PROYECTO
EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DEL SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

PRODUCTO 3

PARTE 1: ANÁLISIS MACRO ECONÓMICO Y DE COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRAFICA

Carlos Silgado Bernal

Fabio Moscoso Durán PhD.

Rafael Pérez Uribe PhD.

Universidad EAN. Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social

Consultores Asociados:

Carlos Salcedo Pérez PhD.

MSc. Hugo Alfonso Vargas A.

MSc. Nelson A. Andrade V.

– Marzo 28 de 2016 –

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS **4**
INDICE DE FIGURAS **6**
INTRODUCCIÓN **8**
1. PERSPECTIVA MACRO ECONÓMICA MUNDIAL **10**
1.1 LA SITUACIÓN EN LOS PAÍSES DESARROLLADOS 12
1.2 LA VISIÓN PARA LOS MERCADOS EMERGENTES 13
1.3 PERSPECTIVAS PARA AMÉRICA LATINA 14
1.4 PERSPECTIVAS PARA COLOMBIA 16
2. ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA GLOBAL, 2009 – 2014. ..... **18**
2.1 LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN EL MUNDO 18
2.1.1 Exportaciones mundiales 18
2.1.2 Importaciones mundiales 22
2.2 EL COMERCIO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN LOS PAÍSES DESARROLLADOS 24
2.2.1 Exportaciones de los países desarrollados 24
2.2.2 Importaciones de los países desarrollados 26
2.3 EL COMERCIO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN LOS PAÍSES EMERGENTES 27
2.3.1 Exportaciones de los países emergentes 27
2.3.2 Importaciones de los países emergentes 29
2.4 EL COMERCIO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN AMÉRICA LATINA 30
2.4.1 Exportaciones de América Latina y el Caribe 30
2.4.2 Importaciones de América Latina y el Caribe 31
3. LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA COLOMBIANA **33**
3.1 ANÁLISIS DE FLUJOS COMERCIALES POR SOCIO COMERCIAL 33
3.1.1 Países desarrollados 38
3.1.2 Economías emergentes 43
3.1.3 América Latina 48
3.2 LA BALANZA COMERCIAL RELATIVA COLOMBIANA POR SOCIO COMERCIAL 55
3.2.1 Países desarrollados 57
3.2.2 Economías emergentes 61
3.2.3 América Latina *64*
3.3 ANÁLISIS DE LOS ÍNDICES DE SIMILITUD DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR SOCIO COMERCIAL 67
3.3.1 Países desarrollados 68
3.3.2 Economías emergentes 69
3.3.3 América Latina 70
3.3.4 Con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia 70
3.4 EL ÍNDICE HERFINDAHL – HIRSCHMAN EN EL COMERCIO COLOMBIANO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRAFICA 73

3.4.1 Países desarrollados 74
3.4.2 Economías emergentes 75
3.4.3 América Latina 75
3.4.4 Con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia 76
3.5 ANÁLISIS DEL COMERCIO INTRA-INDUSTRIAL DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA COLOMBIANA 79
3.5.1 Países desarrollados 81
3.5.2 Economías emergentes 83
3.5.3 América Latina 85
3.5.4 Con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia 87
3.5.5 Análisis vertical y horizontal 89

4. CONCLUSIONES 93
5. ANEXOS 98
6. REFERENCIAS 100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Proyecciones de crecimiento económico. 11
Tabla 2. Exportaciones mundiales según categoría (miles de dólares), 2009-2014. 19
Tabla 3. Principales exportadores de productos de la industria de la comunicación gráfica (miles de dólares).... 21
Tabla 4. Principales importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)..... 23
Tabla 5. Principales países desarrollados exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares) . 25
Tabla 6. Principales países desarrollados importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares) . 26
Tabla 7. Principales países emergentes exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares) 28
Tabla 8. Principales países emergentes importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)..... 29
Tabla 9. Principales países de América Latina y el Caribe exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)..... 31
Tabla 10. Principales países de América Latina y el Caribe importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)..... 32
Tabla 11. Descriptiva código CIIU revisión 3. 34
Tabla 12. Flujo comercial Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 35
Tabla 13. Balanza comercial Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 37
Tabla 14. Balanza comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009 – 2014. 39
Tabla 15. Flujo comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 41
Tabla 16. Balanza comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 42
Tabla 17. Balanza comercial Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014. 44
Tabla 18. Flujo comercial Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 46
Tabla 19. Balanza comercial Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 47
Tabla 20. Flujo comercial Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014. 49
Tabla 21. Balanza comercial Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014. 51
Tabla 22. Flujo comercial Colombia – América Latina, sector industria la comunicación gráfica (US$, por código CIIU, 2009-2014. 52
Tabla 23. Balanza comercial Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014. 54
Tabla 24. IBCR Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. 56
Tabla 25. IBCR Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. 58
Tabla 26. IBCR Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. 60
Tabla 27. IBCR Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. 61
Tabla 28. IBCR Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. 63
Tabla 29. IBCR Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. 64

TABLA 30. IBCR COLOMBIA – AMÉRICA LATINA, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, SEGÚN CÓDIGO CIIU, 2009-2014. 66
TABLA 31. ÍNDICE ISE DE LOS 20 DESTINOS DE EXPORTACIÓN MÁS IMPORTANTES PARA COLOMBIA, 2009-2014. 71
TABLA 32. IHH CON LOS 20 DESTINOS DE EXPORTACIÓN MÁS IMPORTANTES PARA COLOMBIA, 2009-2014 77
TABLA 33. ICI COLOMBIA – MUNDO, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, 2009-2014. 80
TABLA 34. ICI COLOMBIA – PAÍSES DESARROLLADOS, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, 2009-2014. 82
TABLA 35. ICI COLOMBIA – ECONOMÍAS EMERGENTES, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, 2009-2014. 84
TABLA 36. ICI COLOMBIA – AMÉRICA LATINA, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, 2009-2014. 86
TABLA 37. ICI PARA LOS 20 DESTINOS DE EXPORTACIÓN MÁS IMPORTANTES PARA COLOMBIA,..... 87
TABLA 38. PROGRAMAS DE CALIDAD Y FÓRMULAS PARA LA REALIZACIÓN DEL CÁLCULO CORRESPONDIENTE. 90
TABLA 39. CÁLCULO Y CATEGORIZACIÓN ANÁLISIS INTRA INDUSTRIAL PARA PRODUCTOS DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, 2009-2014..... 91
TABLA 40. FLUJO COMERCIAL COLOMBIA – PAÍSES DESARROLLADOS, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA (1000 US$), 2009-2014..... 98
TABLA 41. FLUJO COMERCIAL COLOMBIA – ECONOMÍAS EMERGENTES, SECTOR INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA (US$), 2009-2014 99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Crecimiento del PIB en países seleccionados de A.L. (% Anual) Fuente: http://www.futuroenespañol.es/wp-content/uploads/2015/12/Angel_Melguizo_OCDE.pdf 14
Figura 2. Crecimiento tendencial para un conjunto de economías. Fuente: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39535/S1501061_es.pdf?sequence=1..... 15
Figura 3. Exportaciones mundiales según categoría de producto, 2009-2014 (miles de dólares). 20
Figura 4. Balanza comercial Colombia – Mundo, por código CIIU. Fuente: Elaboración de los autores. 38
Figura 5. Exportaciones, importaciones y balanza comercial Colombia – países desarrollados, (2009-2014). 40
Figura 6. Balanza comercial Colombia – países desarrollados, por código CIIU (2009-2014). Fuente: Elaboración de los autores. Economías emergentes 43
Figura 7. Exportaciones, importaciones y balanza comercial Colombia – economías emergentes (2009-2014). ... 45
Figura 8. Balanza comercial Colombia – economías emergentes, por código CIIU (2009-2014) 48
Figura 9. Exportaciones, importaciones y balanza comercial Colombia – América Latina (2009-2014)..... 52
Figura 10. Balanza comercial Colombia – América Latina por código CIIU (2009-2014). 55
Figura 11. IBCR Colombia – Mundo, por código CIIU 2009-2014. 57
Figura 12. IBCR Colombia – países desarrollados 2009-2014. 59
Figura 13. IBCR Colombia – Países desarrollados, según código CIIU, 2009-2014. 60
Figura 14. IBCR Colombia – economías emergentes, 2009-2014. 62
Figura 15. IBCR Colombia – economías emergentes según código CIIU 2009-2014. 63
Figura 16. IBCR Colombia – América Latina 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores..... 65
Figura 17. IBCR Colombia – América Latina según código CIIU 2009-2014. Fuente: elaboración de los autores.. 66
Figura 18. ISE Colombia – mundo 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores..... 68
Figura 19. ISE Colombia – países desarrollados 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores..... 68
Figura 20. ISE Colombia – economías emergentes, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores..... 69
Figura 21. ISE Colombia – América Latina, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. 70
Figura 22. ISE Colombia – 20 destinos de exportación más importantes, 2009-2014 a. 72
Figura 23. Colombia – 20 destinos de exportación más importantes, 2009-2014, b. 72
Figura 24. IHH Colombia – mundo, 2009-2014. Fuente: elaboración de los autores. 74
Figura 25. IHH Colombia – países desarrollados, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. 74
Figura 26. IHH Colombia – economías emergentes, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores..... 75
Figura 27. IHH Colombia – América Latina 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. 76
Figura 28. IHH Colombia con los 20 destinos de exportación más importantes, sección A. Fuente: Elaboración de los autores. 78
Figura 29. IHH Colombia con los 20 destinos de exportación más importantes, sección B. Fuente: Elaboración de los autores. 78
Figura 30. ICI Colombia – mundo, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. 80
Figura 31. ICI Colombia – Mundo según código CIIU, 2009-2014 Fuente: Elaboración de los autores 81
Figura 32. ICI Colombia – países desarrollados, 2009-2014 Fuente: Elaboración de los autores. 82
Figura 33. ICI Colombia – Países desarrollados, según código CIIU. Fuente: Elaboración de los autores. 83
Figura 34. ICI Colombia – economías emergentes, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. 83
Figura 35. ICI Colombia – Economías emergentes, según código CIIU, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. 84
Figura 36. ICI Colombia – América Latina, 2009-2014. 85
Figura 37. ICI Colombia – América Latina, según código CIIU, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores. . 86

FIGURA 38. ICI COLOMBIA – 20 DESTINOS DE EXPORTACIÓN MÁS IMPORTANTES, 2009-2014, A. FUENTE: ELABORACIÓN DE LOS AUTORES. 88
FIGURA 39. ICI COLOMBIA – 20 DESTINOS DE EXPORTACIÓN MÁS IMPORTANTES, 2009-2014 B. 88

INTRODUCCIÓN

La competitividad tiene muchas definiciones y aplicaciones prácticas en la actualidad. Sin embargo, el presente análisis opta por la teoría de la OCDE (2000) según la cual "la competitividad se mide como la capacidad de las empresas, industrias, regiones y naciones para generar ingresos y niveles de empleo altos de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional". En este sentido, la competitividad de una industria o sector *per se* está ligada al grado de competencia que tenga en los mercados y su grado de inserción internacional.

Por tal motivo, este estudio tiene como objeto principal el análisis de la competitividad de la industria de la comunicación gráfica colombiana en el contexto internacional y la identificación de las brechas de competitividad que orienten el desarrollo de la industria. Para tal fin, se analizaron tres grandes zonas comerciales con las cuales la industria tiene relaciones comerciales: A. Países desarrollados; B. Países emergentes (se excluyeron los países de América Latina del grupo), y C. Países latinoamericanos y del Caribe en su conjunto. Esta desagregación por países y regiones obedeció al criterio de grados de valor agregado, diferenciación de producto y precios a nivel comercio internacional presentes en las regiones. A nivel estadístico se utilizó la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), rev. 3. a 6 dígitos. Para métodos de presentación, se agregó la información al CIIU, rev., 3 a 4 dígitos. En términos generales, se analizaron todos los países con los cuales el sector de la industria gráfica presentó actividades de comercio exterior.

El presente estudio se divide en tres secciones, a saber: La primera sección se centró en el análisis de las perspectivas de crecimiento económico a fin de determinar una tendencia en el comportamiento de la economía mundial y de América Latina. Estas tendencias permitirán determinar las posibilidades de crecimiento en la actual coyuntura económica internacional.

Una segunda sección, se dedicó al estudio del comercio mundial del sector de la industria de la comunicación gráfica. Esta parte presenta el flujo comercial de exportaciones e importaciones del sector, así como la desagregación por regiones del mundo del comercio internacional del sector. Esta sección, genera el conocimiento del dinamismo y la participación por regiones del comercio de la industria de la comunicación gráfica, mostrando niveles y crecimiento de los flujos comerciales por regiones.

Finalmente, la tercera sección presenta el análisis de la competitividad de la industria gráfica colombiana en el contexto internacional. Un primer análisis se aproximó al cálculo de la balanza comercial colombiana por regiones del mundo durante el periodo 2009 – 2014. En segundo lugar, se realizó el cálculo del índice de similitud de exportaciones por socio comercial (agrupado de nuevo por regiones del mundo) el cual describe qué tan similares son las canastas exportadoras entre socios. En tercer lugar, se presenta el grado de concentración de exportaciones a través del índice Herfindahl-Hirschman que mide el grado de monopolización u oligopolizacion de un sector en término de exportaciones. Por último, se realizó el análisis de comercio intraindustrial (CII) que explica la facilidad con la que la industria gráfica exporta e importa simultáneamente bienes de la misma industria, haciendo énfasis en el grado de comercio intraindustrial vertical y horizontal, y muestra la relaciones del ratio precio / calidad en términos de la inserción comercial en el mundo.

1. PERSPECTIVA MACRO ECONÓMICA MUNDIAL

La disminución del precio de los productos básicos y la ralentización en los flujos comerciales y de capital, aunados a episodios de inestabilidad financiera, marchitaron las previsiones del crecimiento económico mundial hechas para el año 2015. Para el año 2016, las cifras se abordan con recelo.

Según los informes de perspectivas económicas mundiales del Banco Mundial y WEO (2016), se prevé una ligera recuperación en las economías más avanzadas, dependiente de la estabilización del precio de los productos básicos y la transición gradual de China hacia un modelo de crecimiento basado en el consumo y en los servicios, mientras que en las economías emergentes se observará un crecimiento económico más lento y desigual que el presentado hasta el presente.

Conforme a las proyecciones realizadas en la Actualización del Informe WEO, el crecimiento en la economía mundial para el año 2016 será de 3.4%, y para 2017 se prevé un crecimiento del 3.6%, lo que significa un crecimiento global relativamente lento con respecto a períodos anteriores, y un débil repunte desde el 2015 (Tabla 1).

Tabla 1.Proyecciones de crecimiento económico.

Últimas proyecciones del FMI

La economía mundial sigue creciendo, pero a un ritmo más lento.
(variación porcentual)

		Proyecciones		Diferencia con las proyecciones del informe WEO de octubre de 2015[1]	
	2015	2016	2017	2016	2017
Producto mundial	3,1	3,4	3,6	-0,2	-0,2
Economías avanzadas	1,9	2,1	2,1	-0,1	-0,1
Estados Unidos	2,5	2,6	2,6	-0,2	-0,2
Zona del euro	1,5	1,7	1,7	0,1	0,0
Alemania	1,5	1,7	1,7	0,1	0,2
Francia	1,1	1,3	1,5	-0,2	-0,1
Italia	0,8	1,3	1,2	0,0	0,0
España	3,2	2,7	2,3	0,2	0,1
Japón	0,6	1,0	0,3	0,0	-0,1
Reino Unido	2,2	2,2	2,2	0,0	0,0
Canadá	1,2	1,7	2,1	0,0	-0,3
Otras economías emergentes	2,1	2,4	2,8	-0,3	-0,1
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	4,0	4,3	4,7	-0,2	-0,2
Comunidad de Estados Independientes	-2,8	0,0	1,7	-0,5	-0,3
Rusia	-3,7	-1,0	1,0	-0,4	0,0
Excluido Rusia	-0,7	2,3	3,2	-0,5	-0,8
Economías de mercados emergentes y en desarrollo de Asia	6,6	6,3	6,2	-0,1	-0,1
China	6,9	6,3	6,0	0,0	0,0
India	7,3	7,5	7,5	0,0	0,0
ASEAN-5[2]	4,7	4,8	5,1	-0,1	-0,2
Economías de mercados emergentes y en desarrollo de Europa	3,4	3,1	3,4	0,1	0,0
América Latina y el Caribe	-0,3	-0,3	1,6	-1,1	-0,7
Brasil	-3,8	-3,5	0,0	-2,5	-2,3
México	2,5	2,6	2,9	-0,2	-0,2
Oriente Medio, Norte de África, Afganistán y Pakistán	2,5	3,6	3,6	-0,3	-0,5
Arabia Saudita	3,4	1,2	1,9	-1,0	-1,0
África subsahariana	3,5	4,0	4,7	-0,3	-0,2
Nigeria	3,0	4,1	4,2	-0,2	-0,3
Sudáfrica	1,3	0,7	1,8	-0,6	-0,3
Países en desarrollo de bajo ingreso	4,6	5,6	5,9	-0,2	-0,2

Fuente: FMI, Actualización de *Perspectivas de la economía mundial* (informe WEO), enero de 2016.
[1]La diferencia está basada en el redondeo de las cifras de los pronósticos actuales y del informe WEO de octubre de 2015.
[2]Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia y Vietnam.

Fuente: http://www.imf.org/external/Spanish/pubs/ft/survey/so/2016/RES011916AS.htm

Las economías de los mercados emergentes y en desarrollo señalan mejores perspectivas de crecimiento, aunque enfrentarán mayores retos y riesgos como

consecuencia principalmente de la desaceleración económica de China, enmarcada en un escenario en el que el dólar norteamericano se hace cada vez más fuerte. Esta tendencia pone en evidencia la probable dificultad para materializar objetivos en términos de reducción de pobreza y prosperidad compartida.

Según lo señalado por Jim Yong Kim, presidente del Grupo Banco Mundial: "Los países en desarrollo deben concentrarse en fomentar su capacidad de recuperación ante una situación económica más endeble y en proteger a los más vulnerables. Los beneficios de las reformas de las condiciones comerciales y de gobierno pueden ser cuantiosos y podrían ayudar a compensar los efectos de la lentitud del crecimiento en las economías más grandes" (Banco Mundial, 2016).

1.1 La situación en los países desarrollados

En el año 2016, según el informe de Actualización de Perspectivas de la Economía Mundial (Tabla 1), el crecimiento en las economías avanzadas aumentaría a 2,1% y se mantendría en tal cifra hasta el 2017.

Para el Fondo Monetario Internacional (FMI), las condiciones financieras favorables y el fortalecimiento de los mercados laborales y de vivienda, le permitirán Estados Unidos continuar por la senda del crecimiento, lo que implica un dólar robustecido para el periodo señalado.

En la zona del euro, el fortalecimiento del consumo privado sustentado por la caída de los precios del petróleo y las condiciones financieras favorables, supera y compensa el debilitamiento de las exportaciones netas (FMI, 2016).

Se calcula que el crecimiento en el resto de países que componen las economías avanzadas, se afiance en el periodo 2016 -2017 gracias al abaratamiento del petróleo, las condiciones financieras y el aumento de los ingresos.

Por otra parte, según Ayhan Kose (W.B., 2016), director del Grupo de Perspectivas de Desarrollo Económico del Banco Mundial, a nivel general se mantiene el riesgo de turbulencias financieras en una nueva era de aumento de los costos del endeudamiento.

1.2 La visión para los mercados emergentes

En 2015, según el informe de Actualización de Perspectivas de la Economía Mundial (Ver: tabla 1), el crecimiento en las economías emergentes aumentaría de 4% (el nivel más bajo desde la crisis financiera de 2008) a 4,3% en el 2016, y se incrementaría hasta el 4.7% en 2017.

Según lo previsto por el Banco Mundial (BM), se presentará desaceleración para la economía China en este periodo, mientras que Rusia y Brasil continuarán en recesión. Para el resto de países que componen las economías de mercados emergentes existe divergencia en sus desempeños, lo que implica la aparición de riesgos por la incertidumbre en los escenarios probables enmarcados en desaceleraciones desordenadas y la continuación de crecientes tensiones geopolíticas, que contribuyen a la volatilidad.

India y el resto de las economías emergentes de Asia son casos positivos de crecimiento destacable, proyectándose para ellos un crecimiento vigoroso en el periodo señalado.

