

# PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR PARA LA REGIÓN **2007-2019** BOGOTÁ-CUNDINAMARCA



## Textiles y Confecciones

---

Dirección general

**María Fernanda Campo Saavedra**

Presidenta Cámara Comercio de Bogotá

**Luz Marina Rincón Martínez**

Vicepresidenta Ejecutiva

Cámara de Comercio de Bogotá

**Lina María Castaño Mesa**

Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Cámara de Comercio de Bogotá

Dirección Técnica

**Ricardo Ayala Ramírez**

Director de estudios e investigaciones

Cámara de Comercio de Bogotá

Coordinación Editorial

**Jorge Omar Serrano Franco**

Cámara de Comercio de Bogotá

Equipo Técnico

**Ricardo Ayala Ramírez**

**Jorge Omar Serrano Franco**

Cámara de Comercio de Bogotá

Director del Proyecto

**Mauricio Reina Echeverry**

Fedesarrollo

Investigadora Principal

**Natalia Salazar**

Fedesarrollo

Investigadores Asistentes

**Sandra Oviedo**

**Carolina Gracia López**

Fedesarrollo

ISBN: XXXXXXXXX

Diseño y diagramación



Impresión

Bogotá D.C., julio de 2008

---

## **GRUPO DIRECTIVO DEL CARCE**

---

### **Presidente**

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

---

### **Grupo Directivo**

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

---

### **Secretaría Técnica**

Cámara de Comercio de Bogotá



# contenido

**contenido**

---



<b>Presentación</b>	<b>6</b>
<b>Introducción</b>	<b>8</b>
<b>I. Antecedentes del plan estratégico exportador de Bogotá y Cundinamarca 2007-2019</b>	<b>10</b>
A. Antecedentes del Plan Estratégico Exportador 2007-2019: PEER 2001 y revisión del PEER 2003	11
B. La inserción internacional de la región Bogotá-Cundinamarca. Comparaciones en el ámbito nacional	13
<b>II. Cadena textil-confecciones en Bogotá- Cundinamarca</b>	<b>16</b>
A. Evolución del comercio mundial de la cadena textil-confecciones	17
B. La cadena en la Región	18
C. Vocación exportadora y principales competidores	21
1. Ventaja comparativa revelada	21
2. Mercados especializados en la importación	22
3. Principales destinos, índice de intensidad importadora y condiciones de acceso	24
4. Principales importadores, condiciones de acceso y competidores	26
D. Análisis DOFA	27
1. Fortalezas	27
2. Debilidades	29
3. Oportunidades	31
4. Amenazas	32
<b>III. Conclusiones</b>	<b>34</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>38</b>
<b>Anexo. Definición e interpretación de los indicadores de competitividad comercial relativa</b>	<b>39</b>
A. Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR)	39
B. Índice de intensidad importadora (III)	39
C. Índice de especialización de las exportaciones específico (IEEe)	40

# Presentación

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Maria Fernanda Campo Saavedra**  
**Presidenta Ejecutiva**

---

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

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

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

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



---

# Introducción

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

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

competidores de Bogotá y Cundinamarca en los mercados de interés.

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

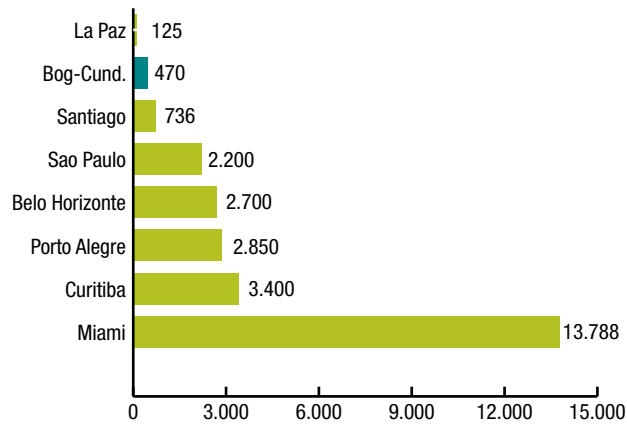
de iniciar ejercicios de identificación de su vocación exportadora y diseñar una visión de internacionalización a largo plazo. Estos ejercicios debían sentar las bases para orientar los esfuerzos regionales y del Go-

**Cuadro 1.1**  
**Metas del PEER**

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

Fuente: PEER 2001 y 2003. Cálculos: Fedesarrollo.

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

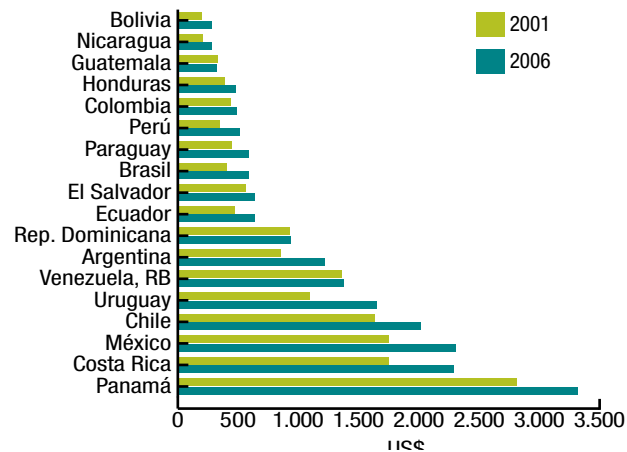


*Fuente:* CCB con datos América Economía, CEPAL, DANE e instituciones de estadística nacionales.  
*Nota:* Las exportaciones per cápita de Bogotá-Cundinamarca se calcularon con las cifras del censo 2005.

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

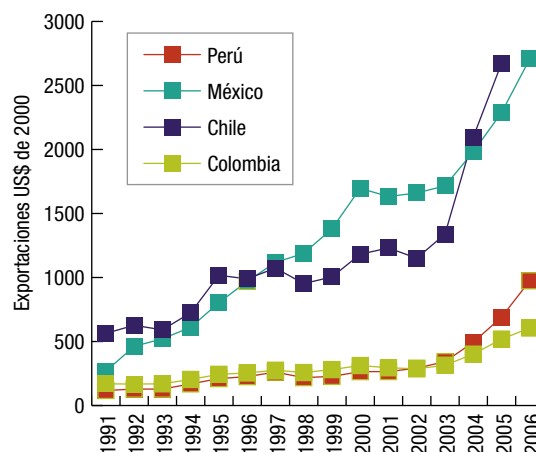
les más bajos de exportaciones per cápita, situación que no ha cambiado mucho en los últimos años, como lo indican las gráficas 1.2a y 1.2b.

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



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

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



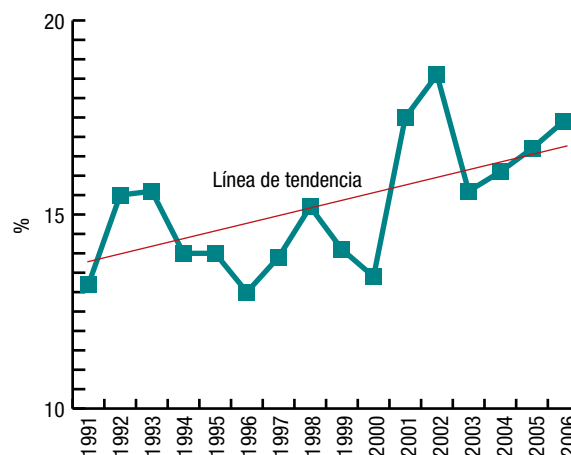
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Banco Mundial-WDI y Naciones Unidas-Comtrade 2007.

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

Entre 1991 y 2005, las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca crecieron a una tasa anual promedio de 10,5% en dólares, se multiplicaron por 4.5: de representar 7% del PIB regional en 1991 pasaron a 10,3% en 2005. En comparación con las ventas externas nacionales, las exportaciones regionales han mostrado una dinámica más favorable, a pesar de que la economía nacional tiene una mayor relación de exportaciones/PIB<sup>1</sup>. Las exportaciones totales de Colombia crecieron a una tasa promedio de 8,6% en dólares, se multiplicaron en el mismo periodo 3.4 veces y de representar 14,6% en 1991 pasaron a 17,2% en 2005. De esta manera, mientras en 1991 las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca tenían un peso de 13,2% en el total de exportaciones del país, en 2006 aumentaron a 17,4% (ver gráfica 1.3).

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

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



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

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

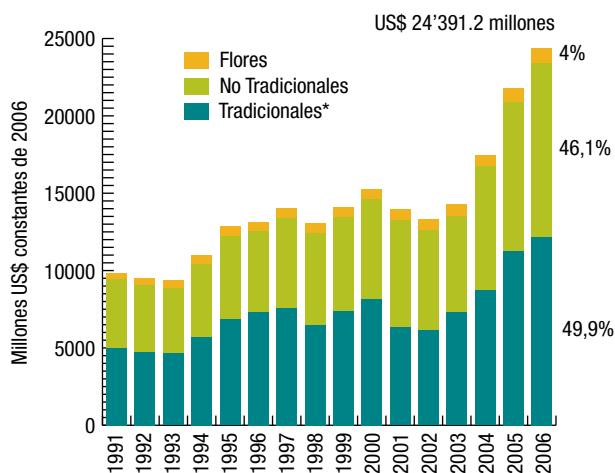


Las exportaciones no tradicionales (sin flores) han representado históricamente cerca del 77% de las exportaciones totales de la Región (ver gráfica 1.4). Esto contrasta favorablemente con la estructura exportadora del

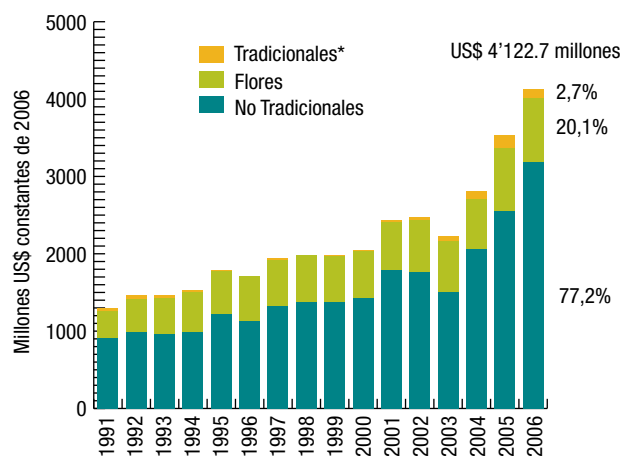
país, cuyas exportaciones no tradicionales representan cerca del 50% de las ventas externas totales. Desde 2004, el crecimiento de las exportaciones no tradicionales en la Región ha sido casi el doble que el de Colombia.

