionados en la pantalla de modificación del universo de países. Cuotas de mercado y otros indicadores se calculan solamente con la información del universo reducido.

DEFINIENDO AGRUPACIONES ADICIONALES

En esta pantalla se debe especificar el nombre de un nuevo grupo de países y los países o regiones que lo integran. El nuevo grupo se creará para todos los mercados especificados en el panel de elección de mercados, por defecto éstos aparecen todos seleccionados. Si se ha especificado el mercado actual, el grupo indicado se agrega a la lista de grupos de países que aparece en la ventanilla inferior izquierda de la pantalla de selección de países exportadores. Es posible eliminar grupos nuevos mediante la barra titulada Borra.

PANTALLA DE SELECCIÓN DE RUBROS

La pantalla de selección de rubros es similar a la pantalla de países exportadores. Se seleccionan rubros trasladándoles de la ventanilla superior izquierda a las ventanillas a la derecha. Se usan el doble clic, el rastreo o las flechas para la escogencia de rubros.

En la ventanilla superior izquierda se encuentra una lista de nombres de rubros en orden numérico de su código CUCI. Esta lista puede ser al nivel de tres o de cuatro dígitos, dependiendo de la selección de parámetros de la página inicial. Se pueden elegir varios o todos los rubros al mismo tiempo. CAN2000 ofrecerá información de cada rubro por separado, salvo que se le seleccione como agrupación o se especifique de otra manera en la pantalla de definición de informes.

Se puede obtener información consolidada de una combinación particular de códigos CUCI. A tal fin, se puede escoger divisiones o secciones de la ventanilla inferior izquierda a la ventanilla inferior derecha. Para información detallada de los rubros constituyentes de una división o sección, se rastrea la selección de la ventanilla inferior izquierda a la ventanilla superior derecha.

MODIFICAR UNIVERSO DE RUBROS

Por medio de esta pantalla, CAN2000 puede ofrecer información respecto de la situación competitiva en una parte limitada de su mercado importador. El mercado importador se analiza solamente tomando en cuenta a las importaciones de los rubros que se especifican.

Por defecto, este instrumento procesa cada consulta tomando en cuenta la base de datos completa, que incluye todos los rubros y países exportadores. Esto se aprecia claramente en indicadores de cuota de mercado y porcentaje de importaciones.

Si se decide modificar aquí el universo de rubros, CAN2000 procesará la consulta tomando en cuenta únicamente a los rubros seleccionados en la pantalla de modificación del universo de rubros. Cuota de mercado y otros indicadores se calculan solamente con la información del universo reducido.

DEFINIENDO AGRUPACIONES ADICIONALES DE RUBROS

En esta pantalla se puede introducir una nueva combinación de rubros. El nuevo grupo se creará para todos los mercados especificados en el panel de selección de mercados, por defecto éstos aparecen todos seleccionados. Se debe especificar el nombre de una nueva combinación de rubros y escoger a los rubros que la integran. Si se ha especificado el mercado actual, el grupo seleccionado y su nombre se agregan a la lista de combinaciones de rubros que aparece en la ventanilla inferior izquierda de la pantalla de selección de rubros. Es posible borrar un grupo nuevo mediante la barra titulada Borra Agrupaciones Adicionales.

PANTALLA DE SELECCIÓN DE PERÍODO

CAN2000 fue diseñado para análisis comparativos de situaciones en dos momentos en el tiempo. Es un parámetro obligatorio, especificar al menos un período con su respectivo año base y año final. Simplemente seleccione un año y haga clic a la izquierda para año base y clic a la derecha para el año final. Se pueden seleccionar varios pares de años. También se puede elegir la serie de tiempo completa.

PANTALLA DE ESPECIFICACIÓN DE FILTROS

Esta pantalla permite especificar los términos de una búsqueda por rubros que cumplan con determinados criterios. Los términos de búsqueda pueden aplicarse a uno o más de los cinco variables CAN:

1. Cuota de Mercado.
2. Porcentaje de Exportaciones.
3. Grado de Especialización.
4. Porcentaje de Importaciones.
5. Cuota de Mercado Relativo a la del País Rival.

Los criterios pueden ser especificados en términos estáticos (valor absoluto en el año final) o dinámicos (variación porcentual entre año base y año final). La opción del valor absoluto en el año final hará que CAN2000 seleccione rubros que tienen como mínimo el valor establecido para la variable seleccionada en el año indicado. Esta opción está disponible para todos los variables menos la correspondiente a la cuota de mercado relativo a la del país rival.

Existe otra opción estática para los variables especialización y cuota de mercado relativo a la del país rival. En Especialización, se puede seleccionar rubros con un grado de especialización superior (o inferior) a uno. CAN2000 mostrará en el informe sólo aquellos rubros en los que el país se encuentra especializado o no. En Cuota de mercado relativo a la del país rival, la opción de filtro estática hará que CAN2000 seleccione sólo los rubros en que el país tiene una cuota de mercado mayor (o menor) que el país rival.

Las opciones de filtro dinámicas buscan rubros que satisfagan el criterio de un incremento (o disminución) de la variable entre el año base y el año final. Por ejemplo, en Cuota de mercado relativo a la del país rival, CAN2000 seleccionará rubros en que la cuota de mercado del país se haya incrementado más rápido (o más lento) que la del país rival. Es posible especificar varios criterios simultáneamente.

LA PANTALLA DE SELECCIÓN DE MATRIZ

Las matrices son simples esquemas de dos ejes y dos posiciones en cada eje. CAN2000 ofrece tres matrices. Las tres usan la misma variable en el eje horizontal. Se trata del Cambio en Porcentaje de Importaciones, como esta variable solamente depende del mercado importador, el nivel de agregación y el período, los resultados son idénticos para cada país exportador.

El cambio en porcentaje de importaciones entre año base y año final puede ser positivo o negativo. Rubros con un cambio positivo son llamados Rubros Dinámicos, los que muestran un signo negativo son llamados Rubros Estancados.

Las tres matrices de competitividad se distinguen por la variable del eje vertical. Las tres variables son:

- Cambio en cuota de mercado
- Cambio en porcentaje de exportaciones
- Cambio en grado de especialización

Cada una de estas variables define una de dos posiciones posibles en el eje vertical. Para cada variable, el cambio puede ser positivo o negativo. El significado de un cambio positivo o negativo depende de la variable en cuestión. Cada una de estas variables dependen del mercado importador, el nivel de agregación, el país exportador y el período.

Las tres matrices tienen cuatro posibles posiciones cada una. Estas cuatro posibilidades constituyen lo que se llama en CAN2000, la Tipología CAN de situaciones competitivas.

LA PANTALLA DE REPORTES

En esta pantalla se pueden especificar los parámetros para el diseño de informes. Tiene las siguientes seis áreas:

- Opciones de ordenamiento.
- Variables de ordenamiento.
- Valores mínimos.
- Número máximo de rubros (o países).
- Destino de informe.
- Informe detallado o consolidado e Índice de Adaptabilidad.

LAS OPCIONES DE ORDENAMIENTO

La opción por defecto es el Código CUCI. Al nivel de tres dígitos, los informes inician con el rubro 001, luego el 011, etc. Otras dos opciones están disponibles: el valor en el año final y la variación. Al seleccionar valor en el año final, CAN2000 preparará un informe con los rubros ordenados por el valor absoluto en el año final de la variable de ordenamiento. Al elegir variación, CAN2000 preparará un informe con los rubros ordenados por la variación porcentual entre año base y año final de la variable de ordenamiento. Este instrumento siempre ordena por rubros, no por países.

Al seleccionar la opción valor en el año final o variación, las cinco variables de ordenamiento se tornan elegibles.