El panorama para los mercados emergentes se encuentra enmarcado en tres elementos claves generadores de riesgo, como son: 1. Una desaceleración económica China más drástica de lo esperado, que podría provocar mayores efectos de contagio a nivel internacional por la vía del comercio; 2. Una mayor apreciación del dólar causada por tensiones financieras durante el ciclo restrictivo iniciado por la Reserva Federal estadounidense; 3. Una caída de los precios de las materias primas, como efecto colateral de la desaceleración económica China, vía reducción de la demanda.

1.3 Perspectivas para América latina

Para 2016, según el Banco Mundial, la región tendrá una recuperación moderada tras la recesión: la actividad económica recobrará un crecimiento modesto después de contraerse 0,9% en el 2015, mientras persiste la disminución del precio de los productos básicos, los problemas internos que aquejan a las economías más grandes de la región y la pérdida del impulso inversor de periodos anteriores, que afectan a la región en general.

Sin embargo, hay diferencias entre las subregiones. El mayor crecimiento de los países en desarrollo de América Central y del Norte y el Caribe, impulsado por las exportaciones de productos manufacturados subsanará la debilidad de América del Sur, donde tres economías clave: Argentina, Brasil y Venezuela, entraron en recesión (Figura 1).

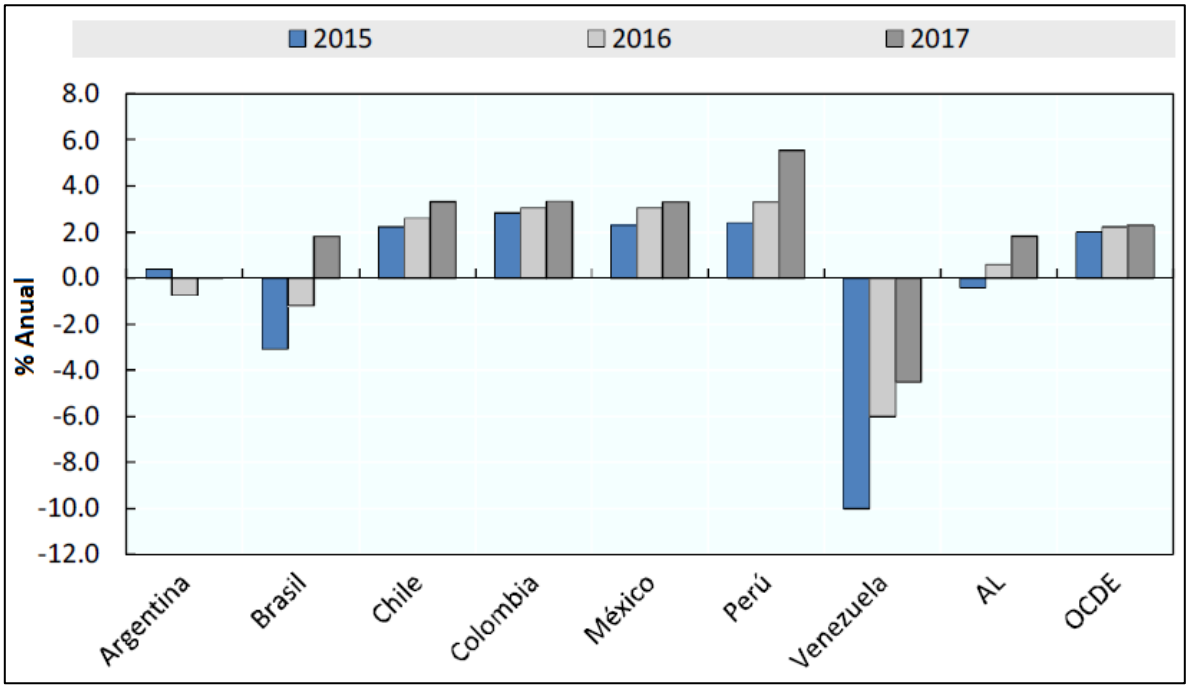
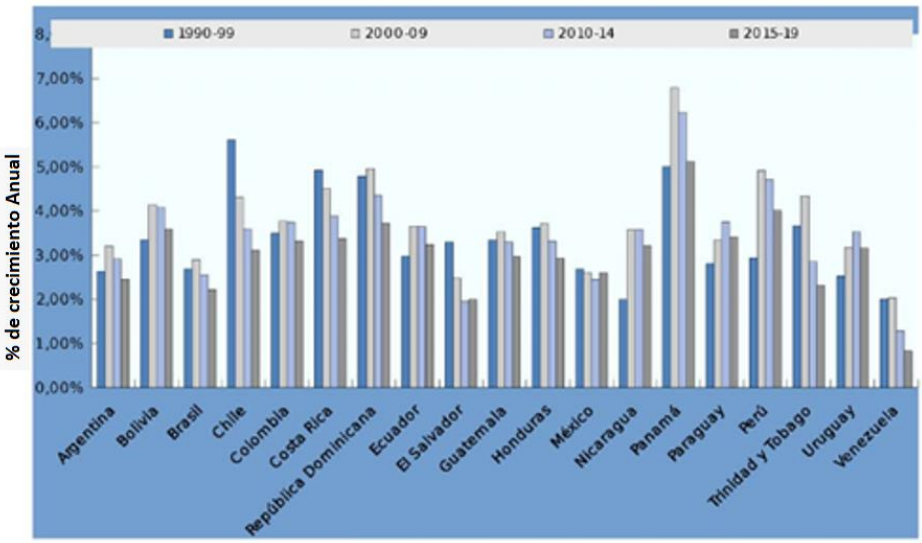


Figura 1 Crecimiento del PIB en países seleccionados de A.L. (% Anual) Fuente: http://www.futuroenespañol.es/wp-content/uploads/2015/12/Angel_Melguizo_OCDE.pdf

La evolución de la participación China en los encadenamientos globales de valor de América Latina ha sido notable, llegando incluso a superar a las intrarregionales. Los créditos concedidos por China a América Latina lo convierten en el mayor país prestamista de la región y es probable que esta tendencia continúe, ampliándose a nuevos países y sectores.

A medida que el fenómeno de la "riqueza cambiante" liderado por China (según el cual el centro de gravedad de la economía global se está desplazando hacia las economías emergentes), entra en una nueva fase y tiene un impacto sobre la economía mundial, la "nueva normalidad" de China supone a la vez riesgos inherentes en tal escenario para la región: la reducción de la demanda China de materias primas junto con la disminución de los precios continuará afectando a los exportadores latinoamericanos de productos y materias primas durante las próximas décadas (CAF, 2015). (Ver también Figura 2).



	Argentina	Bolivia	Brasil	Chile	Colombia	Costa Rica
1980-89	1,94%	2,33%	2,74%	8,09%	4,20%	5,78%
1990-99	2,64%	3,35%	2,68%	5,61%	3,49%	4,92%
2000-09	3,21%	4,14%	2,89%	4,32%	3,77%	4,51%
2010-14	2,91%	4,08%	2,56%	3,60%	3,74%	3,88%
2015-19	2,44%	3,59%	2,22%	3,12%	3,32%	3,37%

Figura 2. Crecimiento tendencial para un conjunto de economías. Fuente: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39535/S1501061_es.pdf?sequence=1

1.4 Perspectivas para Colombia

China es el segundo socio comercial de Colombia detrás de Estados Unidos, y Colombia es el quinto socio comercial de China en América Latina, por lo que el futuro colombiano se encuentra muy relacionado con la evolución de estas dos economías.

El panorama con respecto a Estados Unidos se encuentra enmarcado en el riesgo de una mayor depreciación del peso colombiano y una mayor apreciación del dólar causada por tensiones financieras durante el ciclo restrictivo iniciado por la Reserva Federal estadounidense y por una caída de los precios de materias primas, de las cuales el país es altamente dependiente.

Las relaciones económicas y comerciales Chino-Colombianas han aumentado sostenidamente durante los últimos 15 años, en un promedio anual de 28.9%. Según la CEPAL (2015), en 2014, 11% de las exportaciones de Colombia tuvieron como destino China. La mayoría de las exportaciones, en términos de valor agregado se concentraron en la minería (57%) y en los productos de nivel tecnológico bajo y medio (26%). En cambio, los servicios representaron el 17% del total de exportaciones y se concentraron sobre todo en los servicios tradicionales. En 2014, Colombia importó 19% de sus bienes y servicios de China. Las importaciones, en términos de valor agregado, se concentraron en productos nivel tecnológico medio-alto (30%) y alto (52%) concentrando más de tres cuartas partes de las mismas.

En el año 2015, se firmó un memorando de entendimiento entre ambos países para estudiar la viabilidad de un Tratado de Libre Comercio bilateral. Adicionalmente, desde 2012, se han firmado acuerdos bilaterales en temas de agricultura, comercio, conservación de aguas, energía, inspección de la calidad y minería, además de becas de estudios para colombianos.

A pesar de que China ha adquirido protagonismo como prestamista bilateral en Latinoamérica, menos del 1% de sus préstamos han ido a Colombia, por lo que las relaciones financieras vía inversión extranjera directa entre los dos países podrían mejorar. En este sentido, según la CEPAL (2015), se espera un crecimiento de la inversión China en infraestructura colombiana para los próximos años, gracias a los acuerdos de cooperación firmados entre los dos países que, entre otros proyectos, incluyen la financiación de un complejo industrial en la ciudad portuaria de Buenaventura; la construcción de la carretera que conecta la costa del pacífico y la región de la Orinoquia; y la navegabilidad del río Meta para estimular el desarrollo agrario.

La participación de Colombia en las cadenas globales de valor (CGV) se sitúa por debajo del promedio de América Latina y es sustancialmente inferior a la Unión Europea. En términos generales, los países especializados en la minería como Colombia tienden a registrar niveles más bajos de encadenamientos hacia atrás[1], ya que este sector abastece menos insumos intermedios importados. Sus encadenamientos hacia atrás con China se concentran en las industrias de nivel tecnológico bajo y alto (representaron 69% del total, en 2011). Por otro lado, los encadenamientos hacia adelante de Colombia (30%) son mayores que los del resto de países de América Latina considerados para este análisis. Esta situación es indicativa de posiciones en los eslabones iniciales de las cadenas globales de valor. Los encadenamientos hacia adelante de Colombia con China se concentran en la minería (representaron 61% del total, en 2011), CEPAL (2015).

De acuerdo con cifras del DANE, el PIB colombiano creció en 2015 un 3,0%, lo que lo coloca por encima del promedio de la región, y el Banco Mundial proyecta para su economía en 2016, 2017 y 2018, crecimientos de 3,0%, 3,3% y 3,5%, respectivamente.

[1] Hirschman, (1958) postula el concepto "eslabonamiento" definido como el conjunto de relaciones económico-productivas que una unidad tiene con su entorno, distinguiendo dos tipos de eslabonamiento: "hacia atrás, o backwards linkages" y "hacia delante, o forward linkages". El eslabonamiento hacia atrás lo define para el caso en que un sector, segmento, o mera unidad productiva se presenta como demandante de insumos o inputs para su proceso productivo. Para el comportamiento como oferente de servicios o insumos a otras empresas o particulares, lo define como encadenamiento hacia adelante.

2. ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA GLOBAL, 2009 – 2014

El presente capítulo abordará los flujos agregados de comercio de la industria de la comunicación gráfica de acuerdo a bloques preestablecidos de países, haciendo uso de la información consignada en la base de datos de UN COMTRADE.

Con el propósito de brindar un panorama mundial según familia de productos, esta sección aplicó de acuerdo a este criterio la clasificación manejada en Colombia[2] a la base de datos general de comercio internacional. De acuerdo a esto, en este capítulo se presentará la información de comercio exterior según las siguientes familias: Artículos escolares y de oficina, Empaques de papel y cartón, Empaques de plástico y sus sustratos[3], Etiquetas, Formas comerciales y valores, Juegos,[4] Libros, Material publicitario y comercial (así como otros impresos) y Publicaciones periódicas.

2.1 La evolución del comercio de la comunicación gráfica en el mundo

2.1.1 Exportaciones mundiales

En el año 2014, el mundo exportó 108,4 miles de millones de dólares en productos impresos, cifra que al compararse con el monto exportado en el año 2009 (84,6 miles de millones de dólares) representa una tasa anual de crecimiento compuesto, TACC, de 5.1%. Así mismo, las cifras indican que, aproximadamente, 75,6% de las exportaciones se encuentran concentradas en 14 países.

---

[2] Para este efecto se dio uso de las clasificaciones que bajo su criterio generó Andigraf y fueron adaptadas por el Programa de Transformación Productiva.

[3] Las subpartidas arancelarias contenidas en esta categoría de productos, se refieren tanto a material impreso, como a los sustratos utilizados para impresión. Actualmente no se cuenta con una subpartida arancelaria que permita hacer la diferenciación entre los dos tipos de productos. Por lo tanto, la cifra presentada sobrestima el valor de los empaques flexibles impresos. Sin embargo, considerando el crecimiento y la importancia de esta categoría se ha decidido conservar las cifras en el presente documento.

[4] Incluyen productos catalogados como artículos de fiesta.

En cuanto a la evolución de las subcategorías, se observa en el periodo de análisis un crecimiento en los valores exportados de los productos vinculados a la industria de la comunicación gráfica, con excepción de las exportaciones mundiales de productos clasificados en la categoría de publicaciones periódicas que reportaron una TACC de -4,0%. Los datos indican un crecimiento promedio de 14,9% en las exportaciones de juegos y productos de fiesta, seguidos por los empaques de plástico y sus sustratos, con una TACC de 9,4%; Empaques de papel y cartón, con 7,3%; Etiquetas, con 6,9%, y Artículos escolares y de oficina, con 4,5%, entre otros (Tabla 2).

Tabla 2. Exportaciones mundiales según categoría (miles de dólares), 2009-2014.

Exportaciones mundiales según Categoría (miles de dólares)							
Categoría	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**TACC**
Artículos escolares y de oficina	4,021,578	4,482,208	4,989,822	4,837,585	4,969,848	5,009,732	**4.5%**
Empaques de papel y cartón	15,740,213	17,353,696	20,450,235	20,533,802	21,951,262	22,424,133	**7.3%**
Empaques de plástico y sus sustratos	16,734,478	19,675,319	23,046,883	23,038,227	25,048,931	26,220,642	**9.4%**
Etiquetas	3,581,100	3,917,139	4,263,503	4,211,804	4,440,006	4,988,497	**6.9%**
Juegos	3,133,272	3,495,475	4,449,201	5,408,825	5,663,834	6,280,753	**14.9%**
Libros	14,659,158	14,626,383	15,776,593	14,946,368	15,333,737	16,380,160	**2.2%**
Material publicitario y comercial	20,842,776	22,507,943	25,688,043	21,167,133	23,192,821	22,273,352	**1.3%**
Publicaciones periódicas	5,955,963	5,902,690	6,225,666	5,496,268	5,280,989	4,851,867	**-4.0%**
Total general	**84,668,539**	**91,960,853**	**104,889,946**	**99,640,013**	**105,881,429**	**108,429,136**	**5.1%**

Fuente: UN - COMTRADE

Adicionalmente, por grupos de productos se evidencia que los empaques de plástico y sus sustratos son los productos más exportados (24,2%), seguidos por los empaques de papel y cartón (20,7%), y el material publicitario y comercial (20,5%). Por su parte, la exportación mundial de libros impresos representa 15,1% de las ventas mundiales de productos de la industria de la comunicación gráfica.

El 52% de las exportaciones mundiales de productos de la industria de la comunicación gráfica se concentran en cuatro productos, siendo la subpartida 392010, relacionada con los empaques de plástico y sus sustratos la que mayor participación revela (14,1%). Por su parte, los libros clasificados en la subpartida 49019 son el segundo

producto con mayores ventas internacionales, registrando en el año 2014 exportaciones por 14.189 millones de dólares y una tasa de crecimiento de 3.4% (Figura 3).

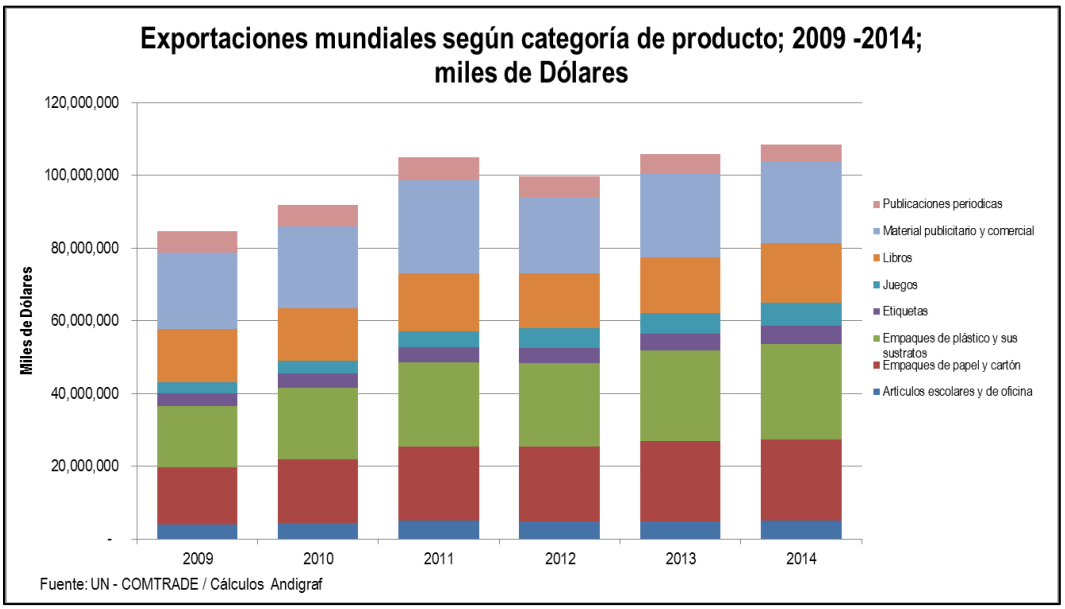


Figura 3. Exportaciones mundiales según categoría de producto, 2009-2014 (miles de dólares).

Fuente: UN – COMTRADE / cálculos Andigraf

La Tabla 3 describe los principales exportadores de productos de la industria de la comunicación gráfica. China y Hong Kong, con 19,9% de participación, son el principal origen de las exportaciones mundiales de productos de la industria de la comunicación gráfica.

Alemania es el segundo origen de material impreso, con exportaciones de 13.077 millones de dólares, en el año 2014, y una tasa de crecimiento de 1,5%.

El 8,9% de las exportaciones mundiales de material impreso son realizadas por los Estados Unidos, con unas ventas de 9.626 millones de dólares, durante el año 2014, y una tasa de crecimiento de 1,6%. Los libros, con 24% de participación, son la principal

categoría de exportación. Sin embargo este rubro ha reportado en el período de análisis una TACC de -1.0%.

Resalta en el periodo de análisis la evolución en las exportaciones de Singapur, que pasaron del puesto 18, en el año 2009, con 1.280 millones de dólares exportados, a la posición número 4, en el año 2014, con ventas al extranjero de 6.147 millones de dólares y una TACC de 36,9%. El 73,8% de las exportaciones de este país están concentradas en los productos de la subcategoría formas y valores, especialmente la subpartida 490710.