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

**a. Colombia**



**b. Bogotá-Cundinamarca**



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

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

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

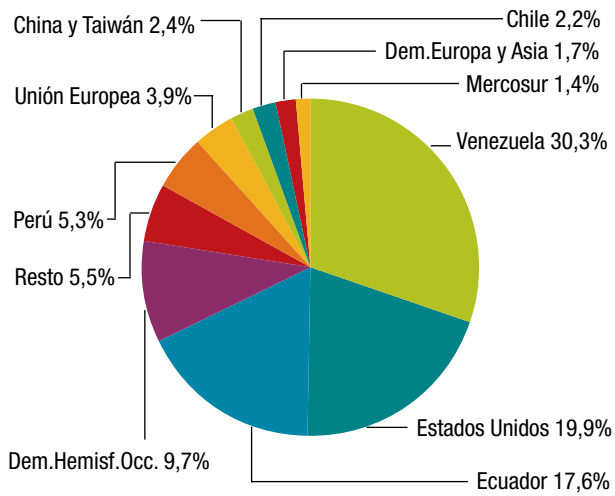
les de la región, en 2006 este porcentaje aumentó a 54,1% (ver gráfica 1.5). Entre tanto, las ventas externas no tradicionales regionales a Estados Unidos y la Unión Europea perdieron peso: de 27,8% en el período 1991-1995 pasaron a 19,9% en 2002-2006 en el primer caso, y de 9% a 3,9% en el segundo.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

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

cia a concentrarse en la CAN. Mientras en el período 1991-1995 Venezuela, Ecuador, Bolivia y Perú representaban el destino de 44,8% de las exportaciones no tradiciona-

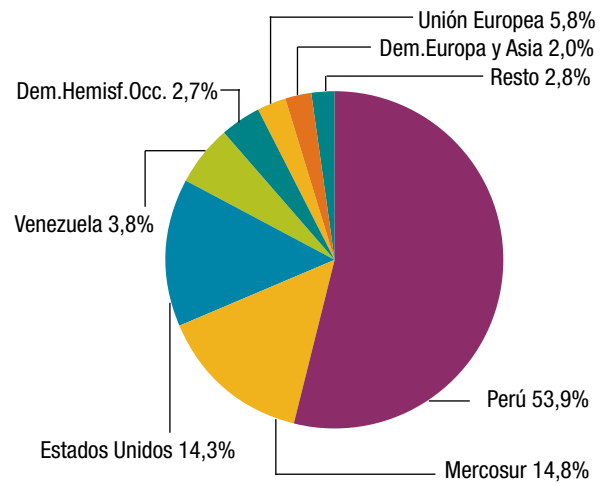
## Gráficas 1.5. Composición de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca por destino.

### a. Exportaciones no tradicionales



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

### b. Exportaciones tradicionales



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

## II. CADENA DE TEXTILES Y CONFECCIONES\*\* EN BOGOTÁ-CUNDINAMARCA



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

\*\* En esta sección, la cadena textil-confección se refiere a los siguientes subsectores: *preparación e hilatura de fibras textiles* (CIU 171 revisión 3); *tejeduría de productos textiles* (CIU 172); otros productos textiles nep/1 (CIU 174, como sector industrial residual de textiles de los anteriores dos); tejidos y artículos de punto y ganchillo (CIU 175); *prendas de vestir, excluyendo las de piel* (CIU 181); *algodón* (partidas arancelarias: 520100, 520210, 520291 y 520299); *lana* (p.a. 510111, 510210, 510211, 510219 y 510220); y *fibras sintéticas y artificiales* (CIU 243).



valor ocurre en distintos lugares. Los distintos procesos productivos se distribuyen entre los diferentes países de acuerdo con los costos y la calidad, aunque en esta especialización también resultan importantes la cercanía a los mercados de destino y la escala de producción. Los proveedores de *textiles y confecciones* se integran en la mencionada cadena global de suministro según su ubicación competitiva y de acuerdo con las anteriores características.

Un tercer rasgo importante del comportamiento del comercio mundial de los productos de la cadena textil-confecciones es la tendencia decreciente de los precios, como resultado de la inserción en el mercado de países en desarrollo con mano de obra barata, especialmente de Asia. A este proceso también contribuyó el fin del Acuerdo Multifibras en 2005, a pesar de las salvaguardias impuestas reiteradamente por Estados Unidos y Europa <sup>2</sup>.

El comercio de *textiles y confecciones* representa el 5,5% del comercio mundial de bienes. En

## A. Evolución del comercio mundial de la cadena textil-confecciones

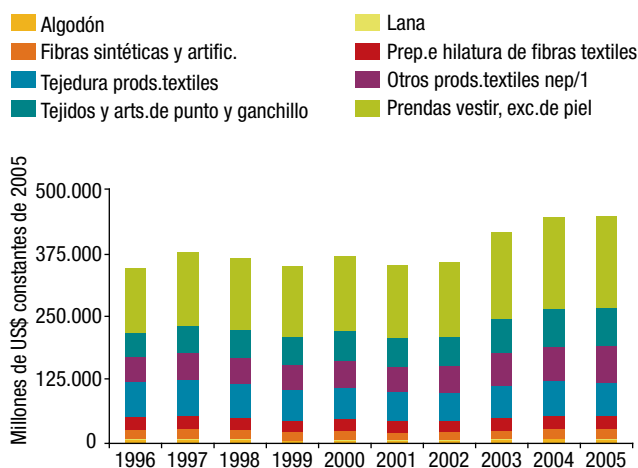
La cadena textil-confecciones puede caracterizarse como una cadena global de suministro (*global supply chain*), en la que la demanda, altamente cambiante con los ciclos de la moda, determina el comportamiento del comercio mundial de los productos (*demand-driven value chain*).

La producción mundial de los productos de la cadena ha tendido a fraccionarse geográficamente, lo cual implica que la agregación de

### Gráfica 2.1. La cadena textil confecciones en el comercio mundial.

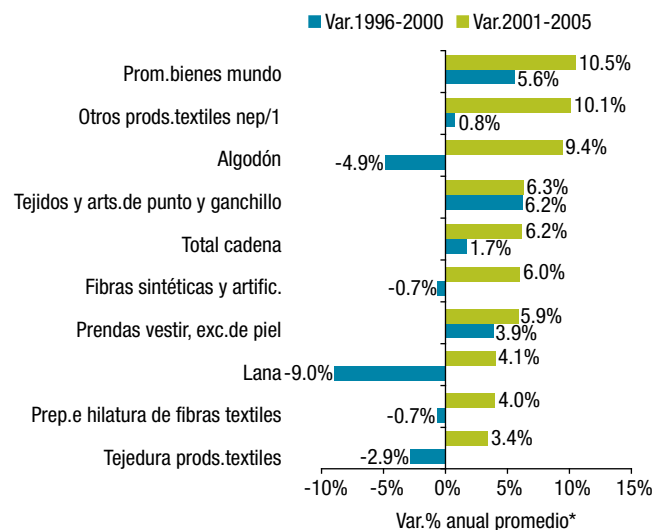
#### a. Evolución de la cadena.

Millones de US\$ constantes de 2005. 1996-2005



#### b. Dinámica de la cadena, variación

anual real promedio 1996-2000 y 2001-2005.



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

Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos *Comtrade*. Notas: \* Tasa geométrica. Sectores CIU 171-181; Algodón: 520100, 520210, 520291 y 520299; lana: 510111, 510210, 510211, 510219 y 510220. Fibras sintéticas y artificiales: sector CIU 243.

2 Este acuerdo, vigente desde la década de los años 1960 en el marco de la Organización Mundial del Comercio, combinaba aranceles y cuotas para limitar la oferta.

el período 2001-2005, las exportaciones de *textiles y confecciones* mostraron un crecimiento importante (6,2%) frente al registrado en el quinquenio anterior (1,7%) (ver gráfica 2.1). No obstante, este comportamiento resultó menos dinámico que el del comercio total de bienes, cuyo crecimiento fue 10,5%. Sin embargo, debe destacarse un comportamiento disímil entre subsectores. El más dinámico durante el período 2001-2005 fue el de *otros productos textiles*, con un crecimiento en las exportaciones de 10,1%. Por su parte, el sector que tiene mayor participación en el comercio mundial de la cadena, el de *prendas de vestir* (40,2%), registró un crecimiento en exportaciones de tan sólo 5,9% en el quinquenio 2001-2005.

El principal exportador de la cadena textil-confección es China, con una participación cercana al 20% en el mercado mundial, seguido de China-Hong Kong con 9,5% y de Italia con 8% (ver gráfica 2.2). Colombia representa sólo 0,3% en este mercado y la región Bogotá-Cundinamarca 0,06%<sup>3</sup>. Sin embargo, como se verá, Bogotá-Cundinamarca tiene

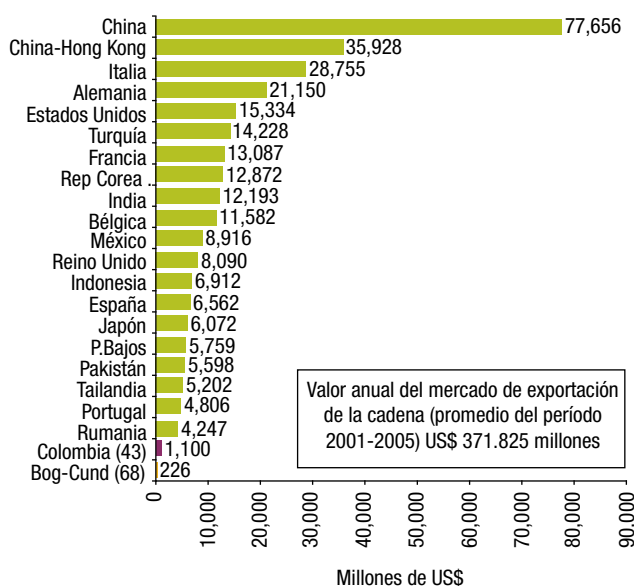
una ventaja comparativa en el comercio internacional de algunos subsectores de la cadena, especialmente en aquellos que corresponden a eslabones finales de la cadena productiva.