LA VARIABLE DE ORDENAMIENTO

Es posible ordenar los resultados del informe sobre la base de cualquiera de los cinco variables CAN:

- **Cuota de mercado:** Es el valor de las exportaciones de rubro I procedente de país A al mercado importador B como porcentaje del valor total de las importaciones del rubro I en el mercado importador B.
- **Porcentaje de exportaciones:** Corresponde al valor de las exportaciones de rubro I procedente de país A al mercado importador B como porcentaje del valor total de las importaciones procedentes del país A.
- **Grado de Especialización:** Compara la cuota de mercado del país exportador A para el rubro I con la cuota de mercado global del país A. Si la cuota de mercado del rubro es mayor a la cuota de mercado global, se dice que el país se encuentra especializado en el rubro I. Si es menor, el país no se encuentra especializado en el rubro.
- **Porcentaje de importaciones:** El valor de las importaciones del rubro I en el mercado importador B como porcentaje del valor total de las importaciones en el mercado importador B.
- **Cuota de mercado relativo a la del país rival:** Compara la cuota de mercado del país A con la del país rival R.

NÚMERO MÁXIMO DE RUBROS

La ventanilla del número máximo de rubros acepta cualquier número positivo entero y producirá un informe con exactamente el número especificado de rubros, salvo que la consulta suministra un número menor al especificado, en cuyo caso el informe presentará todos los rubros que proporciona la consulta.

VALORES MÍNIMOS

La ventanilla de valores mínimos acepta números positivos, inclusive con decimales. CAN2000 producirá un informe con sólo los rubros que tengan cuando menos el valor especificado para la variable indicada en el período de análisis. Esta opción opera solamente con valores absolutos, no con variación.

Anexo N°2

RESULTADOS POR PRODUCTOS

Café

Las exportaciones de café que han sido desde hace muchos años una de las principales fuentes de divisas para Costa Rica, han perdido importancia relativa con respecto al valor total de exportaciones y con respecto al valor total de los productos tradicionales.

Según las cifras oficiales de Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Área de Balanza de Pagos del Banco Central de Costa Rica (BCCR), las exportaciones de este producto representaban en 1990, un 19,5% del valor total y un 47% de las exportaciones de productos tradicionales, en tanto que en 1998 estas relaciones declinaron a 7,4% y 36% respectivamente. Más aún, cifras preliminares para el año 2000 muestran que la participación de las exportaciones de café con relación al valor total, se redujo cerca de tres puntos porcentuales respecto a 1998. Es importante destacar que estas relaciones se incrementarían únicamente en dos puntos porcentuales al excluir el efecto Intel de las exportaciones totales.

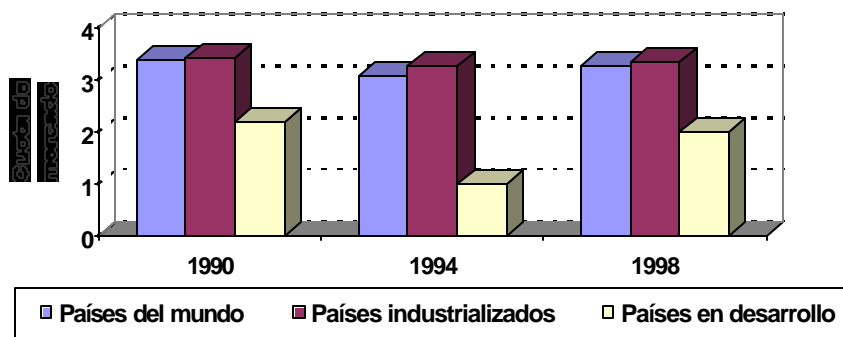
¿Están las exportaciones de café estancadas o en decadencia hacia los países de la Organización para la Cooperación y desarrollo Económico (OCDE)?

Al analizar las cifras obtenidas de la base de datos CAN, puede observarse que la especialización de las exportaciones de café dentro del total de exportaciones de Costa Rica a los tres mercados meta, muestran una clara tendencia decreciente en el transcurso del período analizado.

Por su parte, el porcentaje de exportación en los mercados meta “países del mundo”, “países industrializados” y “países en desarrollo”, decrecieron de 1990 a 1998 en 4,4, 4,1 y 2,6 puntos porcentuales, respectivamente.

La participación de mercado de Costa Rica en las importaciones de café realizadas por los mercados “países del mundo” y “países industrializados”, disminuyó levemente a mitad del período de estudio, pero al final, la cuota fue similar a la obtenida en 1990, mientras que en el mercado de “países en desarrollo” se observa una clara disminución en el lapso 1990-1995 y a partir 1996 se revierte esa tendencia decreciente.

Gráfico N°2
Costa Rica: Cuota de mercado del café por mercado de destino
En porcentajes



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Las ventas de café, tanto al mercado “países del mundo” como al de “países industrializados”, son catalogadas como oportunidades perdidas para Costa Rica. Ello significa que el producto es dinámico en dichos mercados pero no es competitivo. En el mercado de “países en desarrollo” se ubica como retroceso, indicando que es un producto estacionario y no competitivo. La misma clasificación muestran cuatro de los principales países que compiten con Costa Rica en los mercados de este producto: Colombia, México, Guatemala y El Salvador. Por su parte, Brasil figura como estrella naciente tanto en el mercado “países del mundo” como en el de “países industrializados” y como estrella menguante en el mercado “países en desarrollo”. Es evidente la mayor competitividad de Brasil con respecto a los demás países competidores en lo que se refiere a este producto.

También es relevante destacar el auge de los países europeos y Canadá en cuanto a la participación del mercado y en cuanto a la especialización de este producto en los mercados de destino “países del mundo” y “países industrializados”; Bélgica, Francia, Canadá, Italia, Dinamarca y Holanda, a pesar de tener una participación de mercado baja en comparación con Costa Rica, muestran un importante crecimiento en dicha cuota y en la contribución del producto al total de exportaciones en el período. Estos países son muy competitivos y dinámicos con este producto (estrella naciente). En el siguiente cuadro se muestran estos resultados:

Cuadro N°1
Cuota de mercado del café de competidores por mercados de destino
años 1990-1998
En porcentajes

País	Países del mundo			Países industrializados		
	1990	1998	Tasa de variación %	1990	1998	Tasa de variación %
Bélgica	1,47	2,15	46,3	1,54	2,26	46,7
Francia	0,78	0,84	7,7	0,76	0,87	14,5
Canadá	0,09	0,51	466,7	0,09	0,53	488,9
Italia	0,92	1,47	59,8	0,97	1,52	56,7
Dinamarca	0,07	0,12	71,4	0,07	0,12	71,4
Holanda	0,6	0,61	1,7	0,63	0,63	0

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

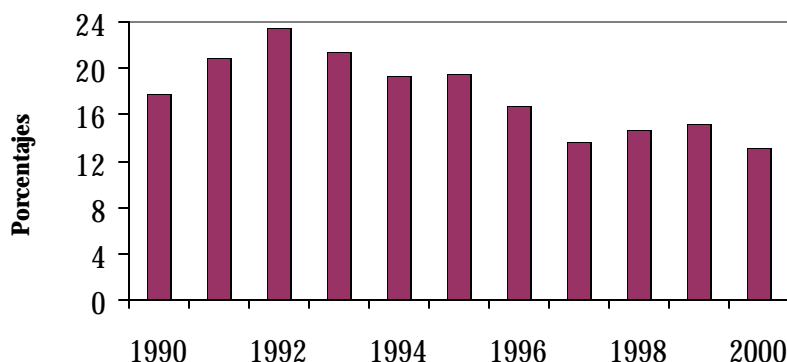
Evidentemente, el café no es un producto que se encuentre estacionario en el ámbito mundial. El comportamiento de las exportaciones de este producto en los países europeos y en Brasil demuestran que es un sector dinámico y que la demanda de los mercados es creciente. En este sentido, un reto del Estado costarricense es promover aún más, la competitividad mediante medidas de política dirigidas a brindar apoyo a la inversión productiva del café, especialmente a los pequeños y medianos productores.