Tabla 3. Principales exportadores de productos de la industria de la comunicación gráfica (miles de dólares)

Principales exportadores productos de la industria de la comunicación gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	China	9,268,075	11,249,341	13,925,834	15,989,649	17,296,348	18,242,391	16.8%	14.5%
2	Germany	12,158,873	12,298,204	13,575,118	12,312,739	12,856,286	13,077,245	12.1%	1.5%
3	United States	8,884,486	9,572,114	9,815,672	9,820,983	9,860,108	9,626,937	8.9%	1.6%
4	Singapore	1,280,308	1,697,909	2,513,461	2,835,755	4,997,291	6,147,267	5.7%	36.9%
5	United Kingdom	5,276,905	5,717,897	6,021,279	5,717,192	5,822,984	6,082,445	5.6%	2.9%
6	Italy	4,186,500	4,450,244	4,762,483	3,948,398	4,052,989	4,293,154	4.0%	0.5%
7	Netherlands	2,999,337	3,151,428	4,090,679	3,882,073	4,048,295	4,140,396	3.8%	6.7%
8	France	3,839,999	3,868,270	4,159,206	3,838,248	3,937,917	3,787,757	3.5%	-0.3%
9	Hong Kong, China	277,617	278,786	263,123	233,171	220,401	3,343,153	3.1%	64.5%
10	Canada	2,751,304	2,929,607	2,937,041	3,082,338	3,044,556	3,195,962	2.9%	3.0%
11	Belgium	3,115,026	3,033,707	3,452,442	3,236,488	3,466,151	3,144,397	2.9%	0.2%
12	Poland	1,583,199	1,785,966	2,133,844	2,119,679	2,510,534	2,750,654	2.5%	11.7%
13	Spain	2,001,607	2,033,523	2,245,662	2,154,400	2,294,045	2,381,743	2.2%	3.5%
14	Czech Republic	1,685,308	1,665,149	1,855,603	1,699,547	1,697,740	1,795,059	1.7%	1.3%
15	Austria	1,654,603	1,602,153	1,849,461	1,708,680	1,797,330	1,768,106	1.6%	1.3%
16	Malaysia	1,118,149	1,309,229	1,508,832	1,539,062	1,631,376	1,685,371	1.6%	8.6%
17	Mexico	1,080,716	1,281,226	1,344,423	1,378,182	1,493,785	1,558,562	1.4%	7.6%
18	Japan	1,558,910	1,880,147	1,789,987	1,470,644	1,338,185	1,291,206	1.2%	-3.7%
19	Thailand	2,262,829	2,888,917	4,929,234	1,109,101	1,140,777	1,194,871	1.1%	12.0%
20	Denmark	919,921	939,036	1,067,269	1,030,520	1,146,323	1,165,708	1.1%	4.8%
21	Switzerland	1,286,266	1,281,197	1,382,769	1,201,605	1,184,603	1,114,690	1.0%	-2.8%
22	Sweden	1,103,410	1,209,418	1,414,087	1,274,930	1,145,949	1,113,343	1.0%	0.2%
23	Turkey	607,821	720,707	861,949	914,684	1,037,667	1,106,666	1.0%	12.7%
24	Korea, Rep.	641,404	834,852	864,768	834,754	976,624	945,670	0.9%	8.1%
25	Vietnam	402,769	425,769	556,386	668,194	772,113	878,699	0.8%	16.9%

Principales exportadores productos de la industria de la comunicación gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
26	India	455,573	450,367	645,415	697,231	769,436	763,309	0.7%	10.9%
27	Other Asia, nes	553,838	615,894	656,137	692,785	686,806	760,275	0.7%	6.5%
28	Russian Federation	411,293	333,671	341,161	462,610	668,624	659,657	0.6%	9.9%
29	Indonesia		503,217	530,658	542,844	601,224	574,931	0.5%	3.4%
30	Hungary	431,270	488,121	586,178	566,821	571,085	549,794	0.5%	5.0%
31	Finland	447,434	545,565	625,531	576,243	570,854	542,287	0.5%	3.9%
32	Slovak Republic	472,287	499,843	582,961	558,483	544,668	537,083	0.5%	2.6%
33	Portugal	355,031	337,168	439,859	447,086	456,888	472,158	0.4%	5.9%
34	Ireland	281,455	367,507	452,838	371,044	461,992	429,310	0.4%	8.8%
35	Lithuania	218,982	272,716	337,006	364,725	404,846	421,430	0.4%	14.0%
36	Slovenia	284,535	291,060	339,180	326,168	364,511	374,276	0.3%	5.6%
37	South Africa	165,011	413,472	415,557	373,479	353,190	357,401	0.3%	16.7%
38	Ukraine			400,076	393,407	452,701	331,668	0.3%	-6.1%
39	Brazil	229,159	250,702	296,466	293,261	280,265	307,232	0.3%	6.0%
40	Otros	8,417,331	8,486,752	8,920,311	8,972,811	8,923,960	5,516,874	5.1%	-8.1%
	Total	**84,668,539**	**91,960,853**	**104,889,946**	**99,640,013**	**105,881,429**	**108,429,136**	**100%**	**5.1%**

Fuente: UN - COMTRADE

2.1.2 Importaciones mundiales

En cuanto a los principales importadores, en 2014, las cifras indican que Estados Unidos es el principal importador de producto impreso, con unas compras aproximadas al extranjero de 14.916 millones de dólares, una participación de 14,5%, y una TACC de 4,7%, para el período de estudio (Tabla 4).

Alemania es el segundo destino de las ventas mundiales de producto impreso, con una participación de 6.6% en las importaciones. La principal categoría importada por este país es la relacionada con los empaques de plástico y sus sustratos (27,4%), seguida por los empaques de papel y cartón (23,6%) y los libros (13,7%).

Reino Unido, Francia y Canadá completan el grupo de cinco países con mayores importaciones, con participaciones de 6,1%; 5,9% y 5,1%, con tasas de crecimiento de 3,3%; 1,2% y 2,0%, respectivamente.

Tabla 4. Principales importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

Principales Importadores productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	United States	11,854,400	13,212,503	13,677,365	13,270,067	13,563,570	14,916,187	14.5%	4.7%
2	Germany	5,615,240	5,630,265	6,517,589	6,098,968	6,320,724	6,818,206	6.6%	4.0%
3	United Kingdom	5,328,733	5,626,024	6,097,881	5,807,230	5,874,291	6,282,505	6.1%	3.3%
4	France	5,745,158	5,803,071	6,419,395	6,118,255	6,203,277	6,108,493	5.9%	1.2%
5	Canada	4,772,292	5,292,690	5,459,561	5,380,413	5,454,196	5,262,943	5.1%	2.0%
6	Japan	2,751,294	3,055,558	3,451,037	3,669,561	3,734,034	3,973,399	3.9%	7.6%
7	Netherlands	2,752,770	2,831,134	3,778,514	3,444,012	3,686,515	3,659,637	3.6%	5.9%
8	China	1,949,190	2,681,707	2,981,105	2,991,623	3,333,612	3,386,774	3.3%	11.7%
9	Belgium	2,943,318	3,000,155	3,389,363	3,120,101	3,398,525	3,192,011	3.1%	1.6%
10	Mexico	2,536,038	2,865,559	3,030,951	3,032,833	3,133,131	3,171,677	3.1%	4.6%
11	Switzerland	2,821,811	2,900,504	3,256,377	3,038,922	3,089,318	3,115,181	3.0%	2.0%
12	Hong Kong, China	2,214,315	2,511,732	2,613,402	2,571,932	2,590,650	2,680,613	2.6%	3.9%
13	Italy	1,831,736	2,040,156	2,279,037	2,036,510	2,123,173	2,204,966	2.1%	3.8%
14	Australia	1,619,242	1,878,337	1,995,948	2,115,189	2,041,217	2,109,178	2.0%	5.4%
15	Austria	2,041,847	2,068,009	2,254,323	2,095,084	2,134,724	2,098,741	2.0%	0.6%
16	Russian Federation	1,594,817	1,678,522	1,859,064	1,992,274	2,129,260	2,026,088	2.0%	4.9%
17	Spain	1,868,514	1,869,471	2,003,370	1,800,503	1,831,303	2,004,448	1.9%	1.4%
18	Poland	1,171,486	1,288,885	1,517,689	1,330,031	1,457,582	1,592,410	1.5%	6.3%
19	Czech Republic	1,509,868	1,439,701	1,478,131	1,294,802	1,394,570	1,474,401	1.4%	-0.5%
20	Sweden	1,033,420	1,169,298	1,330,898	1,223,552	1,250,856	1,305,012	1.3%	4.8%
21	Denmark	1,215,641	1,226,116	1,293,299	1,168,514	1,138,997	1,202,848	1.2%	-0.2%
22	Norway	1,007,861	1,069,385	1,187,456	1,155,831	1,196,505	1,179,814	1.1%	3.2%
23	India	590,583	717,254	849,778	928,842	822,571	1,078,578	1.0%	12.8%
24	Ireland	1,082,621	991,327	1,073,958	930,328	961,001	1,042,620	1.0%	-0.8%
25	Singapore	853,114	974,242	2,007,587	1,087,320	1,015,546	993,490	1.0%	3.1%
26	Korea, Rep.	590,023	652,535	706,829	701,534	726,742	749,518	0.7%	4.9%
27	Indonesia		383,788	538,033	613,762	639,086	709,934	0.7%	16.6%
28	Brazil	372,975	486,609	649,358	688,919	699,672	666,481	0.6%	12.3%
29	Hungary	619,038	653,088	718,809	666,804	670,901	660,585	0.6%	1.3%
30	Vietnam	342,201	396,643	447,890	436,081	508,912	639,861	0.6%	13.3%
31	Malaysia	442,086	492,112	531,979	573,741	557,798	593,403	0.6%	6.1%
32	Thailand	374,234	539,337	533,964	531,140	553,148	577,740	0.6%	9.1%
33	Romania	588,970	554,078	600,099	508,756	529,187	576,482	0.6%	-0.4%
34	Turkey	372,046	451,430	533,332	529,000	548,118	574,670	0.6%	9.1%
35	Slovak Republic	486,213	465,943	541,783	513,960	538,779	559,584	0.5%	2.9%
36	Portugal	622,303	608,753	595,704	507,074	509,397	548,409	0.5%	-2.5%
37	New Zealand	430,810	488,527	532,467	568,239	532,490	543,481	0.5%	4.8%
38	Other Asia, nes	423,465	505,738	558,992	598,610	546,959	536,330	0.5%	4.8%
39	Finland	481,812	564,537	581,175	521,468	502,611	495,060	0.5%	0.5%

Principales Importadores productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
40	Chile	252,776	353,872	389,749	417,022	485,637	471,882	0.5%	13.3%
41	South Africa	343,608	480,873	492,924	519,284	515,697	466,702	0.5%	6.3%
42	Kazakhstan	220,378	255,657	568,377	611,228	379,921	457,716	0.4%	15.7%
43	Greece	561,859	496,658	473,818	409,629	421,790	451,665	0.4%	-4.3%
44	Pakistan	84,988	89,560	80,079	187,526	916,254	432,627	0.4%	38.5%
45	Colombia	238,128	281,621	322,327	320,540	331,146	362,017	0.4%	8.7%
46	Ukraine			428,117	419,466	416,382	345,896	0.3%	-6.9%
47	Algeria	119,675	152,554	172,837	216,530	275,351	321,136	0.3%	21.8%
48	Belarus	191,202	217,837	239,593	241,931	318,603	303,777	0.3%	9.7%
49	Peru	155,770	171,382	224,371	225,754	245,213	264,282	0.3%	11.2%
50	Nigeria	326,261	437,000	449,032	248,593	190,962	260,002	0.3%	-4.4%
51	Slovenia	209,808	222,894	255,651	234,993	235,025	252,464	0.2%	3.8%
52	Guatemala	212,992	210,486	250,802	257,187	260,331	243,451	0.2%	2.7%
53	Luxembourg	242,822	223,803	261,162	240,095	232,602	237,809	0.2%	-0.4%
54	Yemen	313,208	66,142	406,654	58,969	55,136	236,671	0.2%	-5.4%
55	Lithuania	155,387	170,701	203,038	204,290	213,868	234,150	0.2%	8.5%
56	Israel	177,110	182,877	224,099	224,633	208,679	221,458	0.2%	4.6%
57	Dominican Republic	159,214	166,314	209,526	177,669	172,642	219,166	0.2%	6.6%
58	Egypt, Arab Rep.	178,174	362,874	184,427	184,057	225,187	209,435	0.2%	3.3%
59	Kuwait					219,231	208,883	0.2%	-4.7%
60	Croatia	197,258	190,643	207,082	184,441	189,024	204,123	0.2%	0.7%
61	Otros	4,376,588	5,482,686	6,251,557	5,820,522	6,932,603	5,281,745	5.1%	3.8%
Total		**83,568,690**	**91,281,154**	**102,168,716**	**97,066,145**	**101,384,234**	**102,998,819**	**100%**	**4.3%**

Fuente: UN - COMTRADE

2.2 El comercio de la industria de la comunicación gráfica en los países desarrollados

2.2.1 Exportaciones de los países desarrollados

Para el año 2014, con 72.985 millones de dólares, los países desarrollados representaron 63,3% de las exportaciones de productos de la industria de la comunicación gráfica, con una TACC de 3.3%. Cabe resaltar que este grupo de países ha perdido levemente su participación en las exportaciones mundiales, toda vez, que para el año 2009 sus ventas representaban 68,9% del mercado mundial (Tabla 5).

Tabla 5. Principales países desarrollados exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

Países Desarrollados - Principales exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	Germany	12,158,873	12,298,204	13,575,118	12,312,739	12,856,286	13,077,245	19.0%	1.5%
2	United States	8,884,486	9,572,114	9,815,672	9,820,983	9,860,108	9,626,937	14.0%	1.6%
3	Singapore	1,280,308	1,697,909	2,513,461	2,835,755	4,997,291	6,147,267	8.9%	36.9%
4	United Kingdom	5,276,905	5,717,897	6,021,279	5,717,192	5,822,984	6,082,445	8.9%	2.9%
5	Italy	4,186,500	4,450,244	4,762,483	3,948,398	4,052,989	4,293,154	6.3%	0.5%
6	Netherlands	2,999,337	3,151,428	4,090,679	3,882,073	4,048,295	4,140,396	6.0%	6.7%
7	France	3,839,999	3,868,270	4,159,206	3,838,248	3,937,917	3,787,757	5.5%	-0.3%
8	Canada	2,751,304	2,929,607	2,937,041	3,082,338	3,044,556	3,195,962	4.7%	3.0%
9	Belgium	3,115,026	3,033,707	3,452,442	3,236,488	3,466,151	3,144,397	4.6%	0.2%
10	Spain	2,001,607	2,033,523	2,245,662	2,154,400	2,294,045	2,381,743	3.5%	3.5%
11	Czech Republic	1,685,308	1,665,149	1,855,603	1,699,547	1,697,740	1,795,059	2.6%	1.3%
12	Austria	1,654,603	1,602,153	1,849,461	1,708,680	1,797,330	1,768,106	2.6%	1.3%
13	Japan	1,558,910	1,880,147	1,789,987	1,470,644	1,338,185	1,291,206	1.9%	-3.7%
14	Denmark	919,921	939,036	1,067,269	1,030,520	1,146,323	1,165,708	1.7%	4.8%
15	Switzerland	1,286,266	1,281,197	1,382,769	1,201,605	1,184,603	1,114,690	1.6%	-2.8%
16	Sweden	1,103,410	1,209,418	1,414,087	1,274,930	1,145,949	1,113,343	1.6%	0.2%
17	Korea, Rep.	641,404	834,852	864,768	834,754	976,624	945,670	1.4%	8.1%
18	Finland	447,434	545,565	625,531	576,243	570,854	542,287	0.8%	3.9%
19	Slovak Republic	472,287	499,843	582,961	558,483	544,668	537,083	0.8%	2.6%
20	Portugal	355,031	337,168	439,859	447,086	456,888	472,158	0.7%	5.9%
21	Ireland	281,455	367,507	452,838	371,044	461,992	429,310	0.6%	8.8%
22	Lithuania	218,982	272,716	337,006	364,725	404,846	421,430	0.6%	14.0%
23	Australia	345,586	396,062	413,948	382,527	347,745	307,004	0.4%	-2.3%
24	Israel	184,198	180,930	231,490	252,878	271,827	285,734	0.4%	9.2%
25	Greece	307,303	303,315	308,002	287,281	297,092	275,936	0.4%	-2.1%
26	New Zealand	130,858	141,697	175,951	177,259	166,869	169,480	0.2%	5.3%
27	Norway	153,983	145,065	153,342	144,893	141,659	135,345	0.2%	-2.5%
28	Luxembourg	60,337	47,240	44,029	44,567	43,544	43,435	0.1%	-6.4%
Total		**58,301,618**	**61,401,965**	**67,561,944**	**63,656,279**	**67,375,362**	**68,690,287**	**100%**	**3.3%**

Fuente: UN – COMTRADE

Entre los productos más exportados por los países desarrollados se encuentran aquellos comercializados internacionalmente bajo la subpartida arancelaria 392010,

correspondiente a las categoría de empaques de plástico y sus sustratos con una participación del 16% en las exportaciones de este grupo de países; los libros de la subpartida arancelaria 490199 son el segundo producto con mayor exportación (15%) por parte de los países desarrollados.

2.2.2 Importaciones de los países desarrollados

En lo correspondiente a las importaciones (Tabla 6), los países desarrollados acumulan 71% de las importaciones mundiales de productos impresos, con una TACC de 3,2%. Los productos importados bajo la subpartida arancelaria 490199 vinculada a la categoría de libros, con una participación de 14% son los productos que mayores compras tienen por parte de los países desarrollados, aunque reportan una TACC de -0,4%.

Las subpartidas arancelarias 392010 y 392321 relacionadas con la subcategoría de empaques plásticos y sus sustratos, reportan el 13% y el 12%, respectivamente, de las compras de los países desarrollados, seguidos por las cajas plegadizas con unas compras cercanas a los 5.251 millones de dólares y una tasa de crecimiento de 4,3%.

Tabla 6. Principales países desarrollados importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

Países Desarrollados - Principales importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	United States	11,854,400	13,212,503	13,677,365	13,270,067	13,563,570	14,916,187	20.4%	4.7%
2	Germany	5,615,240	5,630,265	6,517,589	6,098,968	6,320,724	6,818,206	9.3%	4.0%
3	United Kingdom	5,328,733	5,626,024	6,097,881	5,807,230	5,874,291	6,282,505	8.6%	3.3%
4	France	5,745,158	5,803,071	6,419,395	6,118,255	6,203,277	6,108,493	8.4%	1.2%
5	Canada	4,772,292	5,292,690	5,459,561	5,380,413	5,454,196	5,262,943	7.2%	2.0%
6	Japan	2,751,294	3,055,558	3,451,037	3,669,561	3,734,034	3,973,399	5.4%	7.6%
7	Netherlands	2,752,770	2,831,134	3,778,514	3,444,012	3,686,515	3,659,637	5.0%	5.9%
8	Belgium	2,943,318	3,000,155	3,389,363	3,120,101	3,398,525	3,192,011	4.4%	1.6%
9	Switzerland	2,821,811	2,900,504	3,256,377	3,038,922	3,089,318	3,115,181	4.3%	2.0%
10	Italy	1,831,736	2,040,156	2,279,037	2,036,510	2,123,173	2,204,966	3.0%	3.8%
11	Australia	1,619,242	1,878,337	1,995,948	2,115,189	2,041,217	2,109,178	2.9%	5.4%
12	Austria	2,041,847	2,068,009	2,254,323	2,095,084	2,134,724	2,098,741	2.9%	0.6%

13	Spain	1,868,514	1,869,471	2,003,370	1,800,503	1,831,303	2,004,448	2.7%	1.4%
14	Czech Republic	1,509,868	1,439,701	1,478,131	1,294,802	1,394,570	1,474,401	2.0%	-0.5%
15	Sweden	1,033,420	1,169,298	1,330,898	1,223,552	1,250,856	1,305,012	1.8%	4.8%
16	Denmark	1,215,641	1,226,116	1,293,299	1,168,514	1,138,997	1,202,848	1.6%	-0.2%
17	Norway	1,007,861	1,069,385	1,187,456	1,155,831	1,196,505	1,179,814	1.6%	3.2%
18	Ireland	1,082,621	991,327	1,073,958	930,328	961,001	1,042,620	1.4%	-0.8%
19	Singapore	853,114	974,242	2,007,587	1,087,320	1,015,546	993,490	1.4%	3.1%
20	Korea, Rep.	590,023	652,535	706,829	701,534	726,742	749,518	1.0%	4.9%
21	Slovak Republic	486,213	465,943	541,783	513,960	538,779	559,584	0.8%	2.9%
22	Portugal	622,303	608,753	595,704	507,074	509,397	548,409	0.8%	-2.5%
23	New Zealand	430,810	488,527	532,467	568,239	532,490	543,481	0.7%	4.8%
24	Finland	481,812	564,537	581,175	521,468	502,611	495,060	0.7%	0.5%
25	Greece	561,859	496,658	473,818	409,629	421,790	451,665	0.6%	-4.3%
26	Luxembourg	242,822	223,803	261,162	240,095	232,602	237,809	0.3%	-0.4%
27	Lithuania	155,387	170,701	203,038	204,290	213,868	234,150	0.3%	8.5%
28	Israel	177,110	182,877	224,099	224,633	208,679	221,458	0.3%	4.6%
Total		**62,397,220**	**65,932,280**	**73,071,164**	**68,746,084**	**70,299,302**	**72,985,218**	**100%**	**3.2%**

Fuente: UN - COMTRADE

2.3 El comercio de la industria de la comunicación gráfica en los países emergentes

2.3.1 Exportaciones de los países emergentes

En el período 2009 – 2014, los países emergentes reportaron una TACC de 12,3% en sus exportaciones, con unas ventas al mercado mundial de aproximadamente 33.914 millones de dólares; lo que representa aproximadamente 31% de las ventas globales de productos impresos (Tabla 7).