## B. La cadena en la Región

La cadena *textil-confecciones* es importante generadora de valor agregado y de empleo en la Región. En 2005, este sector aportó 8,6% de la producción total y 17,6% del empleo total de la industria manufacturera de la Región (ver gráfica 2.3(a)). Cabe destacar una menor participación sectorial tanto en la producción como en el empleo regional en este año. En efecto, para todo el período 1999-2004, la participación del sector en la producción y en el empleo industrial regional había superado el 11% y el 20%, respectivamente. Sin embargo, éste fue un comportamiento que se evidenció en el país y no fue particular de la Región. Prueba de ello es que en los últimos tres años de los que se cuenta con información<sup>4</sup>, el sector *Textiles y confecciones* de Bogotá-Cundinamarca ha ganado participación dentro de la industria nacional (ver gráfica 2.3 (b)). El empleo en la cadena de *textiles-confecciones* en Bogotá-Cundinamarca dejó de representar 30% del empleo nacional en este sector en 2003 y pasó a 32% en 2005; entre tanto, en el caso de la producción la participación aumentó de 31,9% a 35,2%. Esta tendencia resulta positiva, pues entre 1997 y 2004 se había observado un comportamiento opuesto.

En general, el sector textil-confección de Bogotá-Cundinamarca no se ha orientado a explotar sus ventajas competitivas en los mercados externos, y en cambio ha privilegiado las ventas en el mercado interno. En efecto, la tasa de apertura exportadora de la cadena de la Región actualmente no supera el 50% en ninguno de sus renglones (ver gráfica 2.4 (b)). Sin embargo, cuando se compara la tasa de apertura exportadora de los renglones de la cadena textil con la del total de la industria de Bogotá-Cundinamarca, que ha oscilado en los últimos cinco años entre

**Gráfica 2.2. Cadena textil-confecciones: principales 20 exportadores en el mundo. Promedio del período 2001-05. Millones de US\$.**



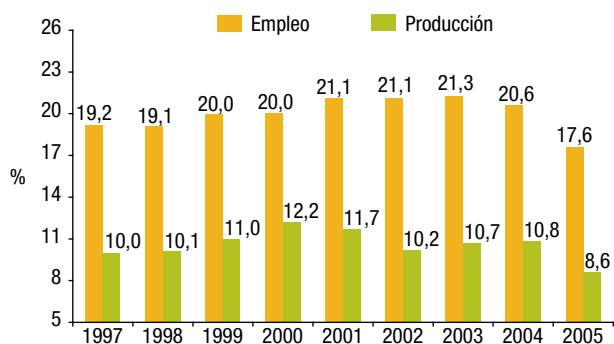
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade y DANE.

3 Estas participaciones corresponden al promedio 2001-2005.

4 La Encuesta anual manufacturera tiene cifras disponibles hasta 2005.

### Gráfica 2.3. La cadena textil-confecciones en la economía de la Región.

a. Participación de la industria de *textiles-confecciones* en la producción y el empleo manufacturero regional.

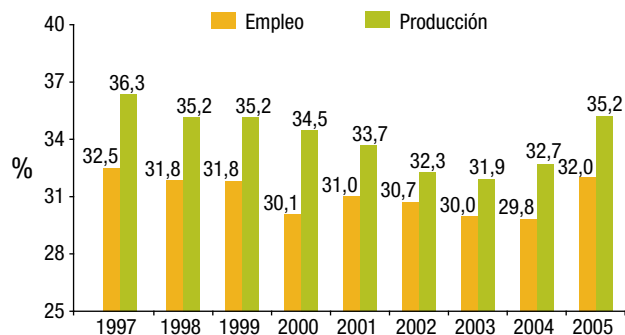


Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

31,2% y 25,9%, se evidencian algunos renglones como *otros productos textiles, prendas de vestir, excepto de piel y tejidos y artículos de punto y ganchillo* con un nivel mayor o similar de apertura en relación con el total de la industria regional, renglones que, como se verá más adelante, son competitivos en el mercado internacional. En la misma línea, es importante destacar la tendencia creciente (con algunos altibajos) de la tasa de apertura exportadora de los subsectores de *prendas de vestir y tejidos y artículos de punto y ganchillo*.

Las exportaciones regionales de la cadena en los últimos tres años han exhibido un comportamiento bastante favorable, explicado en gran medida por el buen desempeño de estos dos subsectores. El crecimiento de las exportaciones del agregado de la cadena fue particularmente elevado en 2004: 53% anual. Este comportamiento obedece a la recuperación de la economía mundial y, en menor medida, al efecto de la ampliación de las preferencias unilaterales de Estados Unidos a las *confecciones* a finales de 2002. El dinamismo de los sectores de *prendas de vestir y tejidos y artículos de punto y ganchillo* les ha permitido ganar participación dentro de las exportaciones sectoriales que hace la Región (ver gráfica 2.4 (a)). Por el contrario, las exportaciones de *otros productos textiles* han mostrado una pérdida de participación gradual, de 51,1% de las exportaciones regionales de este

b. Participación de la industria *textiles-confecciones* regional en la producción y el empleo de este sector a nivel nacional.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

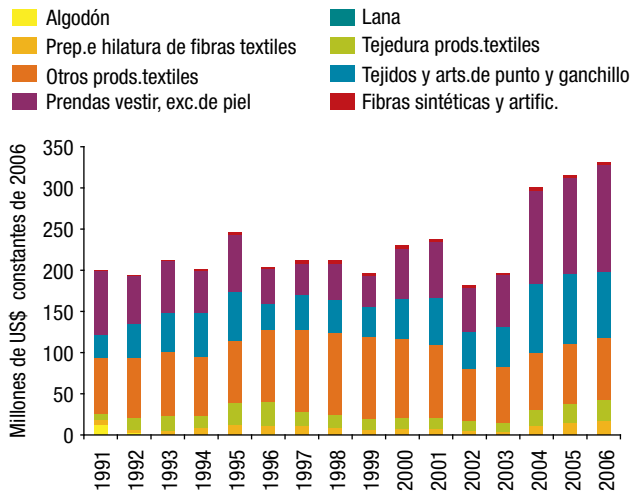
sector en 2001 a 22,7% en 2006. Este comportamiento además significó una fuerte reducción en la tasa de apertura exportadora de 81,9% a 40,1% en el mismo período (ver gráfica 2.4 (b)).

Los principales mercados de destino de la cadena textil-confección para la Región han sido tradicionalmente Venezuela (34,6% de las ventas externas totales en el período 2002-2006) y Estados Unidos (17,1%), aunque este último destino ha perdido participación, pues en el período 1997-2000 representaba 31% (ver gráficas 2.5 (a) y 2.5 (b)). Vale la pena resaltar las mayores exportaciones a México, cuya participación de 3,9% en el período 1997-2001 pasó a 9,7% en el quinquenio siguiente. El comportamiento de las exportaciones a Estados Unidos sugiere que

**// LOS PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DE LA CADENA TEXTIL-CONFECCIÓN PARA LA REGIÓN HAN SIDO TRADICIONALMENTE VENEZUELA (34,6% DE LAS VENTAS EXTERNAS TOTALES EN EL PERÍODO 2002-2006) Y ESTADOS UNIDOS (17,1%).**

## Gráfica 2.4. Exportaciones de la cadena textiles y confecciones de Bogotá-Cundinamarca y tasa de apertura exportadora.

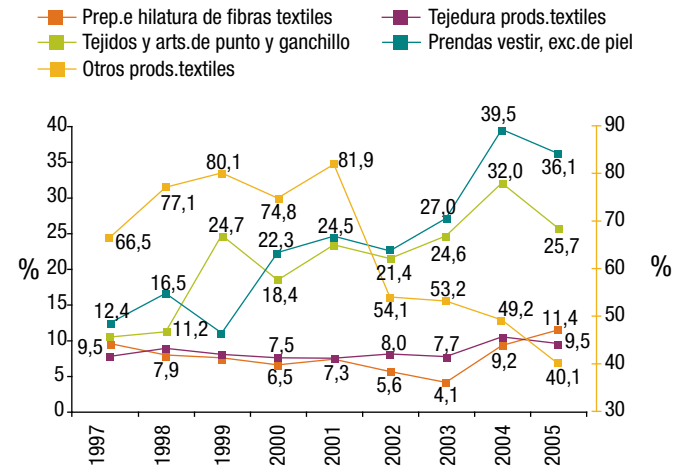
a. Exportaciones de la cadena de textiles-confecciones (millones de dólares constantes de 2006).



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

la Región desaprovechó la oportunidad inigualable que significó el marchitamiento de la producción de *textiles-confecciones* en ese país y su conversión a un importante país importador desde comienzos del decenio de los años 1990. Los países asiáticos, liderados por China, aprovechando su competitividad

b. Tasa de apertura exportadora de la cadena textiles-confecciones (%).