Banano

Las exportaciones de banano de Costa Rica representaron en 1990 un 42,9% del valor total de colocaciones de bienes tradicionales. En 1998 este porcentaje aumentó a 58,4% y para el 2000 fue de aproximadamente 62,3%. Por su parte, las exportaciones de este producto correspondieron a un 17,8% del valor total de bienes destinados al mercado externo por parte de Costa Rica en 1990, disminuyendo hasta 14,7% y 13,1% para 1998 y 2000, respectivamente; lo anterior sin considerar el efecto de INTEL en esos últimos años.⁹

⁹ Cifras de PROCOMER, Banco Central de Costa Rica e INEC. Datos preliminares para el 2000.

Gráfico N°3
Costa Rica: Participación del valor de las exportaciones de banano dentro del total
1990-1998



Fuente: PROCOMER, INEC y BCCR

Los datos del CAN también muestran - en el periodo analizado- una caída en la razón de exportaciones de banano en el valor total de exportaciones, pasando de 29,2% en 1990 a 20,1% en 1998, en el mercado mundial.

La cuota de mercado que tiene Costa Rica en este producto, tomando en cuenta como mercado de destino “el mundo”, se incrementó desde 14,9% en 1990 a 16,9% en 1998; con excepción del año 1996, en el que dicho porcentaje disminuyó.

Si se consideran los países industrializados y países en desarrollo como mercados meta separados, Costa Rica presenta mayor porcentaje en el primer mercado, el cual a su vez se incrementó en el período de estudio, pasando de 15,6% en 1990 a 18,1% en 1998. Por su parte, la cuota de mercado de las exportaciones de banano de Costa Rica en los países en desarrollo, muestra una variabilidad importante en el período, sin embargo, a partir de 1995 se muestra una marcada tendencia creciente.

En el mercado destino del mundo, los principales competidores son Ecuador, Colombia y Panamá, los cuales se clasifican como en retroceso.

Dentro de las economías centroamericanas Honduras y Guatemala se ubican como el segundo y tercer país con mayor cuota de mercado en las exportaciones de banano hacia el mundo, sin embargo, tampoco se muestra como una actividad en auge.

El cuadro siguiente muestra los porcentajes de participación de los países anteriores para los años 1990 y 1998.

Cuadro N°2
Cuota de banano en el mercado mundo por países
1990-1998
En porcentajes

País	1990	1998
Costa Rica	14,88	16,94
Ecuador	20,30	21,96
Colombia	10,49	12,87
Panamá	10,52	6,32
Honduras	7,42	4,04
Guatemala	3,23	4,03

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

En el mercado analizado anteriormente, es importante destacar la participación de algunos países europeos, detallados en el arreglo tabular siguiente, cuya cuota de mercado en 1990 era igual o menor a un 1%, la cual se incrementó para 1998, por lo que se caracterizan como estrellas menguantes, dado que el país ha incrementado su participación en el comercio mundial de este producto, a pesar de que el sector ha sido relativamente estacionario.

Cuadro N°3
Cuota de banano en el mercado en el mundo de algunos países europeos
1990-1998
En porcentajes

País	1990	1998
Bélgica y Luxemburgo	1,07	4,41
Francia	0,48	3,51
España	0,06	1,65
Alemania	0,80	1,11

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

En el destino de países industrializados, el comportamiento del sector es similar al expuesto anteriormente. Manteniéndose los mismos países con las cuotas de mercado más altas y con actividad en retroceso y destacando el auge en la participación en el comercio de los países europeos mencionados.

Las exportaciones de banano de Costa Rica hacia los países en desarrollo, si bien, alcanzan una cuota de mercado muy inferior que hacia los países industrializados, la actividad del sector en este destino es considerada como estrella naciente, al constituir un sector más dinámico en las economías en desarrollo y donde la cuota de mercado de Costa Rica aumentó de 1990 a 1998 de 1,3 a 3,4%.

Del análisis precedente se infiere que Costa Rica debería incrementar sus exportaciones hacia los países en desarrollo, en los cuales la demanda de banano ha aumentado y el sector presenta mayor auge. Es importante anotar que la especialización de Costa Rica en este producto, ha disminuido si se analizan como mercados metas el mundo y los países industrializados; no obstante, en el destino de los países en desarrollo, su especialización se ha incrementado, lo cual es una buena señal en esta dirección.

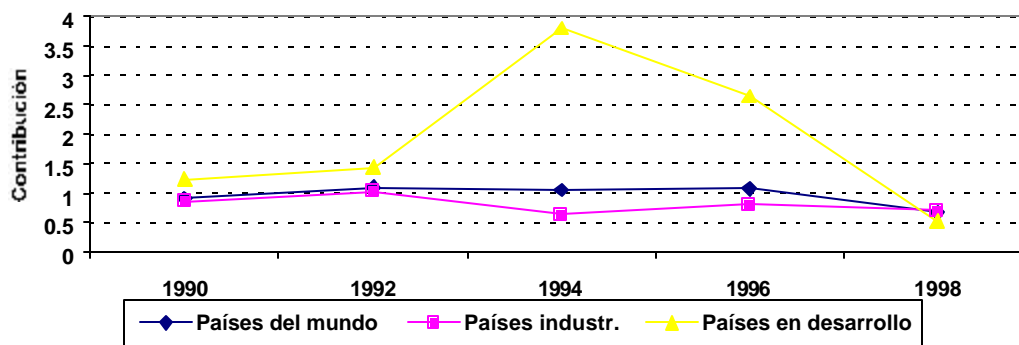
Las ventas de este producto en el exterior, tanto en el mercado del mundo como de países industrializados, son catalogados como en retroceso, dado que se han convertido en un sector estacionario en el que ha disminuido la participación. Uno de los factores que han incidido en forma negativa en la evolución de este producto es el clima.

Azúcar

De acuerdo con las cifras oficiales, la participación de las exportaciones de azúcar dentro del valor total del país, incluyendo INTEL, se redujo en 0,7 puntos porcentuales de 1990 a 1998.

Los resultados del CAN también muestran que la contribución del azúcar dentro de las exportaciones totales de Costa Rica descendió de 1990 a 1998, en los tres mercados de destino observados. No obstante, en ninguno de los mercados la caída es continua a través de los años, en el intermedio hay evidencia de una variabilidad importante, principalmente en el mercado “países en desarrollo”.

Gráfico N°4
Costa Rica: Exportaciones de azúcar hacia los diferentes mercados de destino
1990-1998
En porcentajes



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

La cuota de mercado, que corresponde a la demanda del producto, ha evolucionado en forma positiva en el periodo analizado, con un crecimiento de 0,3 puntos porcentuales en el mercado de destino “países del mundo” y 0,5 puntos porcentuales en el mercado “países industrializados”. En el mercado “países en desarrollo”, la demanda de azúcar para Costa Rica se incrementó en los primeros años y declinó para ubicarse en 1998 en un porcentaje similar al de 1990 (0,2%).