Cabe resaltar que en este grupo de países, las exportaciones de China y Hong Kong representan el 64% del total exportado, con una facturación cercana a los 21.585 millones de dólares y una tasa promedio de crecimiento de 17,1%. En cuanto a subcategorías de producto, los empaques de papel y cartón, encabezados por las cajas plegadizas representan el 20% sus exportaciones, seguidos por los juegos y artículos de fiesta (19,9%), y los

empaques de papel y cartón (19,8%). Los libros representan 10,9% de las exportaciones chinas, con una TACC de 17,6%.

Después de China –Hong Kong, los países emergentes con mayores exportaciones son Polonia (8,1%), Malasia (5%) y México (4,6%). En resumen, las exportaciones de los cinco principales países emergentes concentran el 81% de las exportaciones del grupo y el 25% de las exportaciones mundiales de impresos, con una tasa anual de crecimiento de 15,7%.

Tabla 7. Principales países emergentes exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

Países Emergentes - Principales exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	China	9,268,075	11,249,341	13,925,834	15,989,649	17,296,348	18,242,391	53.8%	14.5%
2	Hong Kong, China	277,617	278,786	263,123	233,171	220,401	3,343,153	9.9%	64.5%
3	Poland	1,583,199	1,785,966	2,133,844	2,119,679	2,510,534	2,750,654	8.1%	11.7%
4	Malaysia	1,118,149	1,309,229	1,508,832	1,539,062	1,631,376	1,685,371	5.0%	8.6%
5	Mexico	1,080,716	1,281,226	1,344,423	1,378,182	1,493,785	1,558,562	4.6%	7.6%
6	Thailand	2,262,829	2,888,917	4,929,234	1,109,101	1,140,777	1,194,871	3.5%	-12.0%
7	Turkey	607,821	720,707	861,949	914,684	1,037,667	1,106,666	3.3%	12.7%
8	India	455,573	450,367	645,415	697,231	769,436	763,309	2.3%	10.9%
9	Russian Federation	411,293	333,671	341,161	462,610	668,624	659,657	1.9%	9.9%
10	Indonesia		503,217	530,658	542,844	601,224	574,931	1.7%	3.4%
11	Hungary	431,270	488,121	586,178	566,821	571,085	549,794	1.6%	5.0%
12	South Africa	165,011	413,472	415,557	373,479	353,190	357,401	1.1%	16.7%
13	Brazil	229,159	250,702	296,466	293,261	280,265	307,232	0.9%	6.0%
14	Romania	127,098	162,207	225,467	222,188	254,654	278,833	0.8%	17.0%
15	Colombia	313,270	251,280	272,242	263,788	224,749	196,101	0.6%	-8.9%
16	Peru	127,761	134,538	168,967	200,957	177,661	163,396	0.5%	5.0%
17	Chile	177,285	189,956	220,931	187,861	222,905	149,823	0.4%	-3.3%
18	Pakistan	12,512	20,726	44,956	36,628	39,038	31,974	0.1%	20.6%
19	Cyprus	2,736	2,839	3,586	1,371	617	468	0.0%	-29.7%
20	Saudi Arabia	314,792	428,738	472,076	595,726	583,170		0.0%	16.7%
Total		**18,966,166**	**23,144,006**	**29,190,898**	**27,728,295**	**30,077,507**	**33,914,588**	**100%**	**12.3%**

Fuente: UN – COMTRADE

2.3.2 Importaciones de los países emergentes

Las importaciones de los países emergentes, representaron en el año 2014, 20% de las importaciones globales con una TACC de 7,8%, siendo esta inferior a la tasa de crecimiento observada en las exportaciones (Tabla 8).

China – Hong Kong es la agrupación geográfica de este grupo que mayor peso tiene en las importaciones de productos impresos realizadas por los países emergentes (30%), seguida por México (16%) y Rusia (10%).

En el grupo de países emergentes resaltan las altas tasas de crecimiento de Pakistán (38,5%), Indonesia (16,6%), Chile (13,3%), India (12,8%) y Brasil (12,3%).

Tabla 8. Principales países emergentes importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

Países emergentes - Principales Importadores productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	China	1,949,190	2,681,707	2,981,105	2,991,623	3,333,612	3,386,774	16.7%	11.7%
2	Mexico	2,536,038	2,865,559	3,030,951	3,032,833	3,133,131	3,171,677	15.6%	4.6%
3	Hong Kong, China	2,214,315	2,511,732	2,613,402	2,571,932	2,590,650	2,680,613	13.2%	3.9%
4	Russian Federation	1,594,817	1,678,522	1,859,064	1,992,274	2,129,260	2,026,088	10.0%	4.9%
5	Poland	1,171,486	1,288,885	1,517,689	1,330,031	1,457,582	1,592,410	7.8%	6.3%
6	India	590,583	717,254	849,778	928,842	822,571	1,078,578	5.3%	12.8%
7	Indonesia		383,788	538,033	613,762	639,086	709,934	3.5%	16.6%
8	Brazil	372,975	486,609	649,358	688,919	699,672	666,481	3.3%	12.3%
9	Hungary	619,038	653,088	718,809	666,804	670,901	660,585	3.3%	1.3%
10	Malaysia	442,086	492,112	531,979	573,741	557,798	593,403	2.9%	6.1%
11	Thailand	374,234	539,337	533,964	531,140	553,148	577,740	2.8%	9.1%
12	Romania	588,970	554,078	600,099	508,756	529,187	576,482	2.8%	-0.4%
13	Turkey	372,046	451,430	533,332	529,000	548,118	574,670	2.8%	9.1%
14	Chile	252,776	353,872	389,749	417,022	485,637	471,882	2.3%	13.3%
15	South Africa	343,608	480,873	492,924	519,284	515,697	466,702	2.3%	6.3%
16	Pakistan	84,988	89,560	80,079	187,526	916,254	432,627	2.1%	38.5%
17	Colombia	238,128	281,621	322,327	320,540	331,146	362,017	1.8%	8.7%
18	Peru	155,770	171,382	224,371	225,754	245,213	264,282	1.3%	11.2%
19	Saudi Arabia	26,719	327,906	360,570	404,479	420,466		0.0%	-100.0%
Total		**13,927,765**	**17,009,314**	**18,827,585**	**19,034,264**	**20,579,129**	**20,292,945**	**100%**	**7.8%**

Fuente: UN – COMTRADE

2.4 El comercio de la industria de la comunicación gráfica en América Latina

2.4.1 Exportaciones de América Latina y el Caribe

Las exportaciones de productos de la industria de la comunicación gráfica realizadas por los países de América Latina y el Caribe representan 3,1% de las exportaciones mundiales. Estas ascendieron, en el año 2014, a 3.345 millones de dólares con una tasa de crecimiento para la región de 4,7% (Tabla 9).

México representa el 46,6% de las exportaciones de la región con una TACC de 7,6%; seguido por Brasil con una participación del 9,2% y una tasa de crecimiento de 6,0%; Guatemala (7,0%) y Argentina (6,3%) ocupan el tercer y cuarto puesto en exportaciones de la región con tasas de 9,0% y 1,8% respectivamente. Finalmente, Colombia se constituye como el quinto país de la región con mayores exportaciones con una participación de 5,9% y una TACC de -8.9%.

En la región, resalta el crecimiento de dos dígitos alcanzado por países centro americanos como Panamá (22,5%), Honduras (21,4%) y República Dominicana (16,8%).

Etiquetas, es el grupo de productos exportado por la región que reporta mayor crecimiento, con una TACC de 10,1% en período 2009 – 2014, seguido por Empaques de plástico y sus sustratos (9,8%) y Empaques de papel y cartón (8,1%). En contraste con los países emergentes, la categoría de libros reporta una tasa de crecimiento negativa, cercana a -5,4%.

Tabla 9. Principales países de América Latina y el Caribe exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

América Latina y El Caribe - Principales exportadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Participación 2014	TACC
1	México	1,080,716	1,281,226	1,344,423	1,378,182	1,493,785	1,558,562	46.6%	7.6%
2	Brasil	229,159	250,702	296,466	293,261	280,265	307,232	9.2%	6.0%
3	Guatemala	151,305	180,133	220,985	241,808	218,778	233,328	7.0%	9.0%
4	Argentina	192,837	238,487	266,132	258,940	229,540	211,145	6.3%	1.8%
5	Colombia	313,270	251,280	272,242	263,788	224,749	196,101	5.9%	-8.9%
6	El Salvador	125,281	142,237	170,499	182,593	194,340	194,043	5.8%	9.1%
7	Perú	127,761	134,538	168,967	200,957	177,661	163,396	4.9%	5.0%
8	Chile	177,285	189,956	220,931	187,861	222,905	149,823	4.5%	-3.3%
9	Honduras	47,336	62,816	48,397	84,177		124,944	3.7%	21.4%
10	República Dominica	39,165	28,457	35,953	110,015	58,028	85,286	2.5%	16.8%
11	Uruguay	61,943	34,195	42,808	39,906	39,124	41,899	1.3%	-7.5%
12	Ecuador	28,817	29,887	30,949	32,367	35,928	41,364	1.2%	7.5%
13	Panamá	7,412	8,943	80,304	14,768	19,200	20,410	0.6%	22.5%
14	Paraguay	4,562	7,313	7,904	5,940	7,055	13,136	0.4%	23.6%
15	Nicaragua	5,634	32,327	15,255	7,160	3,575	4,797	0.1%	-3.2%
16	Bolivia	380	606	1,042	598	572	522	0.0%	6.6%
17	Costa Rica	64,412	97,467	110,413	151,055	115,514		0.0%	15.7%
Total general		2,657,274	2,970,570	3,333,669	3,453,375	3,321,022	3,345,989	100%	4.7%

Fuente: UN – COMTRADE

2.4.2 Importaciones de América Latina y el Caribe

En lo referente a las importaciones (Tabla 10), la región consume 6.586 millones de dólares en productos de la industria de la comunicación gráfica, representando el 6,1% de las importaciones mundiales, con una tasa de crecimiento de 5,5%. Los cinco primeros países importadores de la región acumulan 75% de las importaciones, siendo estos: México (48,2%); Brasil (10,1%); Chile (7,2%); Colombia (5.5%) y Perú (4,0%).

Las mayores tasas de crecimiento de las importaciones de la región se observan en Uruguay (14,1%); Chile (13,3%); Brasil (12,3%) y Bolivia (12,2%).

Tabla 10. Principales países de América Latina y el Caribe importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)

América Latina y El Caribe - Principales Importadores de productos de la industria gráfica (miles de dólares)									
No	**País**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**Participación 2014**	**TACC**
1	México	2,536,038	2,865,559	3,030,951	3,032,833	3,133,131	3,171,677	48.2%	4.6%
2	Brasil	372,975	486,609	649,358	688,919	699,672	666,481	10.1%	12.3%
3	Chile	252,776	353,872	389,749	417,022	485,637	471,882	7.2%	13.3%
4	Colombia	238,128	281,621	322,327	320,540	331,146	362,017	5.5%	8.7%
5	Perú	155,770	171,382	224,371	225,754	245,213	264,282	4.0%	11.2%
6	Guatemala	212,992	210,486	250,802	257,187	260,331	243,451	3.7%	2.7%
7	República Dominicana	159,214	166,314	209,526	177,669	172,642	219,166	3.3%	6.6%
8	Panamá	162,994	214,940	239,054	185,438	191,428	203,779	3.1%	4.6%
9	Argentina	239,531	262,175	359,813	235,907	204,429	170,339	2.6%	-6.6%
10	Ecuador	122,277	141,464	154,333	161,367	181,663	166,215	2.5%	6.3%
11	El Salvador	113,570	114,689	122,502	136,618	145,029	147,402	2.2%	5.4%
12	Honduras	121,285	113,858	137,772	136,616		122,027	1.9%	0.1%
13	Uruguay	56,746	76,765	93,959	96,072	107,157	109,884	1.7%	14.1%
14	Nicaragua	74,738	82,452	92,428	97,955	89,727	101,791	1.5%	6.4%
15	Bolivia	53,211	97,697	75,236	102,799	82,791	94,470	1.4%	12.2%
16	Paraguay	43,015	54,135	63,933	75,085	62,829	71,196	1.1%	10.6%
17	Costa Rica	128,737	199,309	282,914	292,762	304,419		0.0%	-100.0%
Total general		**5,043,996**	**5,893,326**	**6,699,029**	**6,640,544**	**6,697,243**	**6,586,059**	**100%**	**5.5%**

Fuente: UN - COMTRADE

Los Juegos y artículos de fiesta (12,1%), seguidos por las formas comerciales y valores (11,5%) y los empaques de plástico y sus sustratos (10,4%), son las categorías de producto con mayor crecimiento en la región. En contraste, los menores crecimientos se observan en libros (0,8%) y en Artículos escolares (0,5%). Finalmente, las importaciones de publicaciones periódicas reportan para la región una tasa de crecimiento de -12,0%.

3. LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA COLOMBIANA

La industria editorial y de la comunicación gráfica se caracteriza por tener como actividad principal el suministro del servicio de impresión para terceros. Entre los productos más destacados de esta cadena están los libros, el material de empaque y los publicomerciales; de ellos, los dos últimos representan tasas de crecimiento mundiales de casi el doble que los editoriales, los periódicos y las revistas.

En el mundo los productos con el mayor crecimiento son los empaques y las etiquetas. América Latina y Asia son las regiones con mayor crecimiento promedio, por encima de Estados Unidos y Europa. Internet y nuevas tecnologías imponen los grandes desafíos actuales, por lo que la transformación de la industria de impresión se enfoca hacia los servicios y el desarrollo y retención de conocimientos.

La industria gracias a la incorporación de nuevas tecnologías –incluidas TIC–, se encuentra desarrollando un portafolio de productos y servicios que permitirán diversificar su oferta en manejo de Big Data, aplicaciones para impresos de seguridad, ofertas en gran formato, servicios de manejo de inventarios y control de trazabilidad, entre otros.

3.1 Análisis de flujos comerciales por socio comercial

El presente acápite tiene por objetivo analizar las tendencias de los flujos comerciales entre Colombia y las diferentes zonas comerciales con la cuales existe comercio internacional. A nivel metodológico, se estableció utilizar la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), revisión 3 a cuatro dígitos de desagregación. La clasificación CIIU, es utilizada por la DIAN para el registro de las actividades de comercio internacional en Colombia. La Tabla 11, describe el código CIIU correspondiente a cada actividad económica pertinente para cada bien comercializado internacionalmente, como sigue:

Tabla 11. Descriptiva código CIIU revisión 3.

CIIU	Descriptiva CIIU Rev. 3
2102	Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón
2109	Fabricación de otros artículos de papel y cartón
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
2219	Otros trabajos de edición
2220	Actividades de impresión
2521	Fabricación de formas básicas de plástico
2529	Fabricación de artículos de plástico n.c.p.
3694	Fabricación de juegos y juguetes
3699	Otras industrias manufactureras n.c.p.
7421	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico

Fuente: DIAN

Para fines prácticos de lectura, se utilizará el código CIIU para el análisis de cifras de comercio internacional. La Tabla 12 muestra que las actividades: Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211), Actividades de impresión (2220), Fabricación de formas básicas de plástico (2521), Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529), Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102), fueron los bienes más exportados de esta industria en el periodo comprendido entre 2009 – 2014.

Tabla 12. Flujo comercial Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Flujo comercial Colombia-Mundo 2009-2014 (US$) por código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica								
Exportación al mundo por código CIIU								
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**TACC**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	47.710.445,5	28.326.655,3	37.851.629,1	42.996.649,4	36.849.572,5	23.638.487,1	**-13,10%**
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	5.795.521,6	6.374.134,4	5.937.316,6	7.066.940,7	7.152.470,1	7.783.288,7	**6,08%**
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	137.944.744,8	100.695.604,5	102.665.425,1	84.216.174,6	65.060.241,2	52.488.522,2	**-17,57%**
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	22.801.306,7	17.742.774,2	21.778.911,5	20.698.075,3	14.005.283,3	13.060.755,0	**-10,55%**
Otros trabajos de edición	**2219**	2.454.544,7	2.832.275,7	3.014.455,8	2.150.644,3	1.793.926,4	1.660.026,7	**-7,52%**
Actividades de impresión	**2220**	50.449.761,0	45.512.946,5	53.896.240,9	56.495.263,6	48.191.490,8	44.533.069,0	**-2,46%**
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	27.075.719,1	30.919.386,3	27.488.531,0	30.590.803,1	30.665.663,2	31.936.721,6	**3,36%**
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	19.439.714,1	18.491.394,3	19.023.921,3	18.865.498,3	20.290.213,7	19.915.088,8	**0,48%**
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	80,6	2.504,2	5.870,9	1.419,6	2.558,6	370.111,8	**440,06%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	302.004,4	389.244,5	588.109,0	632.104,3	671.099,5	714.912,7	**18,81%**
Actividades de arquitectura e ingeniería	**7421**	1.444,8	2.560,0	2.366,7	74.541,6	66.645,0	505,7	**-18,94%**
	TOTAL	**313.975.287,4**	**251.289.479,7**	**272.252.777,9**	**263.788.114,6**	**224.749.164,4**	**196.101.489,3**	**-8,98%**
Importación del mundo por código CIIU								
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**TACC**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	14.878.846	17.268.285	21.854.324	26.068.520	29.250.141	32.573.143	**16,97%**
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	4.751.862	6.889.791	7.473.079	7.972.821	8.309.259	8.289.094	**11,77%**
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	65.257.286	70.325.457	76.420.698	75.855.946	90.792.791	81.200.969	**4,47%**
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	7.945.701	12.654.187	12.479.118	4.863.590	5.870.185	7.359.887	**-1,52%**
Otros trabajos de edición	**2219**	2.435.896	7.985.324	2.484.315	1.865.426	1.849.061	27.248.751	**62,08%**
Actividades de impresión	**2220**	57.018.127	66.915.294	78.286.860	74.944.565	69.076.249	65.321.877	**2,76%**
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	42.183.477	50.786.175	61.890.835	64.097.489	56.652.670	61.875.965	**7,96%**
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	19.476.673	15.630.577	18.091.967	20.884.240	21.549.170	23.838.335	**4,12%**
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	442.780	374.935	530.945	625.966	598.014	979.059	**17,20%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	25.282.629	33.603.468	42.974.503	52.755.789	48.181.865	54.148.462	**16,45%**
Actividades de arquitectura e ingeniería	**7421**	43.109	37.349	12.155	96.811	11.704	44.210	**0,51%**
	TOTAL	**239.716.387**	**282.470.840**	**322.498.799**	**330.031.162**	**332.141.109**	**362.879.752**	**8,65%**

Fuente: Elaboración de los autores.

Sin embargo, algunas de estas categorías han presentado descenso en sus exportaciones. La TACC de, por ejemplo, la Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211) decreció 17,57%, entre 2009 – 2014, la de Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102) disminuyó 13,10%, y la de Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (2212) decreció 10,55%, entre otras.

Los códigos CIIU que aumentaron sus exportaciones fueron (crecimiento expresado como TACC): Fabricación de otros artículos de papel y cartón (2109) creció el 6,08%; Fabricación de formas básicas de plástico (2521) aumentó 3,36%; Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529) aumentó sus exportaciones 0,48%; Fabricación de juegos y juguetes (3694) creció 439,23%; Otras industrias manufactureras n.c.p. (3699) tuvo un aumento de exportación de 18,81%. A pesar del aumento exportable de algunos sectores de la industria, es notorio el descenso exportable del total de la industria que entre 2009 y 2014 tuvo una TACC negativa de 8,98%.

A nivel de importaciones, la industria presentó una TACC, en el mismo periodo, de 8,65%. Los productos con un mayor aumento de sus importaciones (expresadas como TACC), fueron: la Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102), aumentó sus niveles de importación en 16,97 %; la Fabricación de otros artículos de papel y cartón (2109) incrementó el monto importado en 11,77%; Otros trabajos de edición (2219) creció en 62,08%; la Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211) aumentó 4,47%; la Fabricación de formas básicas de plástico (2521) con un 7,96%; la Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529) con un 4,12%; la Fabricación de juegos y juguetes (3694) aumentó un porcentaje de 17,20%; el sector Otras industrias manufactureras n.c.p. (3699) creció en importaciones en 16,45%.