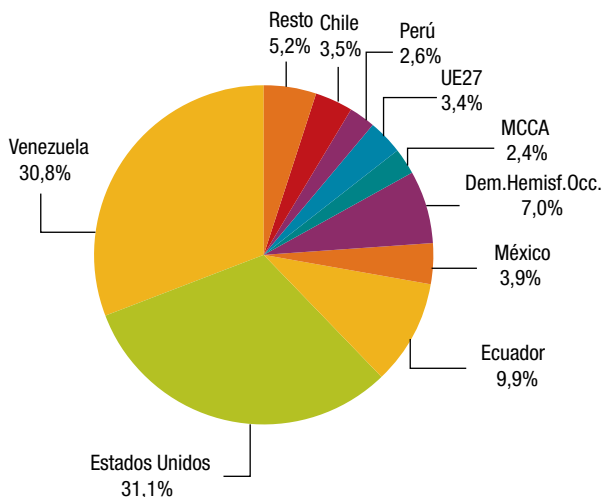


Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE. Apertura Exportadora: exportaciones sobre producción.

derivada del bajo costo de la mano de obra, lograron expandir significativamente sus ventas al país del norte. Países de la región, como Perú, también se destacan por haber logrado consolidar una cadena textil-confección integrada y competitiva, con productos diferenciados de alta calidad y excelentes

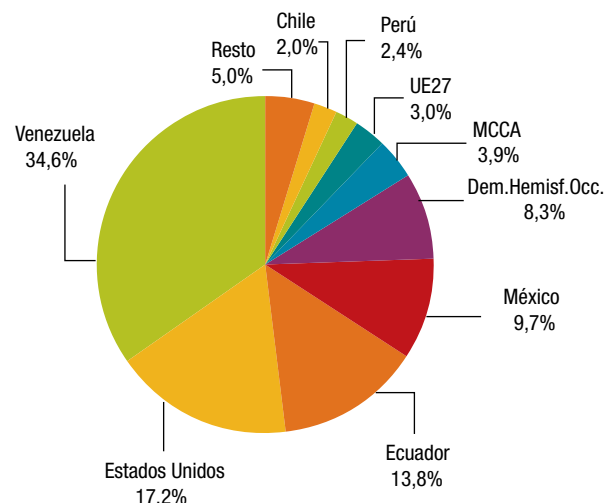
## Gráficas 2.5. Cadena textil-confecciones: exportaciones de la cadena de la Región, distribución porcentual períodos 1997-2001 y 2002-2006. Precios constantes de 2006.

a. Promedio 1997-2001: US\$ 217.9 millones.



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

b. Promedio 2002-2006: US\$ 265.1 millones.



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

precios. Perú llegó a sobrepasar ampliamente a Colombia en ventas a Estados Unidos.

Las importaciones de *textiles-confecciones* de la Región también han aumentado, especialmente en 2004 y 2006, cuando su crecimiento superó 15%. Este crecimiento en los últimos años ha sido liderado por el dinamismo de las exportaciones de *preparación e hilatura de fibras textiles* y *de tejedura de productos textiles*. De hecho, los sectores que tradicionalmente han pesado más en las importaciones son las de materias primas (para los últimos años, esa participación ha sido en promedio de 76%). La mayor tasa de penetración de importaciones que se registra en estos rubros de importación corrobora esta afirmación. Esta tasa fue cercana a 36% en el caso de los dos sectores atrás mencionados, mientras que para los productos finales está alrededor de 25%-30%. Los principales orígenes de las importaciones de *textiles confecciones* de la Región son China-Taiwán, Estados Unidos y otros países de Asia Oriental y del Pacífico.

## C. Vocación exportadora y principales competidores

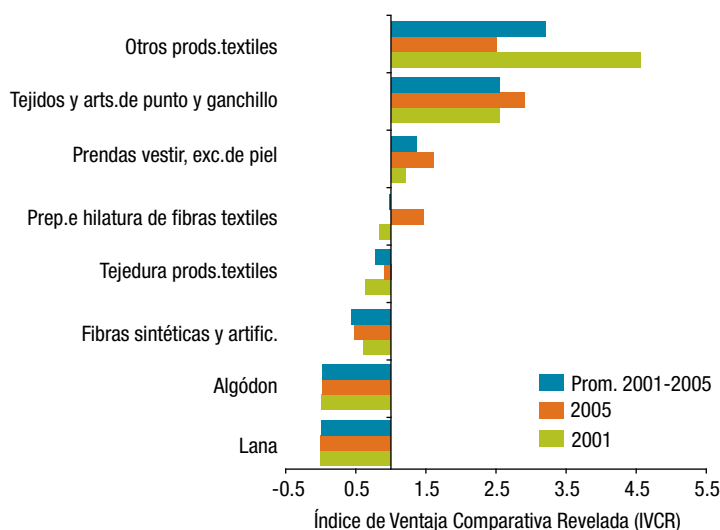
En esta sección se identifica la competitividad exportadora la cadena *textil-confecciones* en Bogotá-Cundinamarca, se evalúa en qué medida las exportaciones de la cadena se dirigen a los mercados más dinámicos y se señalan los principales competidores de la Región en estos mercados<sup>5</sup>.

### 1. Ventaja comparativa revelada

Cinco de los ocho subsectores de la cadena *textil-confecciones* de Bogotá-Cundinamarca ganaron competitividad en el comercio internacional entre 2001-2005, lo cual quiere decir que el *índice de ventaja comparativa revelada* (IVCR) de estos subsectores aumentó en este lapso. Dentro de este grupo se encuentran: los *tejidos y artículos de punto y ganchillo*, las *prendas de vestir, excepto de piel*, la *preparación e hilatura de fibras textiles*, la *tejedura de productos textiles*, las *fibras sintéticas y el algodón*. La *preparación e hilatura*

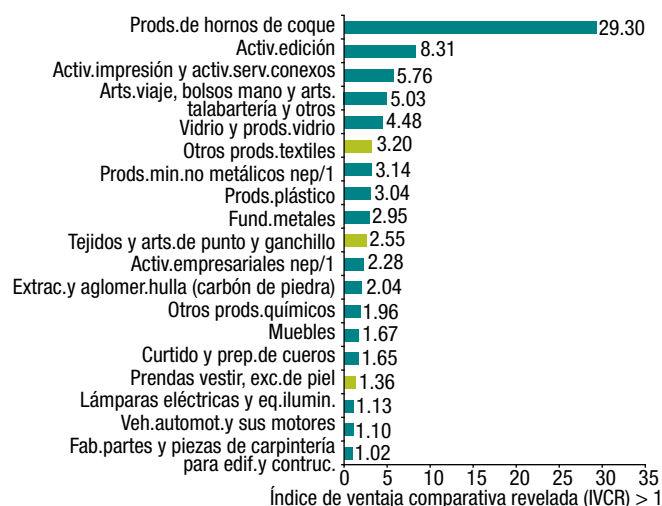
**Gráfica 2.6. Bogotá-Cundinamarca: Textiles y confecciones, Competitividad sectorial.**

a. Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) 2001, 2005 y promedio del período 2001-2005.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos

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



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

5 Para un mayor detalle de los aspectos metodológicos ver capítulo III, literales A y A.3.

de fibras textiles dio un gran salto en competitividad, al dejar de ser un subsector no competitivo en 2001, con un IVCR de 0.84, y pasar a serlo en 2005, con un índice igual a 1.47. A pesar de ese aumento, el IVCR promedio en el período 2001-2005 no logra ubicarlo entre los subsectores competitivos de la cadena. Por su parte, las *fibras sintéticas* y los *otros productos textiles* perdieron competitividad. Sin embargo, este último continuó en el grupo de subsectores competitivos en 2005. Adicionalmente, es importante anotar que para el subsector de la *lana* no se puede calcular el IVCR, pues este renglón sólo presenta exportaciones en el 2004. (ver gráfica 2.6 (a)).

El análisis desde el punto de vista de la posición relativa en el escalafón de competitividad de los subsectores industriales y mineros en el promedio del período 2001-2005, permite identificar tres sectores competitivos de la cadena *textil-confecciones*. Estos sectores son *otros productos textiles*, los *tejidos y artículos de punto y ganchillo* y las *prendas de vestir excepto de piel*, sectores que ocupan los puestos sexto, décimo y decimosex-

to en el *ranking* de competitividad para el promedio del período 2001-2005 (ver gráfica 2.6(b)). Este escalafón permite concluir que si bien los eslabones finales de la cadena son competitivos, las principales materias primas no lo son (*preparación e hilatura de fibras textiles, fibras sintéticas y artificiales, algodón y lana*), lo cual plantea dificultades para la integración vertical de la misma.

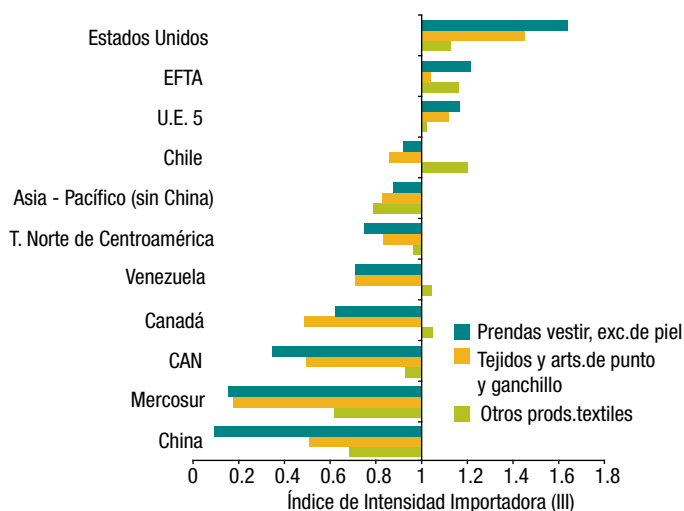
Después de conocer los sectores competitivos en el promedio del período 2001-2005 pertenecientes a la cadena *textil-confecciones*, en las secciones siguientes se centrará el análisis en estos sectores con el objetivo de identificar, por medio de los indicadores calculados, mercados con potencial importador que permitan aumentar el volumen de las exportaciones de la Región.