Cuadro N°4
Exportaciones de azúcar según principales países competidores en las
en el mercado del mundo, según cuota de mercado y especialización
1990-1998, en porcentajes

Cuota de mercado			Especialización			
País	1990	1998	1990	1998	1990	1998
			Estrella Menguante		Retroceso	
Tailandia	12,64	12,49			17,37	11,37
Cuba	10,83	5,25			296,57	245,03
Brasil	3,85	9,72	3,52	9,66		
Rep.Dominicana	3,04	3,45			42,24	33,54
Filipinas	2,68	2,12			8,82	3,54
Colombia	2,3	1,86			11,05	7,75
Guatemala	1,91	3,65	36,44	44,97		
El Salvador	0,41	0,79			18,61	15,85
Nicaragua	0,47	0,73	43,3	43,81		
Costa Rica	0,47	0,73	6,7	7,04		

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

¿Es el azúcar un producto en auge en los países de Centro América?

Los principales seis países que compiten en el mercado del azúcar son Tailandia, Cuba, Brasil, República Dominicana, Filipinas y Colombia, todos con cuotas de mercado superiores a la de Costa Rica. Con respecto a Centroamérica, Costa Rica compite con Guatemala, El Salvador y Nicaragua, de los cuatro, Guatemala mantiene la cuota de mercado más alta en los mercados de destino analizados.

En los mercados de destino “países del mundo” y “países en desarrollo”, el análisis de especialización indica que este producto se clasifica como estrella menguante en Brasil, Costa Rica, Guatemala y Nicaragua, lo que significa que desde el punto de vista de competitividad, su situación es vulnerable; en el resto de países, el producto no es competitivo y se considera estancado (en retroceso). En el mercado “países industrializados”, solo en Brasil y en Costa Rica aparece dicho producto como estrella menguante, en los demás países se considera en retroceso.

En lo que se refiere a este producto, no existe ningún país que se encuentre en auge competitivo.

La demanda de los distintos mercados hacia los países centroamericanos se incrementó en el período, pero en la mayoría de los países disminuyó la participación del producto dentro de sus exportaciones. Esto constituye una evidencia para que Costa Rica, al igual que los demás países del área, promuevan la exportación de este producto y tomar ventaja de la situación de mercado que señala el análisis de especialización para los demás competidores.

Pescado fresco

Este producto clasificado dentro del grupo de productos de exportación no tradicionales, ha perdido importancia a través de los años dentro del total de exportaciones del país. Las cifras oficiales indican que en 1990 las exportaciones de pescado fresco representaban un 3% del total (incluyendo INTEL), en tanto que en 1998 este porcentaje fue 2,8%, con datos preliminares al 2000, muestran que la participación de este producto dentro del total de exportaciones disminuyó a 1,4%.¹⁰

La base de datos CAN permite reafirmar la pérdida de importancia de este producto para Costa Rica. El análisis del porcentaje de exportaciones muestra que en los mercados “países del mundo” y “países industrializados” la contribución de este producto al total de exportaciones disminuyó en 0,57 y 0,59 puntos porcentuales de 1990 a 1998, en tanto que la cuota de mercado disminuyó hasta mitad de la década recuperándose luego para alcanzar en 1998 un porcentaje similar al de 1990.

¿Es el pescado fresco un producto en el que podría tener ventaja comparativa Costa Rica?

Con el análisis del siguientes cuadro, se puede encontrar parte de la respuesta a esta interrogante:

Cuadro N°5
Costa Rica: Cuota de mercado y porcentaje de exportación del pescado fresco por mercado de destino, 1990 y 1998

Mercado	Cuota de mercado		Porcentaje de exportación	
	1990	1998	1990	1998
Países del mundo	0,58	0,57	1,35	0,78
Países industrializados	0,62	0,63	1,52	0,93
Países en desarrollo	0,01	0,01	0,01	0,01

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

¹⁰ Se considera prudente advertir que en la década de los 90's, este producto presentó problemas de sobrefacturación en Costa Rica.

En el mercado de destino “países del mundo”, los países que mantienen cuotas de mercado más altas para la exportación de pescado fresco son en orden de importancia: Noruega, Francia, Dinamarca, Reino Unido, Holanda, China y Taiwán. Al respecto, Costa Rica se encuentra muy por debajo de estos países y de varios más. La cuota de mercado se incrementó en Noruega y China de 1990 a 1998, en tanto que en el resto de países se redujo.

De los países centroamericanos, Costa Rica tiene la cuota de mercado más alta, no obstante, esta disminuyó de 1990 a 1998, en tanto que la de Guatemala se incrementó en el mismo período.

Con respecto a la especialización, en Noruega, Reino Unido y Guatemala, dicho producto figura como estrella menguante, lo cual los hace aparecer como vulnerables desde el punto de vista competitivo. Sin embargo, ninguno de los países que compiten con este producto se clasifica como estrella naciente, la mayoría figuran como retrocesos, de manera que estos países podrían aprovechar la ventaja comparativa revelada que muestra la especialización. Similar situación ocurre en el mercado de destino “países industrializados”, solo que únicamente Noruega y Guatemala, clasifican como estrellas menguantes.

En contraste, en el mercado “países en desarrollo”, es importante destacar que Tailandia, Francia, Noruega, Estados Unidos y Japón aumentaron su cuota de mercado en forma importante de 1990 a 1998, mientras que China, que ha tenido la cuota de mercado más alta, y Taiwán, experimentaron una caída de 46,6% y 10,8% respectivamente, en ese período. La especialización comercial en este mercado señala que el producto no es competitivo y se encuentra estancado en China y Tailandia, en tanto que en el resto de países mencionados figura como vulnerable (estrella menguante).

En resumen, este producto no brinda a Costa Rica ventaja comparativa en los dos principales mercados de destino, la situación de mercado lo señala como un producto en retroceso, máxime que existen países competidores como Noruega y China con cuotas de mercado más altas y en aumento.

Flores y Follajes

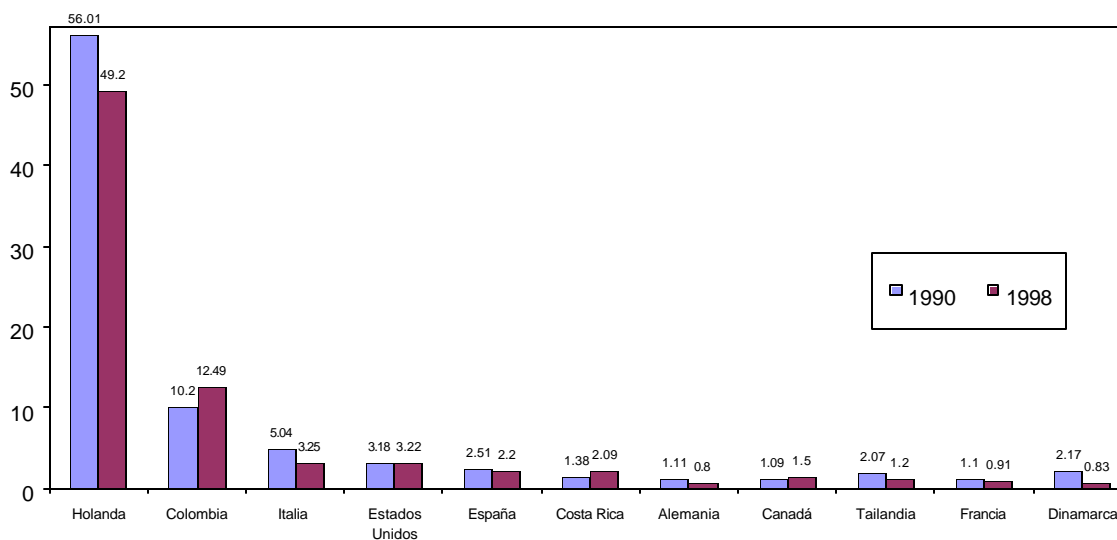
Según los datos de exportaciones de PROCOMER, BCCR e INEC¹¹, este producto es clasificado dentro del rubro denominado como otros en agropecuarios y del mar. Representó un 12,1% y 5,5% del total de exportaciones en los años 1990 y 1998, respectivamente.