El único sector que disminuyó sus importaciones (TACC) fue la Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (2212), en 1,52%.

En términos generales, la balanza comercial con el mundo ha sido negativa desde el año 2010 (Ver Tabla 13). Los únicos sectores que presentaron un balance comercial positivo durante el periodo analizado fueron: Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (2212).

Tabla 13. Balanza comercial Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Balanza Comercial Colombia-Mundo 2009-2014 (US$) por código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	32.831.599,2	11.058.370,5	15.997.305,2	16.928.129,2	7.599.431,7	- 8.934.655,6
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	1.043.660,1	- 515.656,8	- 1.535.762,3	- 905.880,5	- 1.156.788,7	- 505.805,2
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	72.687.459,0	30.370.147,6	26.244.727,0	8.360.228,7	- 25.732.549,5	- 28.712.446,5
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	14.855.605,3	5.088.587,3	9.299.793,8	15.834.485,7	8.135.098,4	5.700.867,7
Otros trabajos de edición	**2219**	18.649,1	- 5.153.047,9	530.141,0	285.218,5	- 55.134,8	- 25.588.724,3
Actividades de impresión	**2220**	- 6.568.366,3	- 21.402.347,0	- 24.390.619,3	- 18.449.301,1	- 20.884.757,9	- 20.788.807,9
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	- 15.107.758,0	- 19.866.788,3	- 34.402.303,7	- 33.506.686,0	- 25.987.007,1	- 29.939.243,7
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	- 36.958,8	2.860.817,6	931.954,6	- 2.018.741,3	- 1.258.956,7	- 3.923.246,6
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	- 442.699,6	- 372.431,0	- 525.074,5	- 624.546,4	- 595.455,5	- 608.947,1
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	- 24.980.625,0	- 33.214.223,7	- 42.386.394,1	- 52.123.684,9	- 47.510.765,0	- 53.433.549,8
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	- 41.664,5	- 34.788,6	- 9.788,2	- 22.269,0	54.940,6	- 43.704,1
	TOTAL	**74.258.900,7**	**- 31.181.360,3**	**- 50.246.020,6**	**- 66.243.047,0**	**- 107.391.944,5**	**- 166.778.263,1**

Fuente: Elaboración de los autores.

La Figura 4 representa el desempeño de la balanza comercial de los diferentes sectores que componen la industria de la comunicación gráfica, y cómo el conjunto de la industria muestra una depresión a nivel de exportaciones y un aumento significativo de sus importaciones.

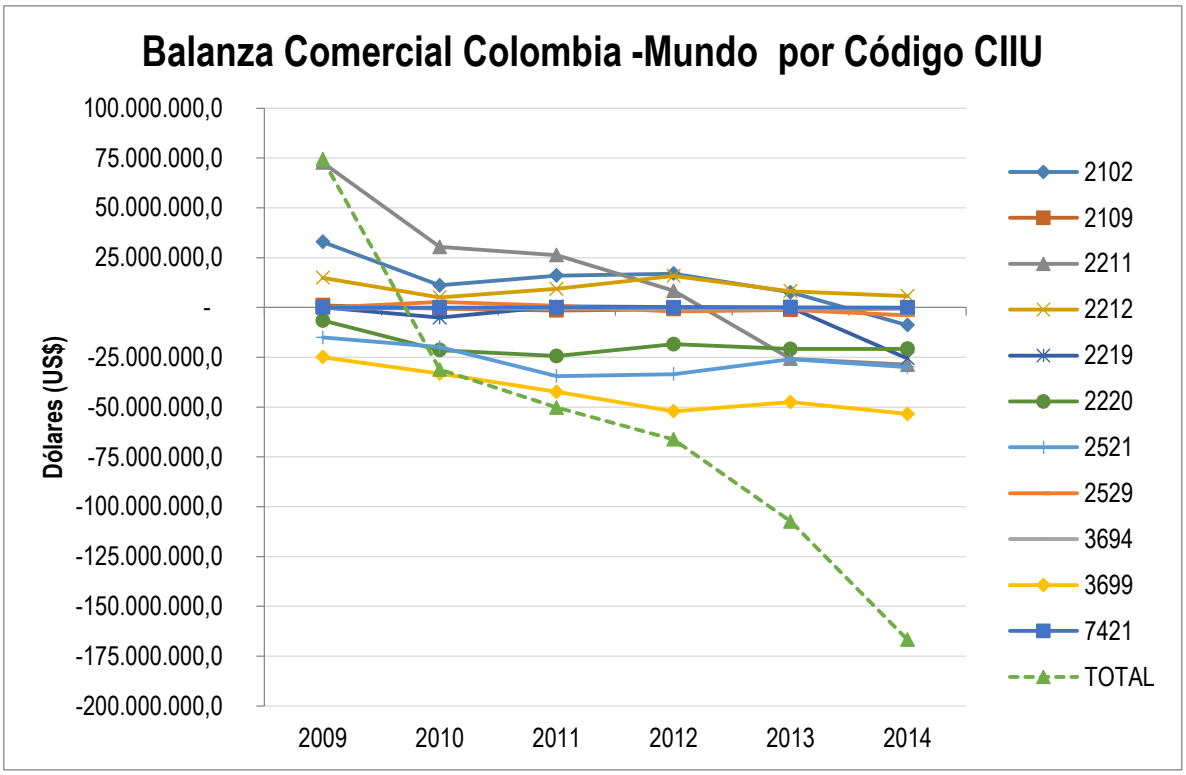


Figura 4. Balanza comercial Colombia – Mundo, por código CIIU. Fuente: Elaboración de los autores.

3.1.1 Países desarrollados

Con el grupo de países desarrollados vemos una tendencia similar a la descrita arriba: la industria está importando una mayor cantidad de bienes que los que exporta. La Tabla 14, muestra una lista de la balanza comercial con este grupo de países.

Tabla 14. Balanza comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009 – 2014.

Balanza comercial Colombia- Países desarrollados 2009-2014 (US$)- Sector industria de la comunicación gráfica						
PAÍS	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Alemania	-3.039.269	-4.075.351	-3.952.782	-3.991.027	-14.239.395	-4.400.969
Australia	-19.084	-4.071	-28.276	-150.092	-65.129	-78.871
Austria	-366.780	-181.031	-204.837	-351.656	-609.473	-771.698
Bélgica	-966.732	-1.403.287	97.993	74.602	-285.755	-246.711
Canadá	-1.471.807	-1.234.297	-1.995.712	-2.650.201	-2.156.313	-1.964.653
Corea (Sur)	-634.807	-1.115.969	-1.120.941	-1.262.947	-918.733	-2.106.308
Dinamarca	-140.506	-124.561	-183.423	-249.318	-231.500	-101.619
Eslovaquia	-4.380	-52	-7.467	-10.970	429	-76.663
Eslovenia	-1.373	-2.870	-1.592	-4.612	-6.053	-95.318
España	-18.715.120	-20.537.143	-20.913.717	-19.935.326	-20.760.731	-26.930.529
Estados Unidos	394.084	-3.868.880	-18.871.889	-16.115.230	-26.837.821	-23.965.976
Finlandia	-89.455	-179.373	-175.524	-88.208	-73.211	-28.547
Francia	-1.917.872	-1.811.702	-1.620.995	-2.634.778	-1.861.825	-2.064.004
Grecia	-473.818	-342.933	-1.323.197	-1.435.152	-935.733	-2.611.779
Holanda	-219.001	-108.871	-55.115	-326.789	-210.319	-342.199
Irlanda (Eire)	-390.510	-287.915	-254.071	-705.243	-161.305	-54.357
Israel	-920.271	-684.044	-1.418.148	-2.224.278	-2.934.074	-3.676.677
Italia	-1.515.982	-7.528.641	-1.053.360	-2.342.875	-643.740	-1.035.938
Japón	-317.087	-382.017	-545.221	-361.179	-614.251	-697.490
Liechtenstein	-13.004	-20.865	-5.497	-11.878	-1.853	-85
Lituania	0	-72	-161	-25.215	-10.686	-36.265
Luxemburgo	-2.385	-2.699	-2.035	-775	-718	-1.231
Noruega	-2.509	8.587	-2.126	-2.577	-3.576	-1.296
Nueva Zelanda	-79.498	-68.850	-31.030	-74.110	-63.085	-55.813
Portugal	218.918	243.442	-41.767	23.808	-217.663	-222.853
Reino Unido	-1.318.887	-1.316.243	-2.611.971	-3.044.713	-4.562.196	-6.446.506
República Checa	-511	357.836	-14.111	-19.136	-65.713	-21.289
Singapur	-366.745	-641.006	-3.147.363	-479.142	-344.247	-241.139
Suecia	-780.428	-683.796	-608.137	-376.954	-527.304	-928.634
Suiza	-1.743.512,24	-555.994,48	-447.426	-376.469,72	-848.537,92	-550.998,62
TOTAL	**-34.898.329,61**	**-46.552.666,86**	**-60.539.896,34**	**-59.152.443,66**	**-80.190.510,53**	**-79.756.414,82**

Fuente: Elaboración de los autores.

Los desbalances comerciales más importantes, expresados en dólares, se tienen con: España (-26.930.529), Estados Unidos (-23.965.976), Reino Unido (-6.446.506), Alemania (-4.400.969), Israel (-3.676.677), Grecia (-2.611.779), Francia (-2.064.004), Canadá (-1.964.653), e Italia (-1.035.938).

La Figura 5 muestra que, a lo largo del periodo analizado, las importaciones colombianas provenientes de los países desarrollados van en continuo aumento, mientras las exportaciones decrecen generando una balanza comercial negativa con este grupo de países.

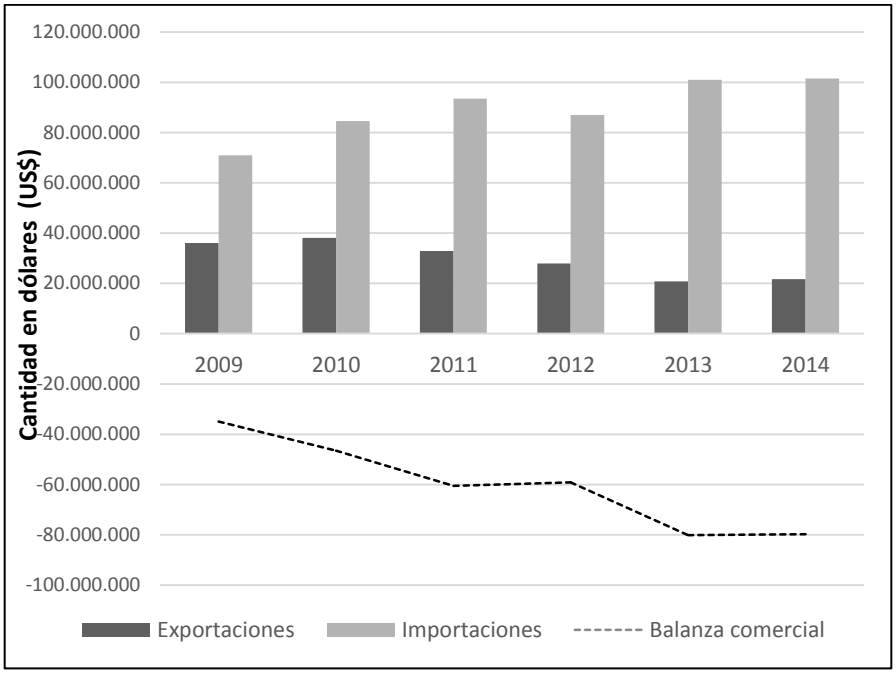


Figura 5. Exportaciones, importaciones y balanza comercial Colombia – países desarrollados, (2009-2014).

Fuente: Elaboración de los autores.

La Tabla 15 muestra el desempeño del comercio exterior de la industria gráfica con los países desarrollados. A nivel de código CIIU, los sectores que presentaron mayores exportaciones, fueron: Fabricación de formas básicas de plástico (2521) con un total exportado para el 2014 de USD 6.539.921 y una TACC de 15,70%; el sector de la Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211) presentó un nivel de

exportaciones de USD 5.637.717 en 2014, pero decreció con una TACC de 24,80%; otro sector que participó activamente en las exportaciones de la industria fueron las Actividades de impresión (2220) con un monto total exportado de USD 3.857.672 en 2014 y una TACC de 11,87%.

Tabla 15. Flujo comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Flujo comercial Colombia-Países desarrollados 2009-2014 (US$)- Sector industria de la comunicación gráfica															
Exportación									Importación						
CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014	TACC	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TACC
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	1.684.968	2.182.240	2.170.078	970.692	1.058.144	708.190	**-15,92%**	4.052.471	4.136.542	5.376.205	4.545.841	6.638.684	8.196.010	**15,13%**
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	339.042	322.619	413.964	412.661	406.700	728.265	**16,52%**	2.302.441	2.820.747	2.748.857	3.749.847	3.782.715	3.246.945	**7,12%**
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	23.442.176	22.935.416	18.493.762	14.898.026	8.075.806	5.637.717	**-24,80%**	38.537.156	39.776.973	42.518.114	42.343.035	54.920.091	49.528.821	**5,15%**
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	3.249.499	2.569.629	2.280.862	1.518.347	1.138.028	1.244.238	**-17,47%**	4.316.119	7.614.220	10.723.169	3.082.069	2.291.732	2.841.009	**-8,02%**
Otros trabajos de edición	**2219**	185.620	222.765	375.292	244.991	163.063	140.682	**-5,39%**	586.958	3.581.076	477.191	438.475	387.804	1.327.624	**17,73%**
Actividades de impresión	**2220**	2.201.489	3.333.592	2.808.484	2.939.354	2.206.062	3.857.672	**11,87%**	8.959.696	12.724.191	13.659.848	13.233.287	13.084.463	13.315.088	**8,25%**
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	3.154.658	4.779.592	4.615.705	5.029.668	5.489.166	6.539.921	**15,70%**	9.280.851	11.106.762	14.561.292	15.623.771	15.392.343	17.444.258	**13,45%**
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	1.700.454	1.583.548	1.585.413	1.613.770	1.923.070	2.511.983	**8,12%**	1.878.670	1.670.595	2.214.388	2.863.434	3.777.223	4.766.642	**20,47%**
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	-	6	90	0	-	0	**-**	240.935	107.688	71.350	89.122	73.022	140.821	**-10,18%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	68.137	74.920	76.573	99.119	241.219	313.177	**35,67%**	810.160	1.027.694	1.066.237	971.433	643.782	653.845	**-4,20%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	55.383	46.748	68.140	151.164	111.234	54.569	**-0,30%**	14298,92	37254,7	11609,56	89922,87	11142,82	31766,68	**17,31%**

Fuente: Elaboración de los autores.

Con relación a las importaciones, los sectores que presentaron mayor nivel de comercio en la industria fueron (variaciones expresadas como TACC): Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211) con un total importado de USD 49.528.821 y un crecimiento de 5,15%; la Fabricación de formas básicas de plástico (2521) con un monto de USD 17.444.258 y un aumento de 13,45%; y la Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102) con un monto de USD 8.196.010 y un crecimiento de importaciones del 15,13%.

La Tabla 16, muestra que todos los sectores que componen la industria de la comunicación gráfica presentaron una balanza comercial negativa con los países desarrollados, en el periodo 2009 - 2014, salvo el sector de las Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico (7421), que tuvo una balanza comercial positiva durante el periodo.

Tabla 16. Balanza comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Balanza Comercial Colombia-Países desarrollados 2009-2014 (US$) por código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	-2.367.503	-1.954.302	-3.206.127	-3.575.149	-5.580.540	-7.487.820
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	-1.963.399	-2.498.128	-2.334.893	-3.337.186	-3.376.015	-2.518.680
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	-15.094.980	-16.841.557	-24.024.352	-27.445.009	-46.844.285	-43.891.104
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	-1.066.620	-5.044 .591	-8.442.307	-1.563.722	-1.153.704	-1.596.771
Otros trabajos de edición	2219	-401.338	-3.358.311	-101.899	-193.484	-224.741	-1.186.942
Actividades de impresión	2220	-6.758.207	-9.390.599	-10.851.364	-10.293.933	-10.878.401	-9.457.416
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	-6.126.193	-6.327.170	-9.945.587	-10.594.103	-9.903.177	-10.904.337
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	-178.216	-87.047	-628.975	-1.249.664	-1.854.153	-2.254.659
Fabricación de juegos y juguetes	3694	-240.935	-107.682	-71.260	-89.122	-73.022	-140.821
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	-742.023	-952.774	-989.664	-872.314	-402.563	-340.668
Otras industrias manufactureras n.c.p.	7421	41.084	9.493	56.530	61.241	100.091	22.802

Fuente: Elaboración de los autores.

La Figura 6, revela que la tendencia de los sectores CIIU de la industria permanecen estables pero con déficits en la balanza comercial, especialmente en los sectores: 2211, 2521, 2220 y 2102.

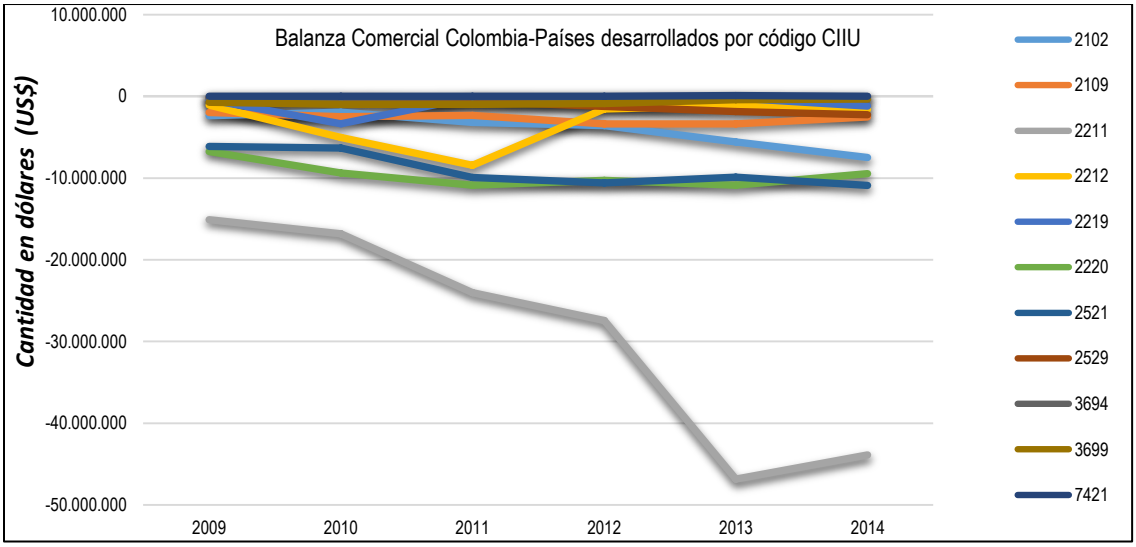


Figura 6. Balanza comercial Colombia – países desarrollados, por código CIIU (2009-2014). Fuente: Elaboración de los autores. Economías emergentes

3.1.2 Economías emergentes

El mismo caso, es decir, una balanza comercial negativa, se presenta con los países emergentes con los cuales Colombia tiene comercio en la industria de la comunicación gráfica, como muestra la Tabla 17.

Tabla 17. Balanza comercial Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014.