## 2. Mercados especializados en la importación

De las once regiones comerciales objeto de estudio, Estados Unidos, EFTA y U.E.<sup>6</sup> presentan vocación importadora<sup>7</sup> por todos los subsectores de la cadena *textil-confecciones*

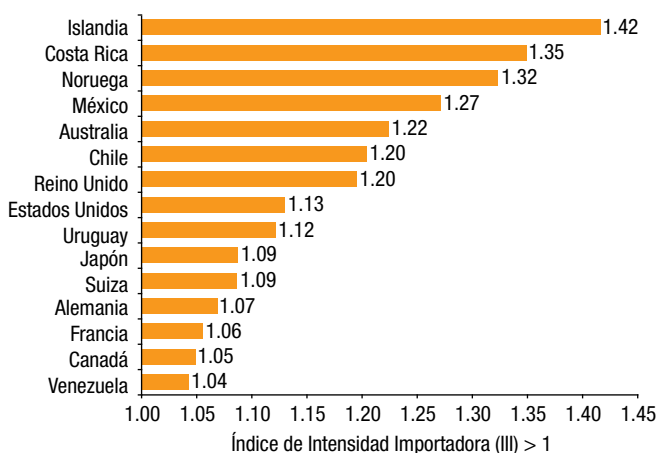
**Gráfica 2.7. Cadena textil-confecciones: índice de intensidad importadora (III). Promedio del período 2001-2005.**

### a. Regiones comerciales.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

### b. Otros productos textiles: países.



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

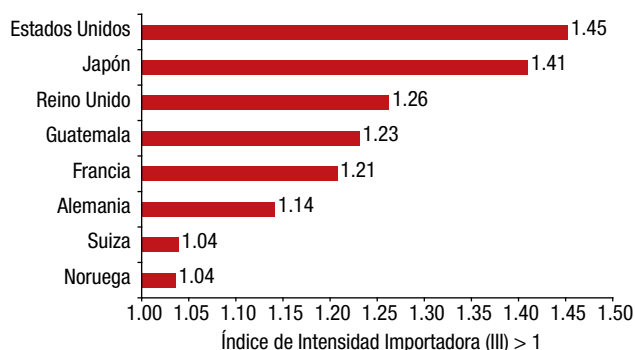
6 Alemania, España, Francia, Reino Unido e Italia.

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



**Gráfica 2.7. Cadena textil-confecciones: índice de intensidad importadora (III). Promedio del período 2001-2005.**

**c. Tejidos y artículos de punto y ganchillo: países.**



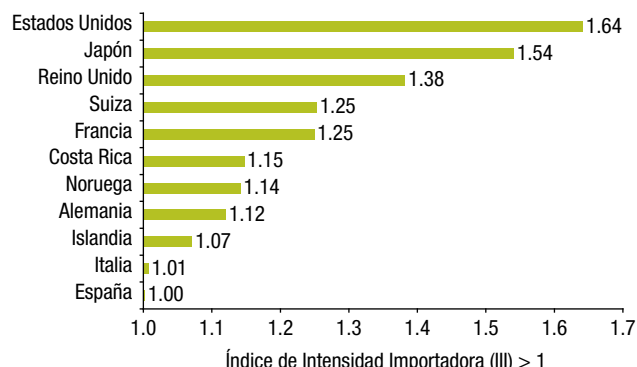
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

que son competitivos en el promedio del período 2001-2005: *prendas de vestir, excepto de piel*, los *tejidos y artículos de punto y ganchillo* y *otros productos textiles*. En el caso de este último también exhiben orientación importadora Chile, Venezuela y Canadá (ver gráfica 2.7(a)).

Actualmente el país se encuentra en proceso de negociación de un acuerdo comercial con la Unión Europea. Igualmente está en proceso de ratificación el TLC con los Estados Unidos y hay acuerdos comerciales listos para entrar en vigencia, con Chile, Centroamérica, EFTA y Canadá. Todos estos acuerdos beneficiarán notablemente a los subsectores competitivos de la cadena *textil-confecciones*, ya que los citados mercados son los que exhiben un mayor potencial importador.

Dejando a un lado el análisis de las regiones comerciales, los paneles (b) a (d) de la gráfica 2.7 muestran los países con vocación importadora por cada uno de los subsectores competitivos. En el panel (b) se encuentran los países con orientación importadora por *otros productos textiles*: Islandia, Costa Rica, Noruega, México, Australia, Chile y Reino Unido, entre otros. En el panel (c) aparecen los países con potencial importador por *tejidos y artículos de punto y ganchillo*: Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Guatemala, Francia, Alemania, Suiza y Noruega. Y en el panel (d) se muestran aquellos por *prendas de vestir, excepto de piel*: Estados Unidos,

**d. Prendas de vestir, excepto de piel: países.**



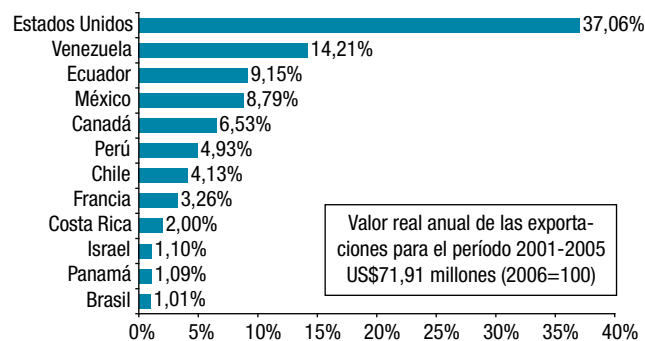
Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos Comtrade.

Japón, Reino Unido, Suiza, Francia, Costa Rica, Noruega, Alemania, Islandia, Italia y España.

En el caso de *otros productos textiles*, quince de los países analizados en este documento son importadores intensivos del subsector. Sin embargo, estas oportunidades comerciales no están aprovechándose, pues las exportaciones de la Región se concentran en Estados Unidos, mercado que ha participado en promedio anualmente en los últimos años (2001-2005) del 37,08%

**Gráfica 2.8. Participación de los destinos de las exportaciones de sectores competitivos de la cadena textil-confecciones de Bogotá-Cundinamarca. Promedio del período 2001-2005.**

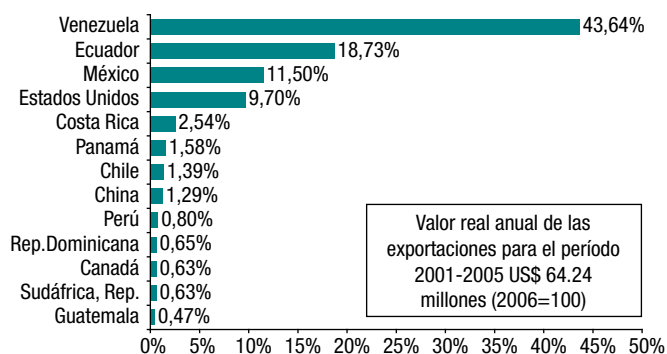
**a. Otros productos textiles.**



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

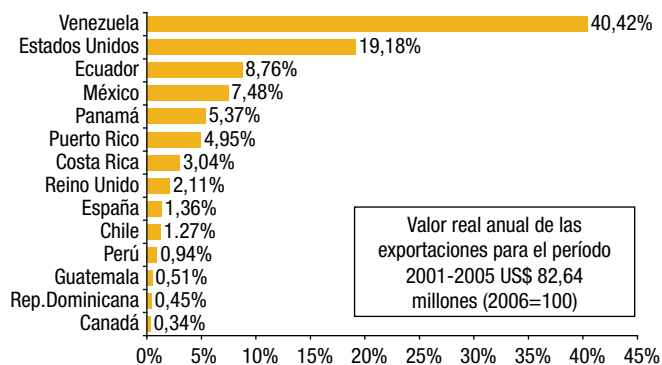
**Gráficas 2.8. Participación de los destinos de las exportaciones de sectores competitivos de la cadena textil-confecciones de Bogotá-Cundinamarca. Promedio del período 2001-2005.**

**b. Tejidos y artículos de punto y ganchillo**



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

**c. Prendas de vestir, excepto de piel**



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos DANE.

**// AUNQUE LA REGIÓN NO ESTÁ APROVECHANDO EL POTENCIAL IMPORTADOR DE LOS MERCADOS CON MAYOR DINAMISMO, SÍ SE BENEFICIA DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS CON LAS QUE CUENTA EL PAÍS EN VENEZUELA, ECUADOR, MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS.**

de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca. Las exportaciones del subsector también se han concentrado en el mercado venezolano, a donde se dirigieron el 14,21% de las ventas externas de la Región (ver gráfica 2.8 (a)). En este caso sobresalen los tejidos y artículos de punto y ganchillo y las prendas de vestir, excepto de piel, renglones que presentan mayor dependencia del mercado venezolano, al cual se orientaron más del 40% de las exportaciones la Región de cada uno de los mencionados renglones (ver gráfica 2.8 (b) y 2.8 (d)). La alta dependencia de Venezuela se ha generado a pesar de que ese mercado no cuenta con vocación importadora según el III. Por ello, la cadena puede incrementar sus exportaciones si aprovecha el potencial importador de los mercados con mayor dinamismo, como el caso de Estados Unidos, Japón y Reino Unido.

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

En esta sección se evalúan el comportamiento de la demanda para los principales destinos de las exportaciones de los sectores

competitivos de la cadena textil-confecciones de Bogotá-Cundinamarca, y las condiciones de acceso que enfrentan las exportaciones colombianas frente a las condiciones generales de acceso. Para tal fin se utilizará el cuadro 2.1, que se divide en seis columnas:

- En la primera se indica cuál es el renglón de análisis. En las dos columnas siguientes se encuentra el nombre de los cinco principales países de destino de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca y la participación promedio de cada uno en las exportaciones totales de la Región durante el período 2001-2005.
- En la cuarta columna se presenta el puesto del mercado según el III obtenido en el promedio del período 2001-2005. Recordemos que este índice permite conocer para cada mercado el comportamiento de la demanda. Así las cosas, el ranking es una forma de organizar los 31 mercados de interés de este trabajo según su nivel de importaciones: los mercados que regis-



**Cuadro 2.1**  
**Sectores competitivos de la cadena *textil-confecciones*:**  
**Principales destinos de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca.**

Renglón	Destinos 1/	Participación en las expo. de Bog-Cun	Puesto en ranking - III	Gravamen 2/	
				General	Colombia
Otros productos textiles	Estados Unidos	37,1%	8	5,1%	3,8%
	Venezuela	14,2%	15	18,1%	0,0%
	Ecuador	9,2%	20	18,0%	0,0%
	México	8,8%	4	9,3%	0,0%
	Canadá	6,5%	14	9,2%	8,2%
Tejidos y artículos de punto y ganchillo	Venezuela	43,6%	15	20,0%	0,0%
	Ecuador	18,7%	23	20,0%	0,0%
	México	11,5%	11	8,9%	0,0%
	Estados Unidos	9,7%	1	10,7%	6,2%
	Costa Rica	2,5%	9	9,9%	n.a.
Prendas de vestir, excepto de piel	Venezuela	40,4%	14	19,9%	0,0%
	Estados Unidos	19,2%	1	10,6%	0,1%
	Ecuador	8,8%	20	19,9%	0,0%
	México	7,5%	18	8,2%	0,0%
	Panamá	5,4%	n.d.	n.d.	n.d.