De acuerdo con la base de datos del CAN, las exportaciones de este rubro dentro del total de cada uno de los competidores, son relativamente bajas; Colombia, Costa Rica y seguidamente Holanda son los países con mayor porcentaje de exportaciones, mientras que en los países restantes los porcentajes son inferiores a 0,3%.

¹¹ Excluye las exportaciones de Intel, de las estadísticas del régimen de Zona Franca.

En las exportaciones de este producto hacia el mundo como un todo, destacan principalmente once países cuyas cuotas de mercado fueron superiores a 1% en el período. Tal y como se muestra en el siguiente gráfico, Holanda es el país que muestra mayor participación, (50%) del comercio internacional de flores y follajes; mientras que Dinamarca presenta el porcentaje de cuota de mercado más baja, según los datos de 1998.

Gráfico N°5
Cuota de Mercado de los principales exportadores
de Flores y Follajes en 1990 y 1998
En porcentajes



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL.

En el caso de Costa Rica -en el mercado mundial- este porcentaje manifestó un crecimiento en forma sostenida en el periodo, su porcentaje fue de 1,4% en 1990 y de 2,1% en 1998, y de acuerdo a los resultados del CAN, se catalogó como una estrella menguante, ya que a pesar de ser un sector con cierto grado de vulnerabilidad al perder participación en el mercado mundial, la economía costarricense ha incrementado su cuota de participación en el comercio internacional de este producto.

Es importante destacar que dentro del grupo de países anteriores, solamente Holanda y Colombia cuentan con mayor cuota de mercado que Costa Rica y además son catalogados como estrellas menguantes; Canadá y Alemania aunque tienen la misma clasificación de la matriz de competitividad, alcanzaron una participación menor a Costa Rica en los dos años analizados.

El resto de competidores, se clasificaron como en retroceso, debido a que el sector fue estacionario y disminuyó su cuota de mercado en el mundo entre 1990 y 1998; aun cuando, algunos de ellos alcanzaron una participación mayor a la de Costa Rica en ese último año (Italia, Estados Unidos y España).

En el mercado de los países industrializados el análisis es similar al del mundo en general, manteniéndose el grupo de competidores con cuotas de mercado similares e iguales clasificaciones dentro de la matriz de competitividad.

Al estudiar el comercio de flores y follajes hacia los países en desarrollo, se observan algunas variaciones de los competidores y en su participación. El cuadro siguiente muestra la participación de los principales exportadores de este rubro en el mercado de países en desarrollo.

Cuadro N°6
Principales competidores, cuotas de mercado y clasificación
en el mercado países en desarrollo
1990-1998, en porcentajes

País	1990	1998	Clasificación
Estados Unidos	7,13	22,43	Estrella Naciente
Holanda	25,45	14,78	Oportunidad Perdida
Colombia	7,22	11,42	Estrella Naciente
Canadá	1,16	3,13	Estrella Naciente
Singapur	5,62	2,9	Oportunidad Perdida
Tailandia	5,25	2,51	Oportunidad Perdida
Taiwán	3,21	1,19	Oportunidad Perdida
Costa Rica	0,5	0,33	Oportunidad Perdida
Francia	4,4	0,11	Oportunidad Perdida

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

El comercio de flores y follajes hacia los países en desarrollo constituye un sector dinámico, dado que se ha incrementado la demanda por este rubro, sin embargo en el cuadro anterior se observa que únicamente Estados Unidos, Colombia y Canadá, han incrementado su participación en este mercado entre 1990 y 1998, clasificándose como estrellas nacientes. Los competidores restantes han perdido participación, como es el caso de Costa Rica, el cual ha disminuido su cuota de mercado y además, es uno de los países con menor participación. De esta forma, se recomienda incrementar esfuerzos para ganar competitividad en este mercado de mayor auge, pues aun cuando en los países desarrollados se ha ganado participación, el sector ha sido más estacionario o ha perdido dinamismo.

Bulbos y tubérculos

Las exportaciones de bulbos y tubérculos de Costa Rica hacia el mundo en general, han ganado participación al aumentar su cuota de mercado entre 1990 y 1998, sin embargo, la contribución de las exportaciones de este producto en el total exportado por el país, ha disminuido en ese período, lo que generó un menor índice de especialización en ese último año, clasificándose el comercio de Costa Rica en este rubro como en retroceso.

Cuadro N°7
Información de las exportaciones de bulbos y tubérculos de
Costa Rica hacia el mundo

Indicador	1990	1998
Cuota de Mercado	1,21	1,65
Porcentaje de exportaciones	1,81	1,25
Especialización	17,2	15,94

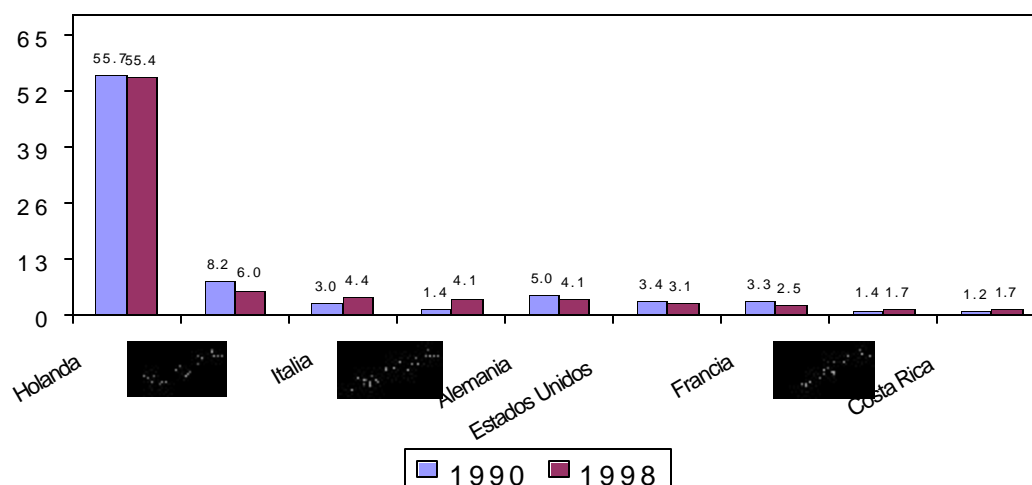
Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Dentro del grupo de exportadores de este bien hacia el mundo, los principales competidores corresponden a países europeos como Holanda, Bélgica, Italia, Alemania, Francia y España, mientras que en el continente americano solamente, Estados Unidos y Canadá sobresalen también como competidores.

Tomando el mundo como mercado meta, este producto ha perdido dinamismo, de ahí que los países anteriores se hayan clasificado como estrella menguante, caracterizados por cierto grado de vulnerabilidad; o en retroceso al perder participación o disminuir su especialización. En el primer grupo se encuentran Holanda, Italia, Canadá, Alemania y España; en tanto que los países restantes pertenecen al segundo grupo.

La evolución de la participación en el mercado de cada uno de los países mencionados, puede observarse en el gráfico, donde Holanda es el país con la mayor participación mientras que Costa Rica es el país que manifiesta una menor cuota de mercado.