Balanza comercial Colombia- Economías emergentes 2009-2014 (US$)- Sector industria de la comunicación gráfica						
PAÍS	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Brasil	-6.099.247	-3.051.457	-1.263.644	-4.799.115	-5.165.635	-29.931.178
Chile	-19.340.753	-22.894.451	-30.973.550	-21.659.351	-18.015.385	-12.156.199
China	-34.747.734	-50.182.487	-66.251.870	-81.900.436	-79.690.611	-93.775.842
Chipre	-962	-17.879	-132.245	-13	-2.317	28
Corea (Sur)	-634.806	-1.115.969	-1.120.941	-1.262.948	-918.733	-2.106.308
Emiratos Árabes Unidos	-9.534	808	1.163	-2.189	-1.436	-3.937
Filipinas	-15.057	-52.697	-77.003	-13.603	-94.551	-143.547
Hungría	-1.580	-2.768	-2.445	-7.728	-18.039	-6.921
India	-391.304	-645.253	-843.219	-1.074.195	-1.371.063	-429.418
Indonesia	-70.142	-149.122	-148.427	-109.182	-114.462	-59.629
Malaysia	-79.202	-44.142	-66.305	-43.632	-108.036	-121.865
Marruecos	0	-609	-81	0	0	0
México	-2.292.412	-6.904.426	-515.022	-5.841.421	-8.537.147	-14.629.317
Pakistán	-28	-1.214	-3.233	-416	-10.126	-8.854
Perú	-11.136.416	-14.699.459	-20.619.416	-23.460.950	-21.541.640	-21.576.737
Polonia	-137.021	-14.399	-243.701	-25.784	-23.220	-42.192
República Checa	-511	357.836	-14.111	-19.136	-65.713	-21.289
Rumania	-23	-25.902	-16.555	-2.881	-4.346	-19.063
Rusia	-32.993	-12.306	4.283	-202	696	-240
Sudáfrica,	-39.674	239.035	38.567	1.428	-68.823	-3.551
Tailandia	-781.346	-1.362.097	-1.599.683	-2.396.196	-1.598.505	-2.445.328
Taiwán	-1.307.788	-459.345	-645.874	-1.016.328	-663.719	-1.754.066
Turquía	-78.830	32.043	17.101	-99.674	-101.628	-80.589
TOTAL	-77.197.364	-101.006.259	-124.476.213	-143.733.950	-138.114.438	-179.316.040

Fuente: Elaboración de los autores.

Existen déficits comerciales fuertes, expresados en dólares, con países como: China (-93.775.842), Brasil (-29.931.178), Perú (-21.576.737), México (-14.629.317), Chile (-12.156.199), Tailandia (-2.445.328), Corea de Sur (-2.106.308), y Taiwán (-1.754.066).

En términos generales con los países emergentes listados, Colombia tiene déficits comerciales con todos excepto con Chipre, pero el monto es poco importante y el dato es anecdótico.

La Figura 7, revela igualmente que las importaciones provenientes de ese grupo de países es cada vez más importante y las exportaciones colombianas a esos destinos durante los últimos años vienen decayendo.

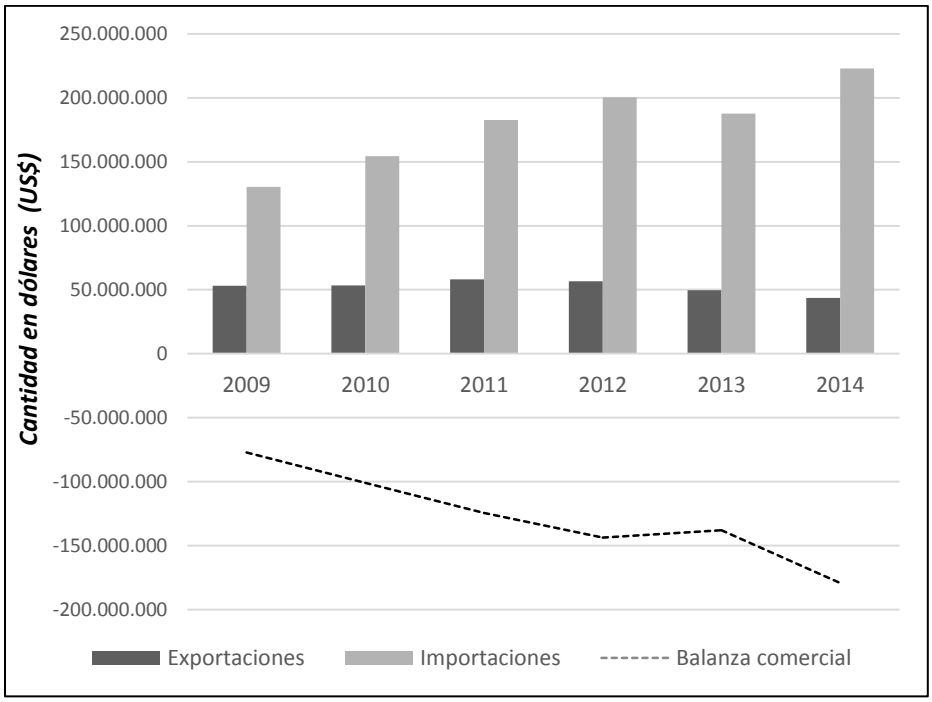


Figura 7. Exportaciones, importaciones y balanza comercial Colombia – economías emergentes (2009-2014).

Fuente: Elaboración de los autores.

Un análisis más detallado, proveniente de la Tabla 18, a nivel de código CIIU, indica que los sectores más dinámicos en términos de exportaciones, en 2014, son: la Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102) con un monto exportado de USD 4.055.072 aunque con importaciones de USD 17.449.710; el sector de Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211), que exportó un total de USD16.902.651 e importó un monto de USD28.533.353, y las Actividades de impresión (2220) que exportaron USD7.362.232 e importaron un total de USD 43.500.462.

Tabla 18. Flujo comercial Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Flujo comercial Colombia - Economías emergentes 2009-2014 (US$) por código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica								
Exportación al mundo por código CIIU								
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**TACC**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	2.750.375	4.474.597	5.655.859	4.757.434	5.138.187	4.055.072	**8,07%**
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	573.480	582.434	766.137	961.676	1.081.686	946.396	**10,54%**
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	30.350.800	25.813.832	26.039.257	23.092.517	20.145.505	16.902.651	**-11,05%**
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	5.148.571	5.000.260	5.497.461	5.088.651	3.748.921	3.914.009	**-5,34%**
Otros trabajos de edición	**2219**	73.202	98.026	266.999	236.892	261.867	223.623	**25,03%**
Actividades de impresión	**2220**	8.377.754	8.293.849	8.638.074	11.790.094	8.967.551	7.362.232	**-2,55%**
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	3.678.830	7.157.428	8.888.984	8.611.452	8.166.935	8.352.138	**17,82%**
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	2.198.133	2.026.062	2.299.918	2.164.263	2.022.931	1.788.699	**-4,04%**
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	2	-	3.064	7	-	88	**113,15%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	22.700	25.570	106.911	32.720	111.241	139.294	**43,74%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	-	-	-	-	-	23	**-**
Importación del mundo por código CIIU								
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**TACC**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	9.769.746	11.579.023	14.583.070	16.270.449	14.454.303	17.449.710	**12,30%**
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	1.722.777	2.670.734	3.721.836	3.436.558	3.359.841	4.206.805	**19,55%**
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	21.473.767	23.300.012	27.525.903	27.715.713	28.015.635	28.533.353	**5,85%**
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	3.461.483	4.793.235	1.303.819	1.341.874	3.222.718	4.184.832	**3,87%**
Otros trabajos de edición	**2219**	1.400.795	3.812.170	1.015.879	1.353.414	1.070.342	25.838.017	**79,13%**
Actividades de impresión	**2220**	34.944.327	36.948.137	49.173.760	49.844.844	45.762.729	43.500.462	**4,48%**
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	28.411.229	34.076.927	37.049.989	40.661.648	35.786.906	36.599.819	**5,20%**
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	6.497.232	5.732.326	6.476.762	8.418.793	8.640.515	9.052.617	**6,86%**
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	183.299	245.854	440.665	531.733	520.712	836.058	**35,46%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	22.477.746	31.319.833	41.346.649	50.887.742	46.925.536	52.789.538	**18,62%**
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	28.810	66	545	6.888	24	9.056	**-20,66%**

Fuente: Elaboración de los autores.

Con el grupo de países emergentes, todos los sectores de la industria, por código CIIU, presentaron déficits comerciales pero los más importantes son: Otras industrias manufactureras n.c.p. (3699), Actividades de impresión (2220), Otros trabajos de edición (2219), Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102) y Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211), como se puede ver en la Tabla 19.

Tabla 19. Balanza comercial Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

	Balanza comercial Colombia-Economías Emergentes 2009-2014 (US$)- Sector industria de la comunicación gráfica						
	CIIU	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	-7.019.371	-7.104.426	-8.927.211	-11.513.015	-9.316.116	-13.394.638
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	-1.149.297	-2.088.300	-2.955.699	-2.474.882	-2.278.155	-3.260.409
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	8.877.033	2.513.820	-1.486.646	-4.623.196	-7.870.130	-11.630.702
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	1.687.088	207.025	4.193.642	3.746.777	526.203	-270.823
Otros trabajos de edición	**2219**	-1.327.593	-3.714.144	-748.880	-1.116.522	-808.475	-25.614.394
Actividades de impresión	**2220**	-26.566.573	-28.654.288	-40.535.686	-38.054.750	-36.795.178	-36.138.230
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	-24.732.399	-26.919.499	-28.161.005	-32.050.196	-27.619.971	-28.247.681
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	-4.299.099	-3.706.264	-4.176.844	-6.254.530	-6.617.584	-7.263.918
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	-183.297	-245.854	-437.601	-531.726	-520.712	-835.970
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	-22.455.046	-31.294.263	-41.239.738	-50.855.022	-46.814.295	-52.650.244
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	-28.810	-66	-545	-6.888	-24	-9.033

Fuente: Elaboración de los autores.

Como se muestra en la Figura 8, la balanza comercial por CIIU viene presentado un retroceso significativo a través del periodo analizado. Esta situación amerita un análisis de competitividad más profundo el cual será presentado en acápites posteriores.

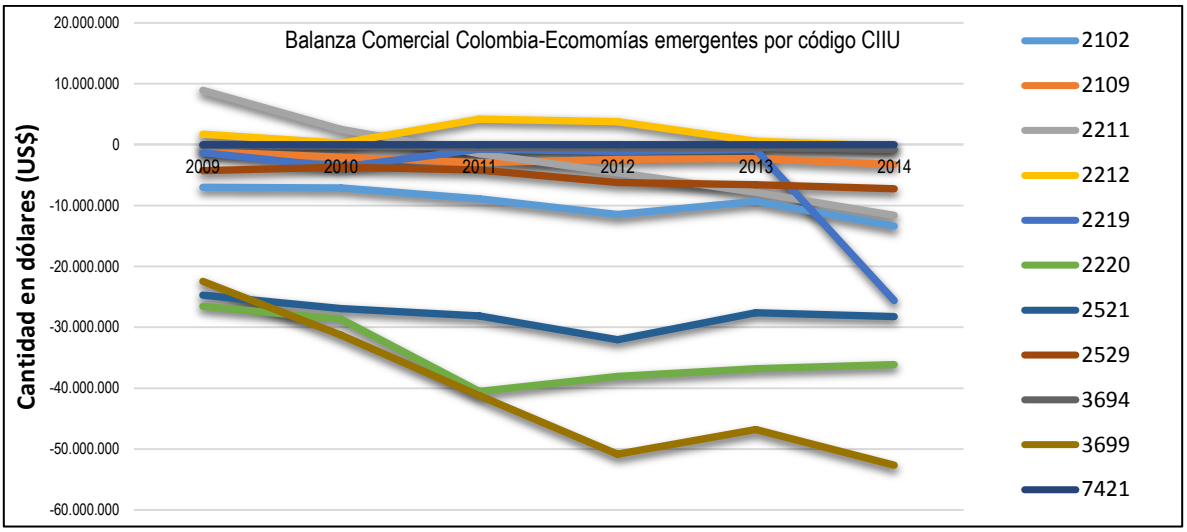


Figura 8. Balanza comercial Colombia – economías emergentes, por código CIIU (2009-2014)

Fuente: Elaboración de los autores.

3.1.3 América Latina

Con relación a América Latina entre los principales destinos de las exportaciones colombianas, en 2014, están países tales como: Ecuador (USD 35.203.354), Venezuela (USD 31.466.313), Panamá (USD 17.934.662), Perú (USD 16.314.430), Costa Rica (USD 10.427.214) y Puerto Rico (USD 8.962.936), entre otros. El flujo de comercio exterior se describe en la Tabla 20.

Tabla 20. Flujo comercial Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014.

Flujo comercial Colombia-América latina 2009-2014 (US$) - Sector industria de la comunicación gráfica							
Exportación							
	2009	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**TACC**
Argentina	5.867.306,63	3.804.322,40	4.306.223,16	1.737.107,26	1.361.468,25	986.989,99	**-29,99%**
Bolivia	1.015.718,03	1.042.093,11	1.198.941,11	1.053.708,67	957.793,63	912.934,97	**-2,11%**
Brasil	3.084.022,08	7.086.014,63	9.270.023,82	7.249.299,17	5.985.799,74	6.397.585,88	**15,71%**
Chile	6.115.080,05	4.958.907,38	3.998.663,10	3.801.715,25	4.275.208,93	4.860.401,66	**-4,49%**
Costa Rica	13.858.733,87	11.170.185,96	10.421.634,90	9.388.982,78	11.235.307,15	10.427.214,01	**-5,53%**
Cuba	2.285.696,98	2.145.766,79	1.828.542,90	1.774.886,04	1.054.068,99	1.251.206,98	**-11,35%**
Ecuador	29.158.454,98	32.886.772,61	32.209.293,55	32.329.028,83	35.741.974,08	35.203.698,16	**3,84%**
El Salvador	3.641.003,40	3.216.803,28	3.002.585,63	2.351.464,27	2.287.625,10	1.976.044,68	**-11,51%**
Guatemala	7.899.559,07	6.212.872,51	6.776.623,02	6.100.187,46	5.224.293,32	5.565.918,53	**-6,76%**
Haití	172.586,87	1.820,40	844,00	8.779,58	2.043,88	699,19	**-66,77%**
Honduras	2.786.967,88	2.766.221,58	2.363.504,03	2.637.713,84	2.259.868,41	2.102.196,37	**-5,48%**
México	24.440.076,59	19.891.625,60	23.080.657,10	19.447.548,04	18.872.381,97	15.917.723,79	**-8,22%**
Nicaragua	3.357.064,25	993.703,15	1.176.860,50	714.725,07	615.910,39	785.115,20	**-25,22%**
Panamá	20.124.811,49	19.569.968,73	17.996.687,10	15.414.891,37	19.955.474,63	17.934.661,80	**-2,28%**
Paraguay	211.020,01	292.467,06	513.694,22	1.091.325,41	708.663,01	729.105,40	**28,14%**
Perú	19.387.643,84	20.521.558,97	21.699.412,79	26.307.874,63	20.341.514,58	16.314.430,08	**-3,39%**
Puerto Rico	8.671.248,63	9.471.125,26	9.487.630,81	8.605.438,96	9.597.903,23	8.962.935,86	**0,66%**
República Dominicana	5.838.240,47	5.913.149,90	5.408.388,21	6.127.291,17	5.395.451,79	4.978.761,56	**-3,13%**
Uruguay	1.654.327,28	1.198.896,87	1.662.408,16	738.467,45	948.774,94	874.876,49	**-11,96%**
Venezuela	106.837.198,30	52.645.064,48	75.865.062,22	83.869.949,71	47.172.806,74	31.466.313,42	**-21,69%**
Total exportaciones	**266.406.760,70**	**205.789.340,67**	**232.267.680,33**	**230.750.384,96**	**193.994.332,76**	**167.648.814,02**	**-8,85%**
Importación							
Argentina	5.840.532	6.924.033	10.301.353	8.640.258	6.651.301	7.545.121	**5,26%**
Bolivia	3.532	47.631	3.628	26.708	2.151	8.805	**20,05%**
Brasil	9.183.269	10.137.472	10.533.668	12.048.414	11.151.435	36.328.764	**31,66%**
Chile	25.455.833	27.853.358	34.972.213	25.461.066	22.290.594	17.016.601	**-7,74%**

Costa Rica	2.205.175	2.137.356	2.581.678	2.856.963	3.003.883	2.931.973	**5,86%**
Cuba	176.699	163.609	6.017	24.143	15.023	6.049	**-49,08%**
Ecuador	8.012.808	9.199.586	12.492.685	11.309.599	11.029.154	9.248.524	**2,91%**
El Salvador	119.658	198.839	43.430	36.678	94.793	6.649	**-43,90%**
Guatemala	48.271	328.674	604.737	559.468	299.027	698.904	**70,67%**
Haití	0	0	0	3.295	0	0	
Honduras	214.200	75.664	144.125	209.332	427.999	305.260	**7,34%**
México	26.732.469	26.796.053	23.595.679	25.288.969	27.409.529	30.547.041	**2,70%**
Nicaragua	0	0	2.330	0	0	645,47	
Panamá	536.344	2.128.203	1.501.327	1.327.470	1.890.701	480.472	**-2,18%**
Paraguay	3.126	1.879	3.204	0	0	57.949	**79,32%**
Perú	30.521.665	35.212.952	42.287.643	49.613.824	41.884.669	37.889.050	**4,42%**
Puerto Rico	92.422	69.228	300.227	119.013	65.055	154.125	**10,77%**
República Dominicana	15.176	34.673	13.170	24.225	57.068	38.678	**20,58%**
Uruguay	717.410	1.527.558	863.462	623.839	1.960.976	1.260.488	**11,93%**
Venezuela	3.721.873	3.886.986	4.473.823	3.540.120	2.007.585	3.008.311	**-4,17%**
Total importaciones	**113.600.462**	**126.723.753**	**144.724.399**	**141.713.385**	**130.240.942**	**147.533.408**	**5,37%**

Fuente: elaboración de los autores.

En el caso de las importaciones, países como Perú (USD 37.889.050), Brasil (USD 36.328.764), México (USD30.547.041), Chile (USD 17.016.601) y Ecuador (USD 9.248.524) tienen una participación importante en el mercado colombiano de las comunicaciones gráficas.

La Tabla 21 muestra que para las exportaciones colombianas el mercado suramericano posee grandes potencialidades. De hecho, entre 2009 y 2014, Colombia presentó una balanza comercial positiva durante todo el periodo. Sin embargo, el superávit de la balanza comercial ha venido descendiendo dramáticamente en los últimos años

pasando de USD 152.806.298 en 2009 a USD 20.115.406, es decir, una reducción porcentual del superávit del –86,8%, en 2014 al final del periodo.

Tabla 21. Balanza comercial Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014.

Balanza comercial Colombia-América Latina 2009-2014 (US$)- Sector industria de la comunicación gráfica						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	26.774,23	-3.119.710,60	-5.995.130,01	-6.903.151,11	-5.289.832,34	-6.558.130,92
Bolivia	1.012.186,23	994.462,60	1.195.313,24	1.027.001,17	955.642,89	904.129,88
Brasil	-6.099.246,67	-3.051.456,89	-1.263.644,35	-4.799.114,97	-5.165.635,04	-29.931.178,41
Chile	-19.340.753,31	-22.894.450,68	-30.973.550,30	-21.659.350,96	-18.015.385,23	-12.156.199,41
Costa Rica	11.653.559,29	9.032.829,65	7.839.957,28	6.532.019,29	8.231.424,54	7.495.240,81
Cuba	2.108.998,07	1.982.157,57	1.822.525,96	1.750.743,47	1.039.045,64	1.245.157,99
Ecuador	21.145.647,16	23.687.186,80	19.716.608,80	21.019.429,43	24.712.820,44	25.955.173,94
El Salvador	3.521.345,68	3.017.964,10	2.959.155,31	2.314.786,58	2.192.832,04	1.969.396,02
Guatemala	7.851.287,91	5.884.198,06	6.171.886,33	5.540.719,20	4.925.266,13	4.867.014,76
Haití	172.586,87	1.820,40	844,00	5.484,79	2.043,88	699,19
Honduras	2.572.767,47	2.690.557,85	2.219.379,41	2.428.381,53	1.831.869,89	1.796.936,74
México	-2.292.392,44	-6.904.427,80	-515.022,21	-5.841.421,30	-8.537.147,44	-14.629.316,88
Nicaragua	3.357.064,25	993.703,15	1.174.530,03	714.725,07	615.910,39	784.469,73
Panamá	19.588.467,05	17.441.765,77	16.495.359,90	14.087.421,28	18.064.773,89	17.454.189,80
Paraguay	207.894,26	290.588,06	510.490,58	1.091.325,41	708.663,01	671.156,68
Perú	-11.134.021,40	-14.691.392,88	-20.588.230,49	-23.305.949,71	-21.543.154,28	-21.574.620,12
Puerto Rico	8.578.826,41	9.401.897,72	9.187.403,92	8.486.426,16	9.532.848,05	8.808.810,81
República Dominicana	5.823.064,87	5.878.477,21	5.395.218,30	6.103.066,39	5.338.383,37	4.940.083,85
Uruguay	936.916,87	-328.661,40	798.946,24	114.628,04	-1.012.200,66	-385.611,37
Venezuela	103.115.325,64	48.758.078,94	71.391.239,14	80.329.829,91	45.165.221,77	28.458.002,62
TOTAL	152.806.298,44	79.065.587,63	87.543.281,08	89.036.999,67	63.753.390,94	20.115.405,71

Fuente: elaboración de los autores.