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

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

tran en términos relativos una demanda internacional considerable se encuentran en los primeros puestos y aquellos mercados menos dinámicos ocupan los últimos lugares. Además, las casillas resaltadas en azul claro señalan los mercados que exhiben vocación importadora (III>1).

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

Venezuela, Ecuador, México y Estados Unidos son los destinos con mayor participación en las exportaciones de los subsectores competitivos de la cadena *textil-confecciones*. Para los *tejidos y artículos de punto y ganchillo*

y las *prendas de vestir* se puede observar, en el cuadro 2.1 que Bogotá-Cundinamarca está exportando a Estados Unidos, país con alto potencial importador. Sin embargo, la participación de la Región en este mercado es inferior a 0,04%<sup>8</sup>. Los principales destinos restantes no son importadores intensivos, como Ecuador que ocupa el puesto 23 en el *ranking* según el III por *tejidos y artículos de punto y ganchillo*. Aunque la Región no está aprovechando el potencial importador de los mercados con mayor dinamismo, sí se bene-

8 En 2005, Bogotá-Cundinamarca exportó a Estados Unidos *tejidos y artículos de punto y ganchillo* por US\$ 7 millones y *prendas de vestir* por US\$ 21.5 millones.

## // PARA LA REGIÓN ES IMPORTANTE CONTAR CON CONDICIONES DE ACCESO FAVORABLES EN COSTA RICA Y AUSTRALIA, MERCADOS QUE COMPLETAN EL GRUPO DE LOS PAÍSES IMPORTADORES CON MAYOR DINAMISMO.

ficia de preferencias arancelarias con las que cuenta el país en Venezuela, Ecuador, México y Estados Unidos. En este último país existen preferencias arancelarias, pero no son muy significativas para los *tejidos y artículos de punto y ganchillo*, pues las importaciones provenientes de Colombia cuentan con un arancel de 6,2% frente a un arancel general de 10,7%.

Las ventas externas de *otros productos textiles* tienen como principales destinos mercados con vocación importadora, con excepción de Ecuador. Sin embargo, no todos ocupan los primeros lugares en el *ranking* según el III obtenido en el promedio del período 2001-2005. Por ello es importante que este subsector amplíe su abanico de oportunidades comerciales, a fin de aprovechar todo el potencial importador de los mercados con mayor dinamismo. Las condiciones de acceso y los competidores en estos mercados serán el tema por tratar en la siguiente sección.

### **4. Principales importadores, condiciones de acceso y competidores**

Como se mencionó, los países con mayor vocación importadora por *otros productos textiles* son Islandia, Costa Rica, Noruega, México y Australia. En promedio, anualmente durante los últimos cinco años México y Costa Rica participan del 8,8% y 2% de las exportaciones totales de la Región, respectivamente, mientras la participación de los países restantes es inferior a 0,02%. En el mercado mexicano, las importaciones provenientes de Colombia gozan de un arancel de 0,0% frente a un arancel general de 9,3%, escenario que les permitiría a los

empresarios colombianos aprovechar el potencial importador del mencionado país. Sin embargo, el volumen de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca hacia este mercado no es significativo: la Región exportó *otros productos textiles* a México en 2005 por US\$9.6 millones, correspondientes al 0,47% de las importaciones mexicanas.

Por otra parte, las exportaciones de la Región de *otros productos textiles* con destino a Islandia y Noruega, países pertenecientes a la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), son inferiores a los US\$ 3.000 anuales. Por ello, el acuerdo comercial con EFTA permitiría aumentar el volumen de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca. Igualmente, para la Región es importante contar con condiciones de acceso favorables en Costa Rica y Australia, mercados que completan el grupo de los países importadores con mayor dinamismo.

En las últimas tres columnas del cuadro 2.2, se presentan los tres proveedores con mayor especialización relativa para cada uno de los países importadores destacados, según el *índice de especialización de exportaciones específico* (IEEe). Recordemos que el IEEe indica el nivel de especialización que presenta el país proveedor del producto en la venta al mercado, de forma que en el cuadro se encuentran los países proveedores que alcanzaron un mayor valor en el indicador. De esta manera, los principales competidores de la Región en el comercio de *otros productos textiles* en los mercados más dinámicos son Pakistán, Bangladés e Irán, entre otros.

Para los *tejidos y artículos de punto y ganchillo* y las *prendas de vestir*, el cuadro 2.2 permite identificar comportamientos similares. En ambos renglones los países con mayor vocación importadora son Estados Unidos, Japón, Reino Unido y Francia. En todos ellos, las importaciones provenientes de Colombia cuentan con condiciones de acceso favorables. Sin embargo, como ya se mencionó, las preferencias arancelarias otorgadas por Estados Unidos a la importación de *tejidos y artículos de punto y ganchillo* originarias de Colombia no son significativas en comparación con el arancel general. En el mercado japonés se da el mismo escenario, pues

## Cuadro 2.2

### Sectores competitivos de la cadena textil-confección: principales importadores.

Renglón	Principales importadores según IEE	Gravamen 1/ General Colombia		Principales competidores por destino, según IEEe		
Otros productos textiles	Islandia	n.d.	n.d.	Pakistán	Portugal	Tailandia
	Costa Rica	9.5	n.a.	Bangladés	Pakistán	Indonesia
	Noruega	n.d.	n.d.	Irán	Pakistán	India
	México	9.3	0.0	Bangladés	Rep. Dominicana	Pakistán
	Australia	n.d.	n.d.	Pakistán	Egipto	Irán
Tejidos y artículos de punto y ganchillo	Estados Unidos	10.7	6.2	Haití	Mongolia	El Salvador
	Japón	7.9	6.5	Mongolia	El Salvador	Honduras
	Reino Unido	8.9	0.0	Camboya	Laos	Myanmar
	Guatemala	10.5	n.a.	Rep Corea.	Singapur	China
	Francia	8.9	0.0	Bangladés	Camboya	Mauricio
Prendas de vestir, excepto de piel	Estados Unidos	10.6	0.1	Camboya	Bangladés	Sri Lanka
	Japón	9.3	8.7	Nepal	China-Macao	Bulgaria
	Reino Unido	11.2	0.0	Marruecos	Sri Lanka	Rumania
	Suiza	n.d.	n.d.	Bangladés	Bulgaria	China-Macao
	Francia	11.2	0.0	Laos	China-Macao	Bulgaria

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

aunque las importaciones de *tejidos y artículos de punto y ganchillo* y *prendas de vestir* provenientes de Colombia gozan de un arancel menor que el general, la diferencia no es significativa.

Finalmente, los proveedores con mayor especialización relativa en la provisión de *tejidos y artículos de punto y ganchillo* son Haití, Mongolia, Camboya, República de Corea y Bangladés. Para las *prendas de vestir* los proveedores con mayor especialización relativa son Camboya, Nepal, Marruecos, Bangladés y Laos.

#### D. Análisis DOFA

A continuación se presenta el análisis DOFA del sector *Textiles y confecciones* en la región Bogotá-Cundinamarca, realizado con base en trabajos anteriores de Fedesarrollo y en la revisión de la literatura existente. Adicionalmente, se llevó a cabo una encuesta a los empresarios

del sector en el módulo especial de la encuesta de opinión empresarial (EOE) de Fedesarrollo y se realizaron talleres en la Cámara de Comercio de Bogotá en diciembre de 2007.

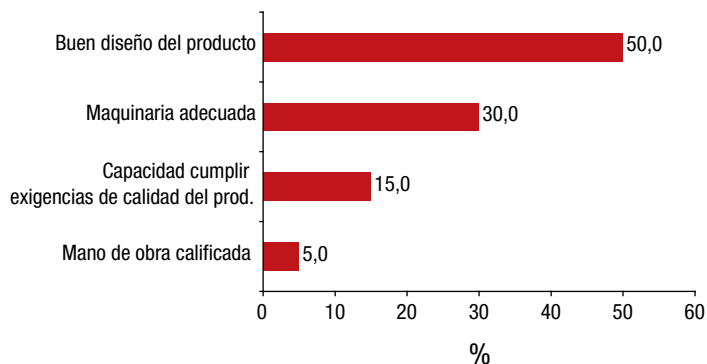
#### 1. Fortalezas

La cadena de *textiles y confecciones* de la región de Bogotá-Cundinamarca tiene fortalezas que le permitirían sostener la tendencia a la recuperación en el mercado mundial de sus productos, incluso en un contexto de menor dinamismo del comercio internacional global que ha venido sufriendo una desaceleración del crecimiento desde 2003. Las exportaciones del agregado de la cadena han venido aumentando desde 2002 de una manera muy dinámica, pero el crecimiento fue particularmente elevado en 2004: 53% anual.