Gráfico N°6
Cuota de mercado de los principales competidores de Bulbos y tubérculos en el mundo para 1990 y 1998

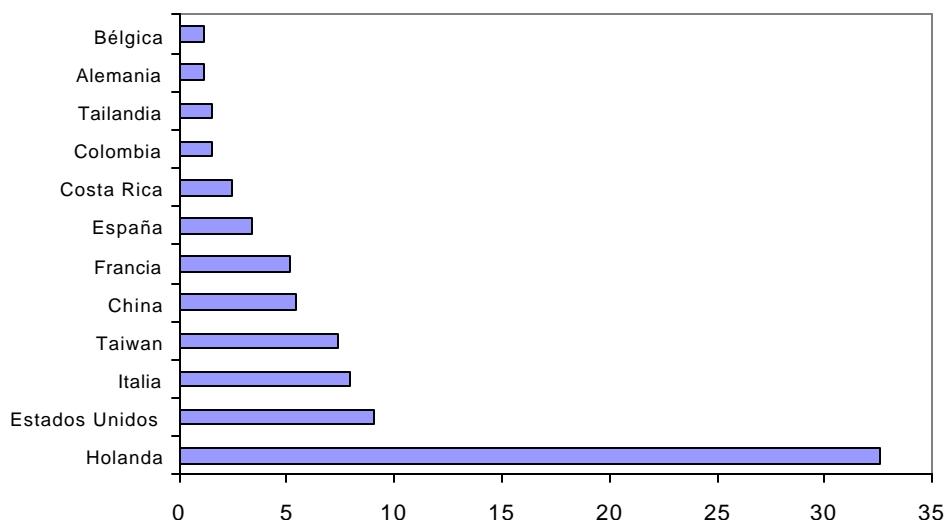


Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

En el destino de los países industrializados, el sector también ha perdido participación o ha sido estacionario, además se mantienen las clasificaciones dentro de la matriz de competitividad para cada país, con la excepción de España, el cual se considera en retroceso.

En contraste, el estudio del sector en el mercado de los países en desarrollo, presenta algunas diferencias en cuanto a los principales competidores así como en sus participaciones, el sector ha presentado mayor dinamismo considerándose el comercio de bulbos y tubérculos en este mercado como una actividad en auge. Holanda mantiene la mayor cuota de mercado en tanto que Bélgica se constituye en el país con la menor participación, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico N°7
Participación en el mercado de los países en desarrollo en 1998



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Dentro de este grupo destacan Holanda, Italia, Taiwán, España, Colombia y Bélgica como estrellas nacientes; en tanto que el resto de países son clasificados como oportunidades perdidas. En el caso de Costa Rica, en el mercado “países en desarrollo” aun cuando su participación aumentó de 1,7 a 2,4 de 1990 a 1995, a partir de este último año, el porcentaje se mantiene, además el país ha disminuido su especialización a partir de 1996, de manera que ha perdido competitividad siendo parte del segundo grupo de países.

De lo cual surge la necesidad de revisar la estrategia de comercio en este rubro, cuyo comercio debería enfocarse hacia este mercado, buscando además, de mayor participación una mayor especialización. Es importante mencionar que Colombia y Bélgica con menores cuotas de mercado, están aumentando su participación y especialización, considerándose como estrellas nacientes.

Ropa Interior

La actividad industrial de Costa Rica estuvo caracterizada en la década de los 80's y 90's por una participación importante del área textil; donde destaca la producción de ropa interior, exterior y camisas. Este sector se ha visto afectado por la disminución de la demanda mundial especialmente del mercado norteamericano, en los últimos años.

En el año 1990 la maquila (ropa interior, exterior y camisas) representaba el 7% de las exportaciones totales de Costa Rica de acuerdo a la base de datos del CAN; mientras que en 1998 este porcentaje se incrementó al 7,9%. En esta actividad, los rubros de ropa interior y exterior fueron catalogados como estrellas nacientes, es decir, aumentaron su porcentaje de exportación y captaron una mayor cuota de mercado en

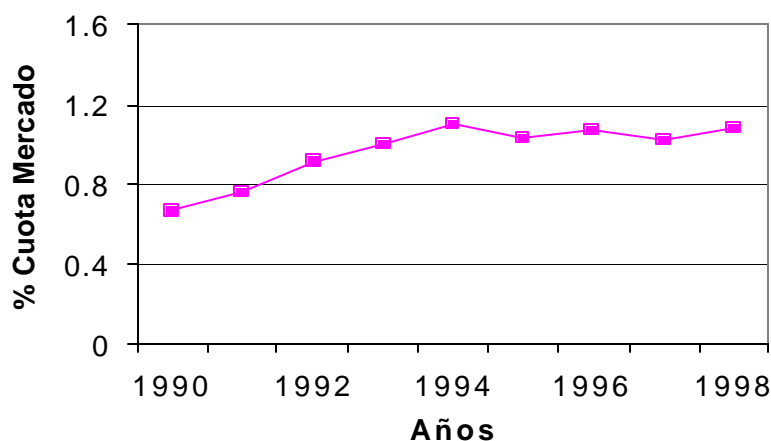
productos que mostraron un dinamismo en el comercio internacional. Al separar los tres mercados se puede inferir que la colocación de maquila en los países en desarrollo es ínfima, por lo que se puede concluir que estos rubros se colocaron principalmente en el mercado de países industrializados¹².

Si se analiza la participación de Costa Rica por mercado de destino para ropa interior únicamente, se observa que el país colocó en 1990, un 0,7% en el exterior; mientras en el año 98 cubrió una cuota de 1,1% en el mercado mundial, como se observa en el gráfico siguiente; este rubro se cataloga como estrella naciente, el sector es dinámico y aumenta la participación de mercado; se alcanza una situación óptima dado que las exportaciones se adaptaron bien a las oportunidades presentes en el comercio internacional. Este comportamiento se da también en el mercado de países industrializados; mientras que, en el mercado de países en desarrollo, la participación de este rubro es muy reducida, en el periodo en estudio ésta se ha situado alrededor de un 0,04 %.

Se puede concluir que Costa Rica se encuentra especializado en este producto cuando los mercados de destino son el mundo y países industrializados; es decir, existe ventaja relativa en la producción y colocación de este bien en los mercados internacionales. Esto se refleja en el incremento del índice de especialización desde un nivel de 9,3% a 10,4% en el mundo y de 9,6% a 11,0% en países industrializados; en estos dos mercados es importante señalar que en el periodo intermedio (1993-1996), este índice muestra en promedio un porcentaje de 12. En los países en desarrollo, a pesar del crecimiento e importancia que está adquiriendo este mercado, no existe especialización.

¹² Es importante mencionar que este resultado está asociado a la puesta en marcha de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe, el cual otorga ciertos beneficios para Centroamérica y algunos países del Caribe en el mercado estadounidense.

Gráfico N°8
Participación de Costa Rica en ropa interior en el mercado del mundo



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Los países de América Central son clasificados como estrellas nacientes, con excepción de Panamá que se catalogó como una oportunidad perdida, es importante citar que Costa Rica, Guatemala y Nicaragua tuvieron un crecimiento importante; se debe destacar la participación de El Salvador y Honduras que incrementaron sus cuotas de forma significativa, a la vez el producto captó un alto porcentaje de exportación, que aumentó de 2,0% a 18,7% en Honduras y de 0,7% a 14,7% en El Salvador; esto es un claro indicador de que en estos dos países ha ocurrido una expansión significativa de la producción de ropa interior. América Central pasó de ofrecer, este producto en el mercado internacional de 1,3% a 7,1%, en un lapso de 8 años.