Esta tendencia, se ve reflejada en la Figura 9, en donde se observa como el superávit en la balanza comercial colombiana con los países de América Latina viene en pleno descenso, afectando la competitividad de la industria.

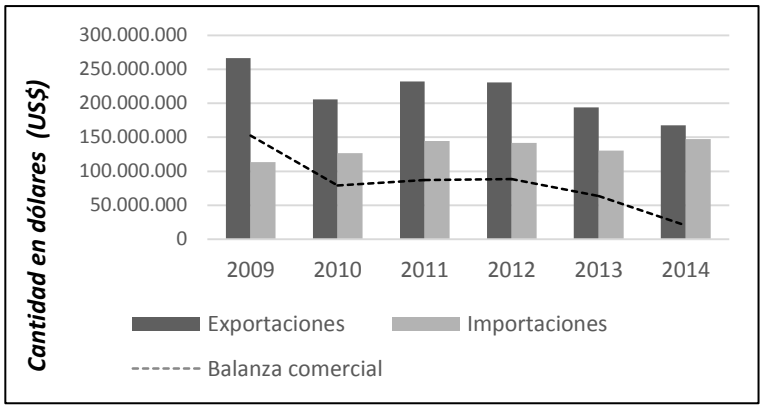


Figura 9. Exportaciones, importaciones y balanza comercial Colombia – América Latina (2009-2014)

Fuente: Elaboración de los autores.

La Tabla 22 muestra el detalle por código CIIU del comercio exterior colombiano con los países de América Latina.

Tabla 22. Flujo comercial Colombia – América Latina, sector industria la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Exportaciones							
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	39.774.347,03	22.619.261,62	31.899.734,88	39.396.833,68	29.197.109,77	20.207.117,16
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	5.166.593,79	5.795.750,17	5.091.079,09	6.172.515,32	6.288.328,78	6.627.921,23
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	113.712.801,57	77.279.529,66	83.660.591,76	69.136.593,67	56.748.561,88	46.706.140,55
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	19.161.004,21	14.907.117,22	19.269.826,99	18.996.777,79	12.761.620,39	11.390.689,97
Otros trabajos de edición	**2219**	2.237.647,73	2.595.744,50	2.628.306,32	1.869.378,53	1.612.487,04	1.490.175,04
Actividades de impresión	**2220**	46.189.807,77	41.441.938,47	50.529.743,61	52.880.569,66	45.471.324,93	39.854.638,10
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	23.314.945,51	25.110.084,24	22.122.358,05	24.958.131,85	24.119.697,74	23.554.578,80
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	16.628.580,68	15.759.824,57	16.605.391,11	16.797.173,95	17.317.923,92	17.057.547,22
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	80,51	1.236,20	3.597,46	10,20	513,17	369.284,40
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	219.807,48	278.854,02	455.551,06	468.858,71	410.120,14	390.248,95
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	1.144,42	0,00	1.500,00	73.541,60	66.645,00	472,60
Total exportaciones		**266.406.760,70**	**205.789.340,67**	**232.267.680,33**	**230.750.384,96**	**193.994.332,76**	**167.648.814,02**
Importaciones							

CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	8.620.512,4	10.224.370,9	11.897.466,8	12.428.455,8	10.597.836,0	11.345.085,8
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	1.669.384,3	2.765.828,5	2.702.235,3	2.252.560,8	2.453.298,2	2.946.669,0
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	22.058.803,9	23.607.030,8	25.182.743,1	20.231.059,4	21.993.521,5	17.410.034,8
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	1.208.428,1	1.443.697,8	1.450.722,6	1.375.152,6	1.634.270,4	1.444.409,9
Otros trabajos de edición	2219	735.762,1	3.490.196,3	1.417.870,1	834.224,2	1.091.689,0	25.457.209,3
Actividades de impresión	2220	37.876.493,3	38.651.413,9	47.300.707,4	47.950.287,4	43.199.724,2	36.502.031,2
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	31.601.019,1	37.806.114,0	44.981.477,7	45.021.143,6	38.028.106,4	40.307.215,2
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	9.252.400,2	7.852.123,7	9.359.994,1	11.111.262,9	10.786.753,2	11.570.522,1
Fabricación de juegos y juguetes	3694	39.448,0	38.531,3	115.064,1	138.609,6	204.545,9	95.490,5
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	538.202,6	844.440,1	316.118,2	370.140,2	251.197,2	450.413,6
Otras industrias manufactureras n.c.p.	7421	8,4	5,8	0,0	488,7	0,0	4.327,1
Total importaciones		**113.600.462,3**	**126.723.753,0**	**144.724.399,3**	**141.713.385,3**	**130.240.941,8**	**147.533.408,3**

Fuente: elaboración de los autores.

En 2014, a nivel desagregado por código CIIU, los siguientes sectores presentaron saldos positivos en la balanza comercial (ver Tabla 23): Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102), Fabricación de otros artículos de papel y cartón (2109), Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211), Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (2212), Actividades de impresión (2220), Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529), y Fabricación de juegos y juguetes (3694).

Presentaron una balanza comercial negativa los siguientes sectores: Otros trabajos de edición (2219), Fabricación de formas básicas de plástico (2521), y Otras industrias manufactureras n.c.p. (3699).

Tabla 23. Balanza comercial Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica (US$), por código CIIU, 2009-2014.

Balanza comercial Colombia-América Latina 2009-2014 (US$) por código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	31.153.834,68	12.394.890,74	20.002.268,12	26.968.377,84	18.599.273,78	8.862.031,36
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	3.497.209,50	3.029.921,67	2.388.843,75	3.919.954,56	3.835.030,60	3.681.252,26
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	91.653.997,64	53.672.498,90	58.477.848,70	48.905.534,26	34.755.040,42	29.296.105,80
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	17.952.576,13	13.463.419,44	17.819.104,38	17.621.625,17	11.127.350,04	9.946.280,05
Otros trabajos de edición	2219	1.501.885,64	-894.451,77	1.210.436,27	1.035.154,34	520.798,05	-23.967.034,30
Actividades de impresión	2220	8.313.314,43	2.790.524,53	3.229.036,17	4.930.282,28	2.271.600,71	3.352.606,95
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	-8.286.073,56	-12.696.029,77	-22.859.119,60	-20.063.011,78	-13.908.408,63	-16.752.636,35
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	7.376.180,53	7.907.700,86	7.245.397,06	5.685.911,06	6.531.170,71	5.487.025,08
Fabricación de juegos y juguetes	3694	-39.367,46	-37.295,09	-111.466,61	-138.599,43	-204.032,73	273.793,95
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	-318.395,12	-565.586,11	139.432,84	98.718,48	158.922,99	-60.164,61
Otras industrias manufactureras n.c.p.	7421	1.136,03	-5,77	1.500,00	73.052,89	66.645,00	-3.854,48
TOTAL		152.806.298,44	79.065.587,63	87.543.281,08	89.036.999,67	63.753.390,94	20.115.405,71

Fuente: Elaboración de los autores.

A pesar de poseer una balanza comercial positiva con los países de América Latina, la industria de la comunicación gráfica viene perdiendo terrenos en los mercados de la

región. Esta tendencia se observa claramente en la Figura 10, en sectores como 7421, 3699, 2521 y 2219.

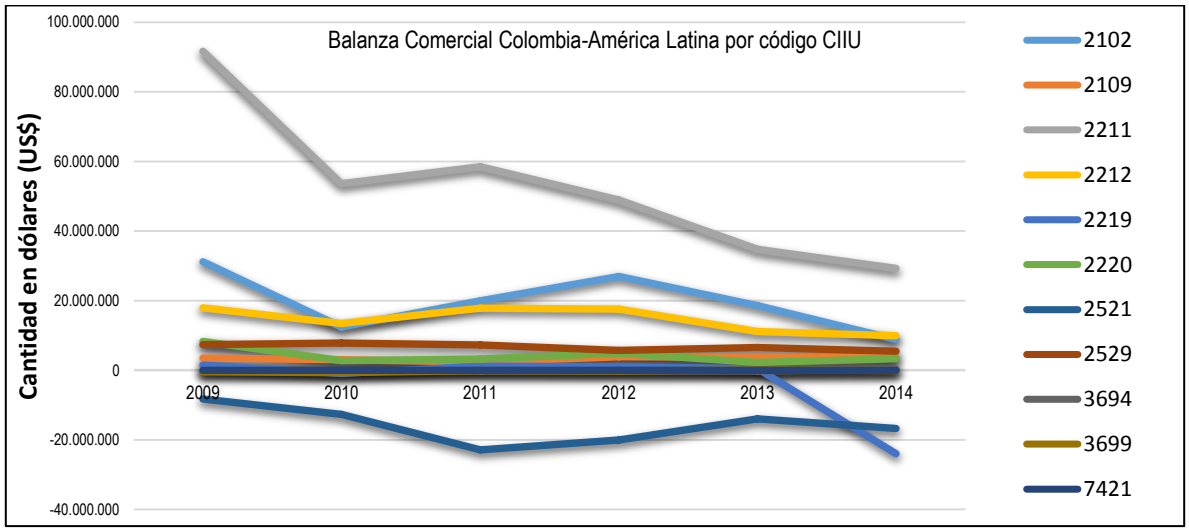


Figura 10. Balanza comercial Colombia – América Latina por código CIIU (2009-2014).

Fuente: Elaboración de los autores.

3.2 La balanza comercial relativa colombiana por socio comercial

Uno de los indicadores por excelencia para medir la competitividad internacional de un país es el Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR). Para tal fin, el IBCR, se calculó con regiones del mundo distribuidas de la siguiente manera: países desarrollados, países emergentes, países de América Latina, utilizando la clasificación CIIU, Rev. 3, a 4 dígitos.

El Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR) sirve para determinar la tendencia importadora o exportadora a nivel intrasectorial del comercio de Colombia con sus socios comerciales, y relaciona la balanza comercial (saldo de exportaciones menos importaciones) de un producto, con el comercio total del mismo (exportaciones más importaciones).

La notación del índice es la siguiente:

$$BCR = \frac{(X - M)_{iNr}}{(X + M)_{iNr}}$$

Donde,

X_i: Exportaciones del sector *i* en un periodo dado

M_i: Importaciones del sector *i* en un periodo dado

$X_i - M_i$: Balanza o saldo comercial por producto

$X_i + M_i$: Flujo comercial del producto

El IBCR varía entre –1 y 1, indicando el grado en el cual el país es importador (-1) o exportador (1) neto de un producto determinado en relación con el flujo del comercio del país de ese producto. Si el IBCR es mayor que 0, el producto se considera competitivo en el mercado objetivo. La Tabla 24, muestra que el IBCR con el mundo es negativo.

Tabla 24. IBCR Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

IBCR Colombia-Mundo 2009-2014- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	0,49	0,21	0,24	0,29	0,14	-0,10
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	0,08	-0,05	-0,14	-0,08	-0,08	-0,04
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	0,36	0,18	0,15	0,06	-0,16	-0,21
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	0,49	0,17	0,27	0,63	0,42	0,28
Otros trabajos de edición	2219	0,00	-0,48	0,10	0,07	-0,01	-0,89
Actividades de impresión	2220	-0,02	-0,12	-0,15	-0,13	-0,17	-0,18
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	-0,23	-0,26	-0,39	-0,36	-0,31	-0,34
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	0,22	0,27	0,18	0,07	0,08	0,02
Fabricación de juegos y juguetes	3694	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	-0,98	-0,98	-0,97	-0,98	-0,98	-0,98
Actividades de arquitectura e ingeniería y act. conexas	7421	0,98	0,18	0,89	-0,05	0,82	0,50
	TOTAL	0,16	-0,04	-0,07	-0,10	-0,19	-0,29

Fuente: Elaboración de los autores.

Analizando los códigos CIIU de la industria observamos que la mayoría de sectores presenta una evolución negativa del índice, implicando falencias en términos de ventajas comparativas. De hecho, los sectores que presentaron niveles positivos en el índice fueron las Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico (7421), la Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529) y el sector de Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (2212). Ver Figura 11.

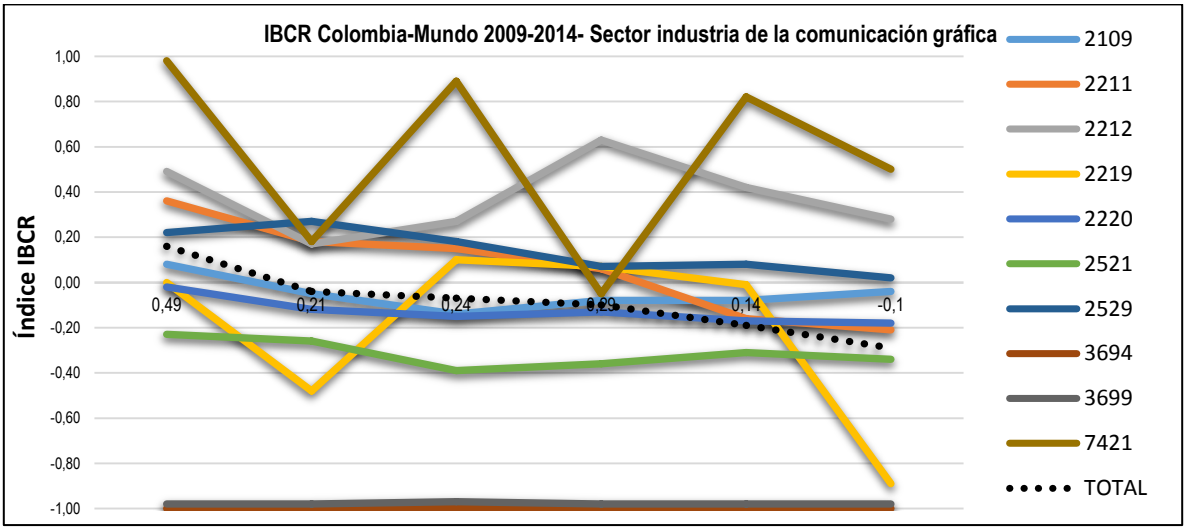


Figura 11. IBCR Colombia – Mundo, por código CIIU 2009-2014.

Fuente: Elaboración de los autores.

3.2.1 Países desarrollados

El IBCR con los países desarrollados muestra que Colombia posee un índice negativo con todos los países, lo cual significa que tiene una desventaja comparativa con el conjunto de países desarrollados (Tabla 25).

Tabla 25. IBCR Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

IBCR Colombia-Países desarrollados según código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Alemania	-0,94	-0,92	-0,92	-0,89	-0,96	-0,75
Australia	-0,78	-0,68	-0,74	-0,99	-0,98	-0,99
Austria	-0,99	-1,00	-0,95	-0,95	-0,96	-1,00
Bélgica	-1,00	-0,98	0,13	0,12	-0,45	-0,43
Canadá	-0,91	-0,87	-0,93	-0,97	-0,96	-0,73
Corea (Sur)	-0,98	-1,00	-0,99	-1,00	-1,00	-1,00
Dinamarca	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,96
Eslovaquia	-1,00	-0,87	-0,98	-0,99	0,20	-0,94
Eslovenia	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
España	-0,84	-0,84	-0,86	-0,80	-0,79	-0,89
Estados Unidos	0,01	-0,06	-0,25	-0,26	-0,47	-0,43
Finlandia	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Francia	-0,97	-0,82	-0,65	-0,84	-0,78	-0,77
Grecia	-0,72	-0,49	-0,96	-0,98	-1,00	-1,00
Holanda	-0,38	-0,16	-0,10	-0,79	-0,37	-0,43
Irlanda (Eire)	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,91
Israel	-0,78	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Italia	-0,55	-0,85	-0,33	-0,81	-0,23	-0,26
Japón	-0,94	-0,63	-0,97	-0,87	-0,92	-0,99
Liechtenstein	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Luxemburgo	-1,00	-0,92	-1,00	-0,98	-1,00	-0,95
Noruega	-1,00	-1,00	-0,30	-1,00	0,81	-0,83
Nueva Zelanda	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,99	-1,00
Portugal	0,72	0,66	-0,11	0,11	-0,32	-0,29
Reino Unido	-0,47	-0,40	-0,68	-0,63	-0,78	-0,89
República Checa	-1,00	-1,00	-0,61	-1,00	-1,00	-1,00
Singapur	-1,00	-0,92	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Suecia	-1,00	-0,97	-0,98	-1,00	-0,98	-0,99
Suiza	-1,00	-0,97	-0,77	-0,98	-0,95	-0,96
TOTAL	**-0,33**	**-0,38**	**-0,48**	**-0,51**	**-0,66**	**-0,65**

Fuente: Elaboración de los autores.

Con algunos países tuvo una desventada total durante casi durante todo el periodo analizado como, por ejemplo, con: Suiza, Suecia, Singapur, Republica Checa, Reino Unido, Nueva Zelanda, Israel, Finlandia y Eslovenia.

A nivel global con los países desarrollados, el IBCR ha venido desmejorado a través de los años. De hecho, el índice en 2009 estaba -0,33 y pasó a -0,65 en el 2014. Esto significa que la industria viene perdiendo competitividad con los países desarrollados en los mercados internacionales a través del tiempo (ver Figura 12).

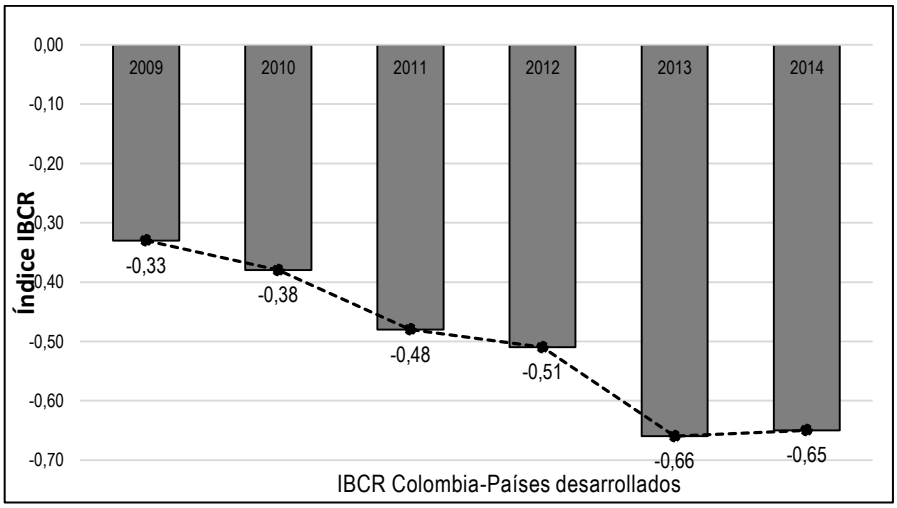


Figura 12. IBCR Colombia – países desarrollados 2009-2014.

Fuente: Elaboración de los autores.

El análisis por sectores a nivel de código CIIU, refleja los mismos resultados negativos. De hecho, el único sector con un IBCR positivo fueron las actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico (7421). El resto de sectores presentaron IBCR negativos. Caso especial del sector de Fabricación de juegos y juguetes (3694) que presento una desventaja comparativa total frente a los países de los mercados desarrollados (ver Tabla 26).

Tabla 26. IBCR Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

IBCR Colombia-Países desarrollados 2009-2014 según código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	-0,41	-0,31	-0,42	-0,65	-0,72	-0,84
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	-0,74	-0,80	-0,74	-0,80	-0,81	-0,62
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	-0,24	-0,27	-0,39	-0,48	-0,74	-0,80
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	-0,14	-0,49	-0,65	-0,33	-0,34	-0,39
Otros trabajos de edición	**2219**	-0,52	-0,88	-0,12	-0,28	-0,40	-0,81
Actividades de impresión	**2220**	-0,61	-0,58	-0,66	-0,64	-0,71	-0,55
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	-0,50	-0,43	-0,52	-0,51	-0,47	-0,45
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	-0,05	-0,02	-0,15	-0,27	-0,32	-0,27
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	-0,84	-0,86	-0,86	-0,80	-0,38	-0,34
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	0,98	0,18	0,89	-0,05	0,82	0,50
	TOTAL	**-0,33**	**-0,38**	**-0,48**	**-0,51**	**-0,66**	**-0,65**

Fuente: Elaboración de los autores.