En primer lugar, Colombia es reconocida por sus aptitudes en cuanto al diseño y calidad de los productos, así como por contar con una

## Gráfica 2.9. Fortalezas y ventajas de la actividad exportadora

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

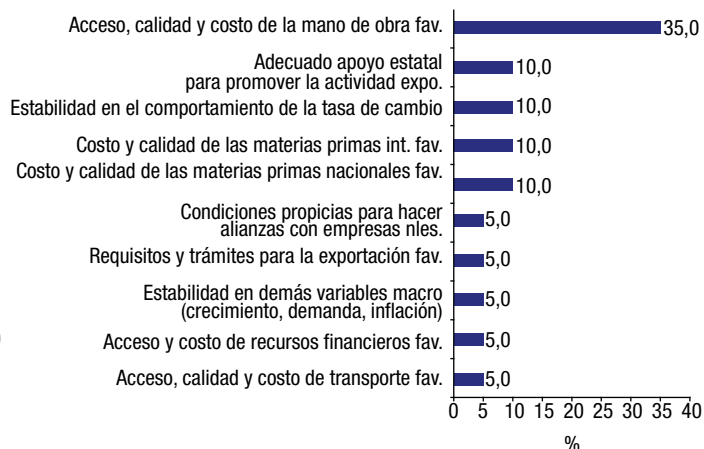


Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

mano de obra hábil para las costuras delicadas. En este contexto, vale la pena recordar que Colombia ha sido identificado internacionalmente como el país de América Latina con mayor potencial para el diseño y la moda. Adicionalmente, la escala mediana y baja de producción que mantienen los productores constituye una estructura productiva más flexible para atender las exigencias de un mercado que puede tener seis o más colecciones en un mismo año. Estas características son fundamentales en las confecciones de alto valor agregado, en donde el país y la Región ha demostrado tener una ventaja comparativa importante, y también para enfrentar un mercado mundial determinado en gran medida por las tendencias de la moda, culturales y étnicas.

La EOE realizada por Fedesarrollo revela que los empresarios del sector consideran que sus principales fortalezas para exportar son el buen diseño del producto (50% de las respuestas), la maquinaria adecuada (30%), y la capacidad para cumplir exigencias de calidad del producto (15%) (ver gráfica 2.9). Por otro lado, la principal ventaja del entorno nacional es el acceso, calidad y costo de la mano de obra (35%) (ver gráfica 2.9).

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



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

El cuadro 2.3 muestra las fortalezas que los encuestados consideran que tienen frente a sus competidores en los mercados de destino. En todos los casos (con excepción de Mercosur), los empresarios coinciden en que

## Gráfica 2.10. Desde el punto de vista de su actividad exportadora, ¿cuáles son las principales debilidades que posee su empresa?



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

### Cuadro 2.3

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

	Canadá	Estados Unidos	México	MCC	Países del Caribe	Venezuela	Ecuador	Perú	Chile	Mercosur	Brasil	UNIÓN EUROPEA	China	Otros Asia
Capacidad productiva (volúmenes)			X	X	X	X	X							
Costos mano de obra			X	X		X						X		
Calidad de la mano de obra		X	X			X	X			X				
Otros costos de producción (crédito, servicios públicos)		X												
Capacidad tecnológica			X	X	X	X	X	X	X					
Distancia a mercados de destino			X	X										
Diseño y presentación del producto	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X		X	
Calidad del producto	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Oportunidad de entrega y servicio posventa			X	X										

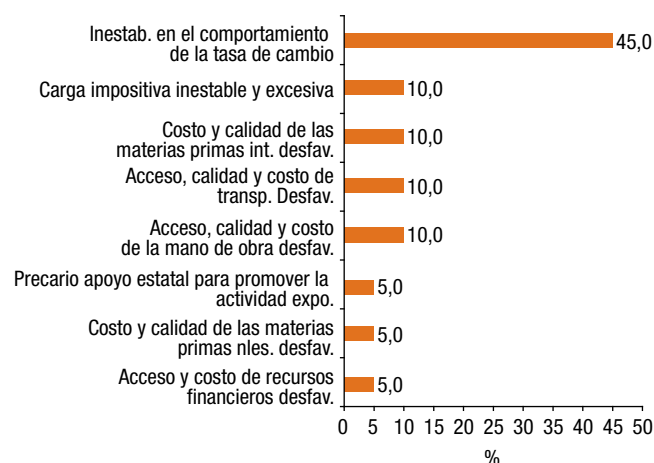
Fuente: Encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo. Módulo especial para evaluar aspectos competitivos de las empresas exportadoras de la región Bogotá-Cundinamarca, 2007.

la calidad del producto es su mayor fortaleza. También sobresale el diseño y presentación del producto y la capacidad tecnológica entre los países latinoamericanos.

### 2. Debilidades

La cadena de *textiles-confecciones* adolece de problemas de comercialización, falta de adaptación a los cambios tecnológicos y, en particular, dificultades con el uso de nuevas texturas y materiales, lo cual en gran medida se explica por ser un sector conformado por pequeños y medianos talleres de confección<sup>9</sup>. Los esquemas de asociatividad no han logrado un desarrollo significativo, condición que es fundamental para atender los volúmenes demandados en el mercado internacional. Adicionalmente, gran parte de las empresas del sector no han dado el salto hacia la confección delicada de alto va-

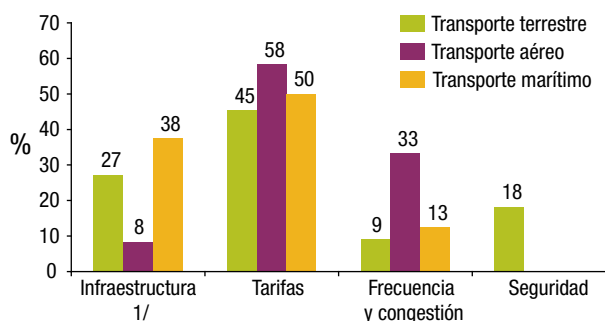
**Gráfica 2.11. En el entorno nacional en el que opera su empresa, ¿cuáles son los aspectos que le representan a su empresa mayores desventajas en su actividad exportadora?**



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

9 CCB (2006). *Balace tecnológico: cadena productiva ropa interior femenina en Bogotá y Cundinamarca*. CCB, Bogotá.

**Gráfica 2.12. Para cada una de las modalidades de transporte que utiliza su empresa para la exportación de sus productos, identifique los aspectos que afectan negativamente la competitividad de su empresa**



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

lor agregado, lo cual las condena a luchar contra los bajos costos laborales de los países asiáticos con pocas esperanzas de éxito.

De otra parte, la EOE muestra que las mayores debilidades para los empresarios del

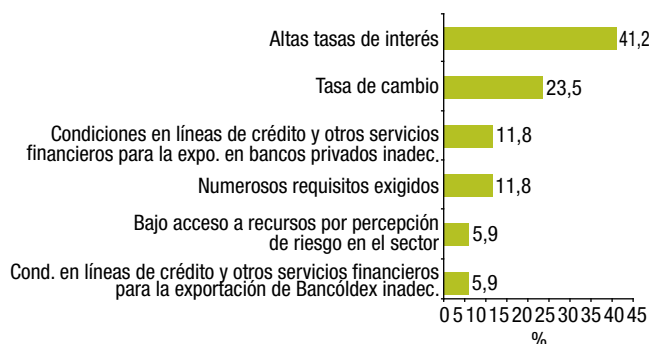
sector son los altos costos de producción (31,6% de las respuestas), no utilizan mecanismos eficientes para determinar mercados potenciales (10%), incapacidad para producir los volúmenes que exigen mercados internacionales (10%) y tecnología inadecuada (10%) (ver gráfica 2.10).

La gráfica 2.11 revela que 45% de los encuestados considera que la inestabilidad en el comportamiento de la tasa de cambio es la principal desventaja para exportar. Otros obstáculos incluyen la carga impositiva inestable y excesiva, el costo y calidad de las materias primas internacionales, y el acceso, calidad y costo del transporte. A continuación se profundiza el tema del transporte.

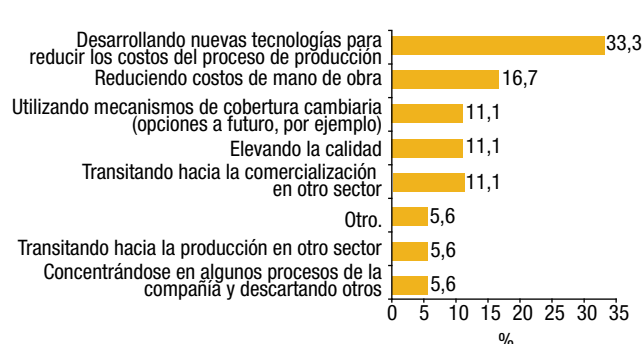
El principal problema de transporte que enfrentan las empresas del sector *Textiles* y *confecciones* para exportar son las tarifas, tanto para transporte aéreo como terrestre y marítimo (58%, 45%, 50% de las respuestas, respectivamente). La infraestructura se encuentra en segundo lugar para el transporte marítimo (38%) y para el terrestre (27%). Para el transporte aéreo la frecuencia ocupa el segundo lugar en importancia, con 33% de las respuestas (ver gráfica 2.12)

**Gráfica 2.13.**

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



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



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

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



## Cuadro 2.4

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

	Canadá	Estados Unidos	México	MCC	Países del Caribe	Venezuela	Ecuador	Perú	Chile	Brasil	UNIÓN EUROPEA	EFTA	Asia
Capacidad productiva (volúmenes)	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	
Costos mano de obra	X	X	X	X		X	X	X			X		X
Otros costos de producción (crédito, servicios públicos)			X			X	X	X					
Costos de transporte nacional	X	X	X	X			X	X	X	X	X		
Costos transporte internacional													X
Restricciones al comercio en país de destino						X	X						
Oportunidad en la entrega y servicio posventa						X			X				
No tiene marca reconocida						X	X						

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

Respecto a los aspectos que afectan negativamente el acceso y el costo de los recursos financieros, se destacan las altas tasas de interés (41,2% de las respuestas) y la tasa de cambio (23,5%) (ver gráfica 2.13 (a)). Por otro lado, vale la pena mencionar que unos empresarios han enfrentado el reciente proceso de revaluación desarrollando nuevas tecnologías para reducir los costos del proceso de producción (33,3%), mientras otros han optado por la preocupante decisión de transitar hacia la producción en otro sector (16,7%) (ver gráfica 2.13(b)).