Los competidores directos que se identifican en el resto de América son: Brasil, Colombia, Ecuador, Chile, Perú, México; sin embargo, su cuota de mercado es muy pequeña. Un importante competidor en este rubro es el continente asiático en el año 1998; Tailandia, Taiwán, Japón, China, Hong Kong, Corea, Singapur, Filipinas, cubrían el 26,9% del mercado mundial, los países asiáticos vieron disminuida su participación de mercado; en el período 90-98. Se puede deducir que América Central cubrió el mercado que satisfacía Asia.

Como competidores de la zona Europea, para el año 1998, tienen cuota de mercado importante Italia, Francia, Alemania, y Reino Unido. En la zona del Caribe destaca el comercio de Cuba y República Dominicana, que conjuntamente participaron con un 2,3% en 1998 de la producción mundial.

Se puede concluir que la actividad industrial es importante en el país y que el rubro de ropa interior es una de las áreas que se encuentra en expansión al ser estrella naciente; de ahí que el país deba fortalecer y buscar mercado para este producto, este bien representa un porcentaje cercano al 4% del valor total de exportaciones de Costa Rica, según datos del CAN para 1998; además de ser una fuente de empleo importante para el sector laboral menos preparado del país. Las autoridades del país deberían velar por proveer mano de obra más técnica; además buscar nuevos mercados de destino.

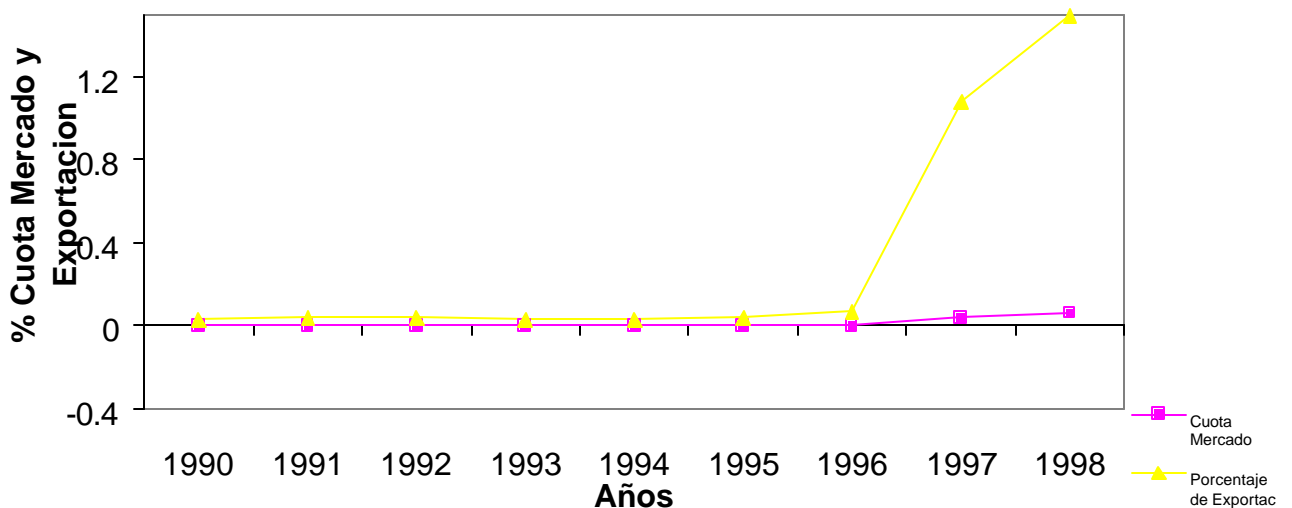
Microcircuitos

Costa Rica inicia exportaciones de este bien al mercado mundial a partir del año 1998; el destino de este producto es tanto países industrializados como en desarrollo. Esta actividad toma auge con la participación de INTEL en las exportaciones de 1998 como se observa en el siguiente gráfico, aunque su cuota inicial es relativamente baja, este producto ha ganado porcentaje de exportación ubicándose en 1.5% en 1998. La producción y exportación de INTEL, según cifras oficiales, tuvo su máximo crecimiento en el año 1999 al exportar \$2558,6 millones; es decir, 2,6 veces más de lo colocado en el mercado internacional en el año 1998. Este rubro se cataloga como estrella naciente, el sector es dinámico y el país aumentó su participación de mercado, aprovechándose las oportunidades presentes en el comercio internacional.

Aun cuando Costa Rica no presentó un índice alto de especialización en el mercado del mundo, la tendencia de los últimos años es una mayor profundización en la producción de este bien, por la presencia de empresas de alta tecnología. Como dato a resaltar, si se realiza la separación de mercados, se observa que cuando el destino son los países en desarrollo, se da una especialización en 1998, originado por el crecimiento de la cuota y el porcentaje de exportaciones que se incrementó en forma significativa.

Esta actividad entra en un proceso de desaceleración en el año 2000 originada por la pérdida de mercado en Norteamérica; de ahí que la empresa más importante, INTEL, ha reducido su producción a nivel mundial, disminuyendo la capacidad instalada de las plantas ubicadas en otros países. Esto se refleja en las exportaciones de Costa Rica, para año 2000 (\$1676,1) es decir una caída del 35% del valor de las exportaciones en ese año, según cifras oficiales preliminares.

Gráfico N°9
Participación de Costa Rica en microcircuitos en el mercado del mundo



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Con respecto a Centroamérica la participación de mercado es insignificante, de ahí que solo Costa Rica y Guatemala se identifican como estrellas nacientes, porque aumentaron su producción interna (porcentaje de exportación) y la demanda mundial se expandió de 1,3% a 2,8%. Los otros países del área se clasificaron como oportunidades perdidas; solo para Costa Rica esta actividad es representativa en las exportaciones nacionales.

En Suramérica la actividad es limitada, únicamente Brasil muestra participación de este producto dentro de la oferta mundial, sin embargo es poco representativa; este país pierde cuota de mercado al pasar de 0,7% a 0,1% generando una oportunidad perdida en el período 1990-1998, se podría argumentar que esta situación fue cubierta por Costa Rica. Un importante competidor es nuestro principal socio comercial (Estados Unidos) con una participación del 21% de la oferta mundial.

El continente asiático cubre casi el 50% del mercado en 1998, de ellos destaca Japón que aportaba a la oferta mundial un 14,4%, (oportunidad perdida). En Europa es destacable la pérdida de mercado ya que en ese mismo año solo cubren el 13,7% de la demanda mundial.

Como conclusión, se puede inferir que aunque no reflejan una especialización muy marcada, el área tecnológica es una de las vías de desarrollo del país. Lo anterior debido a la capacidad y habilidad de la mano de obra; si los datos del CAN o los de PROCOMER, BCCR e INEC no son concluyentes acerca del sector, se debe a que el país empezó a incursionar en esta área, a partir de 1998, muy cerca de la disminución de demanda del mercado estadounidense.

El crecimiento de la demanda mundial debería ser una señal para el país de que se deben aprovechar las oportunidades que puede generar el mercado internacional. Además, el país puede mejorar la imagen que brindan empresas fuertes como INTEL, mostrando al empresario internacional que en Costa Rica existe un nicho de mercado adecuado para establecer negocios, debido a la presencia de mano de obra calificada, estabilidad social y política que permitirán desarrollar actividades tecnológicas en un clima apto de negocios.