Las mayores debilidades de los productos de la Región frente a sus competidores en Canadá, EE.UU., MCC, y la Unión Europea son la capacidad productiva (volúmenes), los costos de la mano de obra, y los costos de transporte nacional. En Venezuela las desventajas incluyen: capacidad productiva (volúmenes), costos de la mano de obra, otros costos de producción (crédito, servicios públicos), restricciones al comercio, oportunidad en la entrega y servicio posventa, y ausencia de una marca reconocida (ver cuadro 2.4).

### 3. Oportunidades

La región de Bogotá-Cundinamarca tiene oportunidades comerciales por explorar en los mercados que exhiben un gran potencial importador, como Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Francia, Alemania, Suiza, Costa Rica, Noruega, Islandia, Italia, Chile, entre otros. Algunos subsectores de la cadena *textil-confecciones* ya han empezado a explorar estos mercados, sin embargo, los volúmenes exportados por la Región son insignificantes.

Sin duda alguna, las preferencias arancelarias otorgadas por Estados Unidos se convierten en una oportunidad para las exportaciones a ese país. En ese mismo sentido, la potencial ratificación de un TLC con ese país significaría la consolidación de un entorno sólido y estable para la actividad exportadora del sector.

A su vez, las negociaciones comerciales que actualmente sostiene el país con, la Unión Europea y los acuerdos comerciales con Chile, Centroamérica, EFTA y Canadá generarán condiciones favorables para la exploración de mercados con potencial importador, después de generar preferencias arancelarias a las importaciones de origen colombiano.

## Cuadro 2.5

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

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

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

### 4. Amenazas

Estados Unidos es uno de los grandes proveedores de materias primas de la industria textil de la Región. De hecho, este país es el principal proveedor de algodón, y el segundo al considerar todos los insumos que utiliza el sector en la Región. En la negociación del TLC con este país, se acordó la desgravación de los aranceles desde la puesta en vigor del acuerdo, y ello significará un acceso a insumos a un menor costo. Sin embargo, mientras se logre la ratificación del acuerdo, la cadena seguirá con esta limitación para alcanzar mayores niveles de competitividad en los mercados internacionales.

La incertidumbre sobre la ratificación del TLC conlleva una amenaza adicional: la mayor competencia en el mercado estadounidense de las exportaciones de los países centroamericanos gracias a las preferencias negociadas en el contexto del CAFTA. De otro lado, hay

que advertir que la excesiva dependencia que tienen las exportaciones de algunos de estos sectores del mercado venezolano constituye otra amenaza, teniendo en cuenta la inestabilidad política y económica del país vecino.

La encuesta aplicada en el marco de este proyecto arroja luces adicionales sobre las amenazas percibidas por los empresarios del sector en la región. Al preguntarles a los empresarios del por sus limitaciones en diferentes mercados, éstos resaltaron factores como los aranceles y la tasa de cambio. En el mercado de EE.UU. también identificaron las cuotas, licencias u otras restricciones cuantitativas al comercio, y la dificultad para hacer negocios con empresas en ese país. En Venezuela se destaca el control de cambios, los trámites aduaneros y administrativos, los obstáculos técnicos al comercio y la dificultad para hacer negocios con empresas en Venezuela (ver cuadro 2.5).



---

**// LOS EMPRESARIOS DE LA REGIÓN, EN EL MERCADO DE EE.UU. TAMBIÉN IDENTIFICARON LAS CUOTAS, LICENCIAS U OTRAS RESTRICCIONES CUANTITATIVAS AL COMERCIO, Y LA DIFICULTAD PARA HACER NEGOCIOS CON EMPRESAS EN ESE PAÍS. EN VENEZUELA SE DESTACA EL CONTROL DE CAMBIOS, LOS TRÁMITES ADUANEROS Y ADMINISTRATIVOS, LOS OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO Y LA DIFICULTAD PARA HACER NEGOCIOS CON EMPRESAS EN VENEZUELA.**





# III. CONCLUSIONES



---

## // EL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN DE BOGOTÁ-CUNDINAMARCA EN GENERAL NO SE HA ORIENTADO A APROVECHAR SUS VENTAJAS COMPETITIVAS EN LOS MERCADOS EXTERNOS, Y SE HA CONCENTRADO EN LAS VENTAS EN EL MERCADO INTERNO.

UNA TENDENCIA QUE HA MARCADO LA EVOLUCIÓN reciente de la cadena textil-confección en el mundo es la depresión de los precios internacionales en años recientes. La mayor inserción global de países en desarrollo, y en particular países asiáticos, ha tendido a reducir los precios de estas mercancías, por lo cual muchas naciones han buscado una estrategia de elevar la calidad de sus productos para diferenciarlos, y así penetrar nichos altos del mercado y sustraerse a la competencia por bajos costos.

La cadena textil-confección de Bogotá-Cundinamarca enfrenta grandes retos que debe superar para garantizar el éxito en el mercado internacional. En primer lugar debe asegurar el acceso a materias primas más económicas a través de acuerdos comerciales. Segundo, debe encarar el desafío para desarrollar productos no basados en mano de obra barata sino en diferenciación por diseño y calidad. Tercero, debe enfrentar el reto de construir marcas propias en nichos de mercado específicos. Además, este es un sector en el que los cambios de colección deben ser frecuentes, factor que pone aún más peso en la importancia creciente del diseño en la cadena de producción.

Hay que subrayar que el sector *Textil-confección* de Bogotá-Cundinamarca en general no se ha orientado a explotar sus ventajas competitivas en los mercados externos, y se ha concentrado en las ventas en el mercado interno. Sin embargo, aunque en 2005 la tasa de apertura exportadora no superó el 50% en ninguno de los renglones de la cadena *textil-confecciones*, algunos de ellos gozan de similar o mayor apertura exportadora que el total de la industria regional, como lo son: *otros productos textiles*, *prendas de vestir*, *excepto de piel* y *tejidos y artículos de punto y ganchillo*. Este comportamiento evidencia algunos avances de la cadena en

busca de una mayor inserción en el mercado externo, avances que han permitido a los mencionados renglones posicionarse en el conjunto de sectores competitivos de Bogotá-Cundinamarca. No obstante, debe buscarse una mayor inserción que permita igualar las tasas de apertura exportadora de los diferentes renglones de la cadena *textil confecciones*, ya que en la actualidad hay algunos renglones bastante rezagados, como la *preparación e hilatura de fibras textiles* y *tejedurá de productos textiles* y cuya tasa de apertura exportadora es 11,4% y 9,5%. En la medida que estos sectores se encuentran en los primeros eslabones de la cadena, su retraso competitivo afecta el potencial exportador de toda la industria.

Por otra parte, el sector tiene que reducir la dependencia del mercado venezolano. Ello se puede lograr si se empieza a aprovechar todo el potencial importador de los mercados con mayor dinamismo, como es el caso de Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Francia, Islandia, Noruega y Costa Rica, entre otros. En algunos renglones, estos destinos han empezado a pesar significativamente en las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca, aunque todavía la participación de la Región en sus importaciones es insignificante.

En el caso de Estados Unidos hay que resaltar que además de ser un mercado de gran tamaño, éste ofrece grandes ventajas comerciales para la exportación de la cadena *textil-confecciones*. De acuerdo con los cálculos del III, Estados Unidos es el país con mayor vocación importadora por *prendas de vestir y tejidos* y *artículos de punto y ganchillo*, dos de los tres renglones competitivos de la cadena. Por ello la ratificación del TLC abriría las puertas para la exportación de algunos eslabones finales hacia el mercado con mayor dinamismo.

Un TLC entre Colombia y Estados Unidos garantizaría que las exportaciones de textiles y confecciones de la Región podrían alcanzar aranceles muy reducidos, al estilo de los que enfrentan hoy día los países centroamericanos, en un plazo muy corto de tiempo. De esta manera la cadena de la Región estaría en igualdad de condiciones para continuar con la tarea pendiente de conquistar ese mercado. Esta tarea será compleja si se considera el tiempo perdido por nuestro país en su inserción a las cadenas internacionales de suministro y la tendencia de precios internacionales a la baja.

No obstante, en caso de que no se dé la ratificación del TLC, existen oportunidades comerciales en Europa, Chile, Japón y Costa Rica, entre otros mercados. De igual manera, las actuales negociaciones comerciales que adelanta el país con EFTA y la Unión Europea y el acuerdo que está por entrar en vigencia con Chile permitirían incrementar las exportaciones de los renglones competitivos de la cadena *textil-confecciones*, si se generan preferencias arancelarias para la exportación de estos productos.

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

Merece especial atención la manifestación recurrente de los empresarios de todos los sectores, con excepción de los de servicios, de la apremiante necesidad de inversión en infraestructura, sobre todo en el transporte terrestre y marítimo, así como la reducción de tarifas

para el caso de transporte aéreo. La necesidad de contar con mejor infraestructura de transporte terrestre y marítimo tiene una mayor importancia relativa para el sector *Textiles y confecciones* dado que este es el principal método de transporte que la cadena utiliza.

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

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

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



**// HAY QUE TRABAJAR EN LA ARTICULACIÓN DE LOS DISTINTOS ESLABONES DE LA CADENA. ESTE IMPERATIVO NO SÓLO ABARCA LA NECESIDAD DE AVANZAR EN PROCESOS DE ASOCIATIVIDAD, COMO MECANISMO PARA QUE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS QUE CARACTERIZAN EL SECTOR PUEDAN HACER FRENTE A LA GRAN DEMANDA INTERNACIONAL, SINO ADEMÁS LA CONVENIENCIA DE GENERAR UNA MAYOR INTEGRACIÓN VERTICAL QUE PERMITA ALCANZAR UNA MAYOR AGREGACIÓN DE VALOR.**

# Bibliografía

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

# Anexo:

## Definición e interpretación de los indicadores de competitividad comercial relativa

### A. Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR)

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

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

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

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

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

$X_A$ : valor de las exportaciones totales del país A.

$X_w$ : valor de las exportaciones totales mundiales.

### B. Índice de intensidad importadora (III)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

$M_B$ : importaciones totales del país B.

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