Cuadro N°8
Cuota de Mercado de Principales Competidores de Microcircuitos

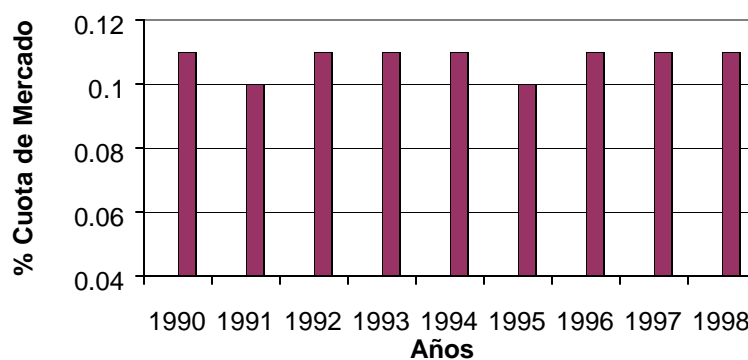
País / Zona Exportadora	1990	1998
América Central	0,0	0,06
Costa Rica	0,0	0,06
América del Norte	24,8	24,1
Canadá	3,16	2,19
Estados Unidos	21,14	21,34
Suramérica	0,07	0,01
Brasil	0,07	0,01
Europa	16,3	13,7
Alemania	5,39	3,59
Francia	3,48	2,98
Asia	45,0	49,3
Japón	20,09	14,35
Singapur	6,15	6,56
Corea (República)	7,62	10,03
Total Cuota Mercado	86,2	87,1

Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Medicamentos (incluso medicamentos veterinarios)

La participación de Costa Rica en el mercado mundial para este rubro se mantiene estable en el período analizado; sin embargo, este bien incrementa su participación dentro del valor total de las exportaciones del país, principalmente por las colocaciones que se dan hacia los países en desarrollo. Este rubro se cataloga como oportunidad perdida, el sector es dinámico y el país no aumentó su participación de mercado. Costa Rica disminuyó la especialización de este producto al pasar el índice de especialización de 1,5% a 1,1%, fenómeno que se da tanto en el mercado mundial como en el de países en desarrollo, sin embargo, éste último manifiesta una tendencia hacia el alza en el lapso 90-94 y luego se revierte este proceso.

Gráfico N°10
Participación de Costa Rica en medicamentos en el mercado del mundo



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Este es un producto que ha incrementado su participación dentro de las exportaciones de Costa Rica, en el año 1998 representaba el 1,1% en el mercado mundial. La cuota de mercado se ha mantenido en el país, a pesar de que la demanda mundial se ha expandido, por lo que se clasifica como oportunidad perdida. Si se analizan las cifras del Banco Central los productos farmacéuticos (relacionados con medicamentos) reflejaron una caída del 9% en el valor de las exportaciones; situación que se revierte en los años 1999 y 2000 con crecimiento en el valor de las exportaciones superior al 20%. El país no ha logrado despegar en esta actividad probablemente porque este es un producto que requiere muchos recursos para investigación y desarrollo; además, el mercado de destino importante son los países en desarrollo y algunos industrializados, lo que estaría reflejando el poco acceso a los países desarrollados. Costa Rica debe buscar incentivar las exportaciones de este producto, con el fin de aprovechar las oportunidades de captar mayor mercado, dado el crecimiento de la demanda mundial. En América Central, sólo Honduras y Panamá se catalogan como estrellas nacientes, la oferta del área es poco representativa, se sitúa en el orden del 0,6%.

En Suramérica este rubro tampoco es representativo, sin embargo, está en expansión, los 5 países suramericanos de la muestra son estrellas nacientes. En América del Norte, los 3 países se identifican como estrellas nacientes, es decir, están incrementando su presencia en el comercio de este bien.

En Asia, los países competidores, cubren apenas el 3,1% de la demanda mundial en 1998, indicando una baja participación de estos países en la generación de este producto; solo Japón se convierte en productor importante, ya que aporta el 66% de la cuota asiática.

Para el continente europeo, se nota una concentración de esta actividad, Europa cubrió el 63,6% en 1998, es destacable la participación de Alemania, Reino Unido y Francia. Además, Irlanda muestra un incremento importante en su participación, su cuota de mercado y su porcentaje de exportación estuvieron alrededor de un 5%.

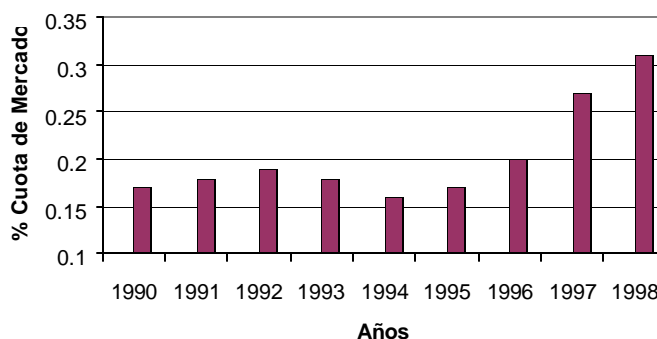
Se puede concluir, que aunque para Costa Rica la actividad se encuentra como oportunidad perdida, podría en un futuro convertirse en un bien que se pueda desarrollar e incursionar en la economía mundial, con más inversión que en años recientes. El país debería aprovechar el nicho de mercado de los países en desarrollo, ya que los principales competidores directos han perdido mercado por este producto y se han concentrado en los países industrializados. En el futuro el comercio de Costa Rica por este producto podría convertirse en estrella naciente y contribuir al desarrollo nacional.

Preparados Alimenticios

Costa Rica incrementó su participación en el mercado mundial en más de un 80% en el período 90-98, excepto en los años 1993 y 1994, como se observa el gráfico siguiente; las exportaciones se dirigen hacia los países en desarrollo, reflejando una ventaja comparativa en el comercio de este bien, en los mercados internacionales. Este producto se cataloga como estrella naciente, el sector es dinámico y aumentó la participación de mercado. Se da una situación óptima derivada de que las exportaciones se adaptaron bien a las oportunidades presentes en el comercio internacional. En cuanto a la especialización, existe ventaja comparativa en la producción de este bien

hacia el mercado de países en desarrollo; mientras que cuando el destino es el mercado mundial, el país muestra menor especialización.

Gráfico N°11
Participación de Costa Rica en preparados alimenticios
en el mercado del mundo



Fuente: Elaboración propia con información del CAN, CEPAL

Acorde con las cifras oficiales, el valor de las exportaciones de los preparados alimenticios en general creció un 16% en el año 1998 con respecto a 1997, mientras que este producto entra en una etapa de estancamiento con reducciones promedios del 5% en las exportaciones en el mercado internacional, para los años 1999 y 2000.

En América Central, con excepción de Guatemala y El Salvador que se identifican como oportunidades perdidas, los restantes 4 países se clasifican como estrellas nacientes; esta zona aumentó su participación en la oferta mundial al expandir su producción de 0,7% a 1,1% en el período 90-98.

Suramérica tiene una baja cuota de mercado en los años estudiados, sin embargo, los 5 países de la muestra se identifican como estrellas nacientes porque incrementan la cuota y el mercado es dinámico. En América del Norte, también los 3 países son estrellas nacientes, de ellos destaca la cuota de Estados Unidos con un 18,8% en el año 98.

Asia mostró una cuota de mercado de 9,3% Tailandia, Japón, China y Hong Kong se muestran como los más representativos de esta zona.

Europa tiene una importante cobertura de este producto, su cuota se redujo de 60,8% a 52,9%, ocasionada por la caída de participación de Bélgica, Francia, Dinamarca, Holanda (oportunidades perdidas).

Costa Rica inicia el proceso de industrialización de los principales productos alimenticios en los 90's y los coloca principalmente en los países en desarrollo. El futuro de los productos no tradicionales está en lograr ampliar la gama de productos a industrializar. Los preparados a base de jugos concentrados, jaleas y mermeladas de frutas, así como otros productos alimenticios muestran la diversificación del proceso de industrialización en este sector. El país debe intensificar la producción y el mercadeo de estos productos con el fin de continuar con la reducción de la dependencia de los bienes tradicionales.