La Figura 13, denota que el IBCR viene empeorando en el curso del periodo analizado. Salvo con el sector 7421, el resto de sectores presentan debilidades en términos de ventajas comparativas frente a los mercados seleccionados en este acápite.

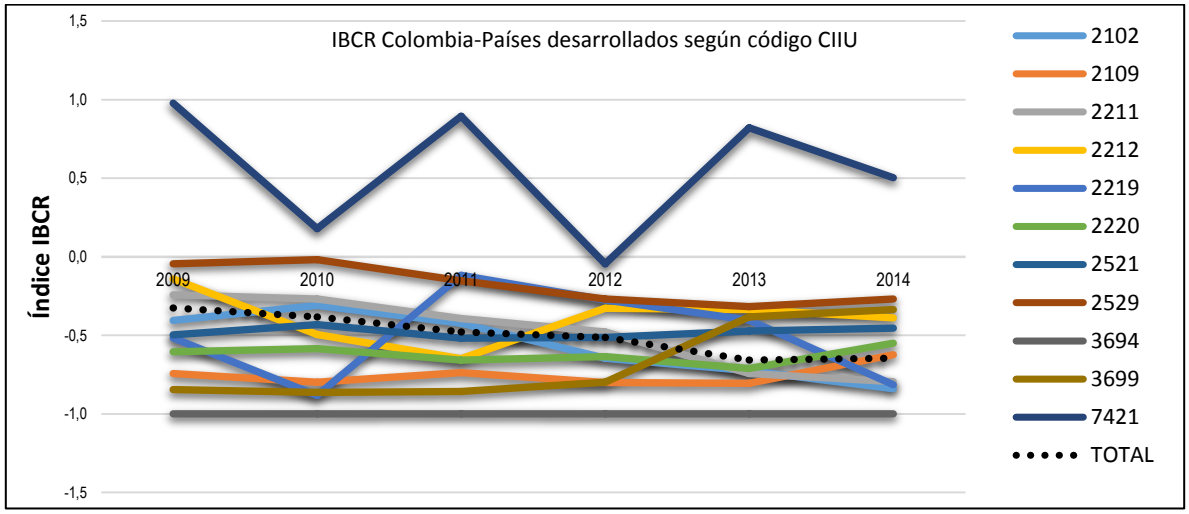


Figura 13. IBCR Colombia – Países desarrollados, según código CIIU, 2009-2014.

Fuente: Elaboración de los autores.

3.2.2 Economías emergentes

Frente a los mercados emergentes, la situación es muy similar (ver Tabla 27). Salvo con Chipre, la industria de la comunicación gráfica tiene un IBCR negativo. Con algunos países el indicador presenta específicamente desventajas comparativas, tal es el caso de China, Corea del Sur, Filipinas, Malasia, Pakistán, Rumania, Tailandia, Taiwán y Turquía.

Tabla 27. IBCR Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

IBCR Colombia-Economías emergentes 2009-2014- Sector industria de la comunicación gráfica						
Países	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Brasil	-0,50	-0,18	-0,06	-0,25	-0,30	-0,70
Chile	-0,61	-0,70	-0,79	-0,74	-0,68	-0,56
China	-1,00	-0,99	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Chipre	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	0,39
Corea (Sur	-0,98	-1,00	-0,99	-1,00	-1,00	-1,00
Emiratos Árabes Unidos	-0,75	0,95	0,74	-0,42	-0,78	-0,86
Filipinas	-0,99	-0,99	-1,00	-0,99	-0,97	-1,00
Hungría	-1,00	-1,00	-1,00	-0,99	-0,99	-0,87
India	-1,00	-1,00	-1,00	-0,92	-0,84	-0,57
Indonesia	-0,95	-0,98	-0,97	-0,99	-0,93	-0,80
Malaysia	-1,00	-0,97	-1,00	-0,98	-0,99	-1,00
México	-0,04	-0,15	-0,01	-0,13	-0,18	-0,31
Pakistán	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,95	-1,00
Perú	-0,22	-0,26	-0,32	-0,31	-0,35	-0,40
Polonia	-1,00	-0,99	-1,00	-0,61	-0,38	-0,52
República Checa	-0,28	0,98	-0,61	-0,94	-1,00	-1,00
Rumania	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Rusia	-0,97	-0,99	1,00	-0,48	0,43	-0,05
Sudáfrica	-0,54	0,42	0,87	0,69	-1,00	-0,99
Tailandia	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,99	-1,00
Taiwán (Formosa)	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Turquía	-0,26	0,16	0,11	-0,99	-0,99	-1,00
TOTAL	**-0,42**	**-0,49**	**-0,52**	**-0,56**	**-0,58**	**-0,67**

Fuente: Elaboración de los autores.

La Figura 14, muestra de igual manera que el IBCR ha venido desmejorando con el tiempo pasando de – 0, 42 en 2009 a -0,67 en 2014. Grosso modo, las cifras indican que la industria de la comunicación gráfica viene perdiendo ventajas comparativas con las economías emergentes a través del tiempo.

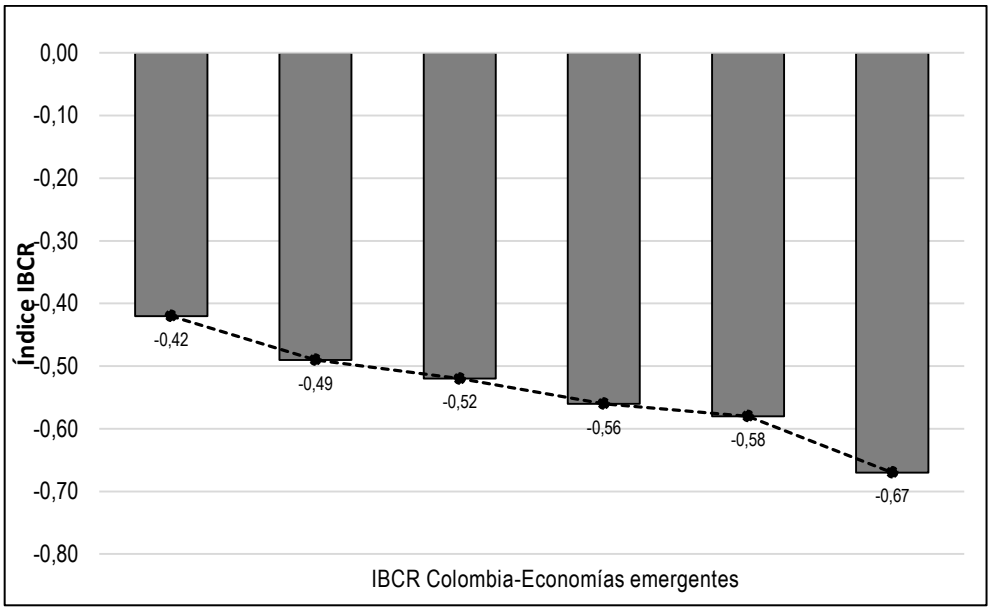


Figura 14. IBCR Colombia – economías emergentes, 2009-2014.

Fuente: Elaboración de los autores.

Por código CIIU a 4 dígitos, todos los sectores presentaron resultados negativos (ver Tabla 28). En especial las Otras industrias manufactureras n.c.p. (3699) y la Fabricación de juegos y juguetes (3694) presentaron desventajas comparativas totales en estos mercados. De igual manera, en todos los sectores de la industria el IBCR empeoró en términos de resultados, desmejorando sus posiciones globales frente al comercio con las economías de los países emergentes.

Tabla 28. IBCR Colombia – economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

BCR Colombia-Economías emergentes 2009-2014 según código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	-0,56	-0,44	-0,44	-0,55	-0,48	-0,62
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	-0,50	-0,64	-0,66	-0,56	-0,51	-0,63
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	0,17	0,05	-0,02	-0,09	-0,16	-0,26
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	0,20	0,02	0,62	0,58	0,08	-0,03
Otros trabajos de edición	2219	-0,90	-0,95	-0,58	-0,70	-0,61	-0,98
Actividades de impresión	2220	-0,61	-0,63	-0,70	-0,62	-0,67	-0,71
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	-0,78	-0,69	-0,62	-0,65	-0,63	-0,63
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	-0,48	-0,47	-0,47	-0,59	-0,62	-0,66
Fabricación de juegos y juguetes	3694	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00
	TOTAL	**-0,42**	**-0,49**	**-0,52**	**-0,56**	**-0,58**	**-0,67**

Fuente: Elaboración de los autores.

La Figura 15, muestra la evolución del indicador IBCR a lo largo del periodo analizado. De acuerdo con ella, se puede mencionar que al principio del periodo los sectores Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (2212) y Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211) tuvieron ventajas comparativas en ciertos años, que desaparecieron con el tiempo.

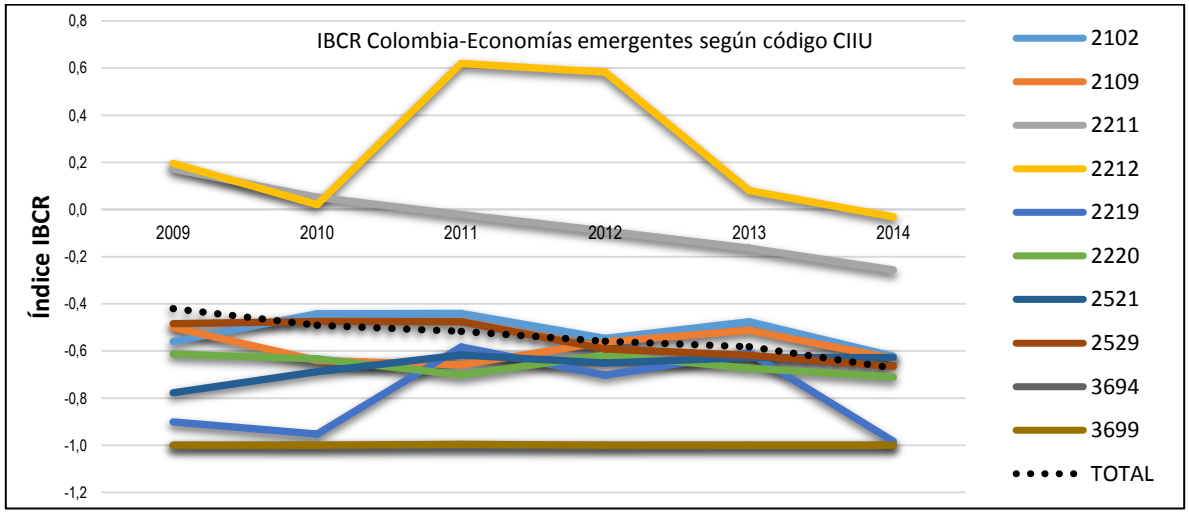


Figura 15. IBCR Colombia – economías emergentes según código CIIU 2009-2014.

Fuente: Elaboración de los autores.

3.2.3 América Latina

Con América Latina, la Industria de la Comunicación Gráfica tiene indicadores disimiles (ver Tabla 29). Con países como Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela el IBCR fue positivo, para el año 2014, y en gran parte de los años del periodo analizado.

Tabla 29. IBCR Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

IBCR Colombia-América Latina 2009-2014- Sector industria de la comunicación gráfica						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	0,00	-0,29	-0,41	-0,66	-0,66	-0,77
Bolivia	0,99	0,91	0,99	0,94	1,00	0,98
Brasil	-0,50	-0,18	-0,06	-0,24	-0,31	-0,70
Chile	-0,61	-0,70	-0,80	-0,74	-0,68	-0,56
Costa Rica	0,73	0,68	0,60	0,53	0,58	0,56
Cuba	0,85	0,86	0,99	0,97	0,97	0,99
Ecuador	0,57	0,56	0,44	0,48	0,53	0,58
El Salvador	0,94	0,88	0,97	0,97	0,92	0,99
Guatemala	0,99	0,90	0,84	0,83	0,89	0,78
Haití	1,00	1,00	1,00	0,45	1,00	1,00
Honduras	0,86	0,95	0,89	0,85	0,68	0,75
México	-0,04	-0,15	-0,01	-0,13	-0,18	-0,31
Nicaragua	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Panamá	0,95	0,80	0,85	0,84	0,83	0,95
Paraguay	0,97	0,99	0,99	1,00	1,00	0,99
Perú	-0,22	-0,26	-0,32	-0,31	-0,35	-0,40
Puerto Rico	0,98	0,99	0,94	0,97	0,99	0,97
República Dominicana	0,99	0,99	1,00	0,99	0,98	0,98
Uruguay	0,40	-0,13	0,31	0,08	-0,35	-0,18
Venezuela	0,93	0,86	0,89	0,92	0,92	0,83
Total	**0,40**	**0,24**	**0,23**	**0,24**	**0,20**	**0,06**

Fuente: Elaboración de los autores.

Sin embargo, el IBCR positivo para la región ha ido disminuyendo a través de los años analizados. Como se refleja en la Figura 16, en 2009 el IBCR para la región era de

0,40, sin embargo, para el año 2014, el IBCR disminuyó a 0,06. Lo cual implica una pérdida de las ventajas comparativas de la Industria de la Comunicación Gráfica con los países de América Latina analizados.

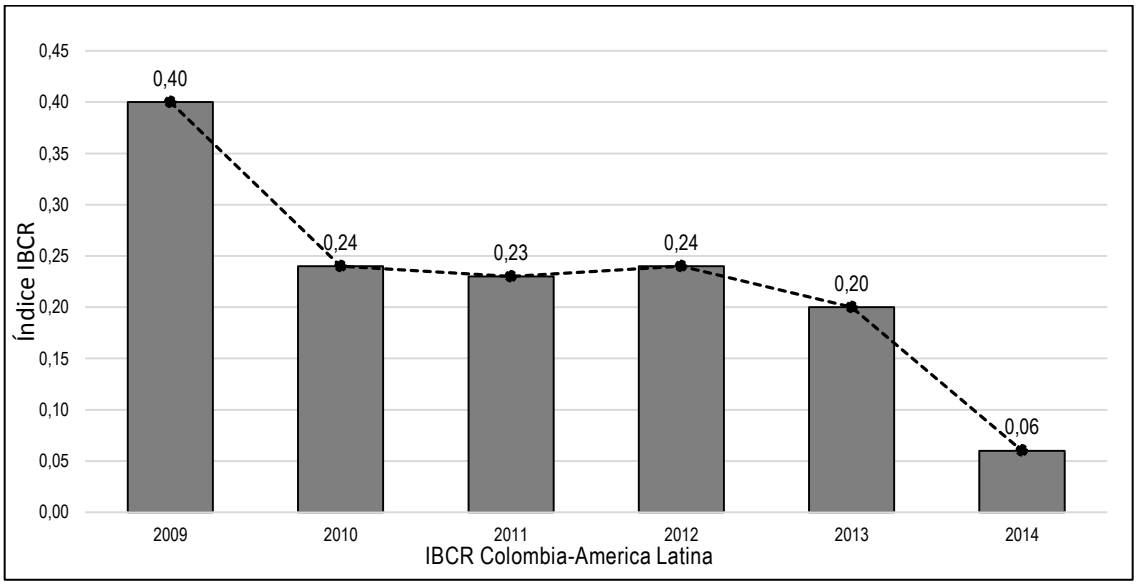


Figura 16. IBCR Colombia – América Latina 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

La Tabla 30 permite analizar los diferentes sectores de la industria por código CIIU. Sectores como Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón (2102), Fabricación de otros artículos de papel y cartón (2109), Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211), Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas 2212, Actividades de impresión (2220) y Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529) presentaron ventajas comparativas en los mercados de América latina.

Tabla 30. IBCR Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica, según código CIIU, 2009-2014.

IBCR Colombia- América Latina 2009-2014 según código CIIU- Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	0,64	0,38	0,46	0,52	0,47	0,28
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	0,51	0,35	0,31	0,46	0,44	0,38
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	0,68	0,53	0,54	0,55	0,44	0,46
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	0,88	0,82	0,86	0,86	0,77	0,78
Otros trabajos de edición	**2219**	0,51	-0,15	0,30	0,38	0,19	-0,89
Actividades de impresión	**2220**	0,10	0,03	0,03	0,05	0,03	0,04
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	-0,15	-0,20	-0,34	-0,29	-0,23	-0,26
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	0,28	0,33	0,28	0,20	0,23	0,19
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,99	-1,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	-0,70	-0,68	-0,02	0,27	0,14	-0,22
	TOTAL	**0,40**	**0,24**	**0,23**	**0,24**	**0,20**	**0,06**

Fuente: Elaboración de los autores.

Los únicos sectores con desventajas comparativas en el periodo analizado fueron: Otros trabajos de edición (2219), Fabricación de formas básicas de plástico (2521), Fabricación de juegos y juguetes (3694) y Otras industrias manufactureras n.c.p. (3699) (ver Figura 17).

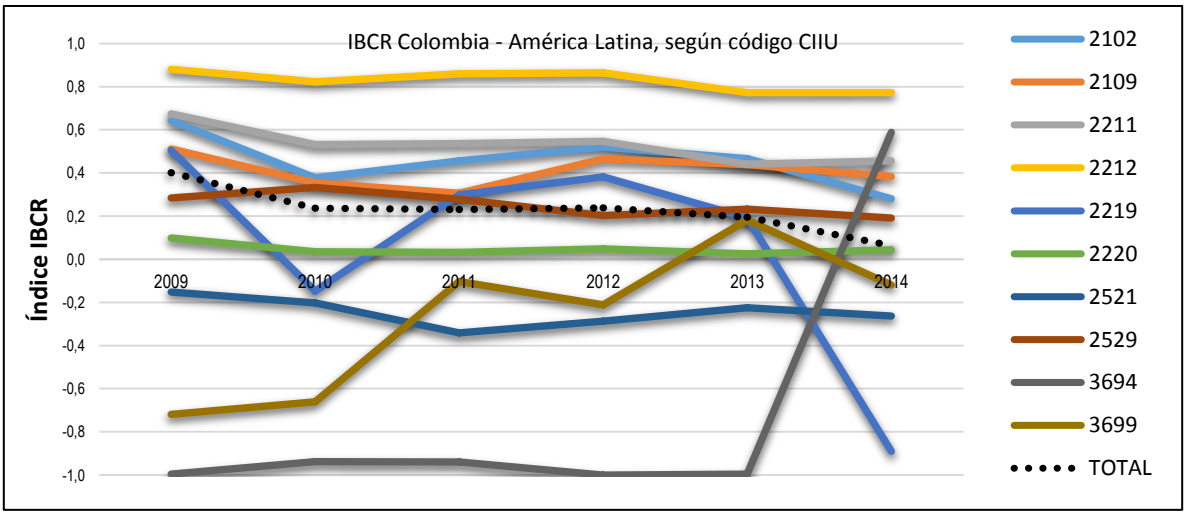


Figura 17. IBCR Colombia – América Latina según código CIIU 2009-2014. Fuente: elaboración de los autores.

3.3 Análisis de los índices de similitud de las exportaciones colombianas por socio comercial

Para evaluar si las exportaciones de los socios comerciales de Colombia pueden desplazar a las mismas en el mercado mundial, es necesario determinar el grado de similitud entre sus canastas de exportación, y si éstas compiten en el mismo mercado.

Para analizar este tipo de situación, los análisis de competitividad utilizan normalmente, el Índice de Similitud de Exportaciones (ISE) desarrollado por Finger and Kreinin (1979). El ISE calcula la agregación de la mínima participación de cada grupo de productos en las exportaciones totales de cada región a un mercado de destino homogéneo que puede ser una subregión o el mundo. En términos prácticos esta indicador muestra qué tan parecidas son las canastas exportadoras entre dos mercados y el riesgo de que éstas desplacen o compitan entre ellas. Se construye de la siguiente forma:

$$ISE_{jk} = \sum_i \left[\min\left(X_{ij}, X_{ik}\right) + 100\right]$$

Donde:

X_{ij}: es la participación de las exportaciones del sector *i* del país j en sus exportaciones totales.

X_{ik}: es la participación de las exportaciones del sector *i* del país *k* en sus exportaciones totales.

El índice de similitud toma valores entre 0 y 100. Un ISE de 100 indica que la composición de las exportaciones de los países comparados es idéntica y un ISE de 0 indica que dicha composición es totalmente diferente. La Figura 18 muestra cómo la canasta de exportaciones de Colombia con el mundo es muy similar, lo cual implica un nivel de competencia relativamente alto entre los mercados.

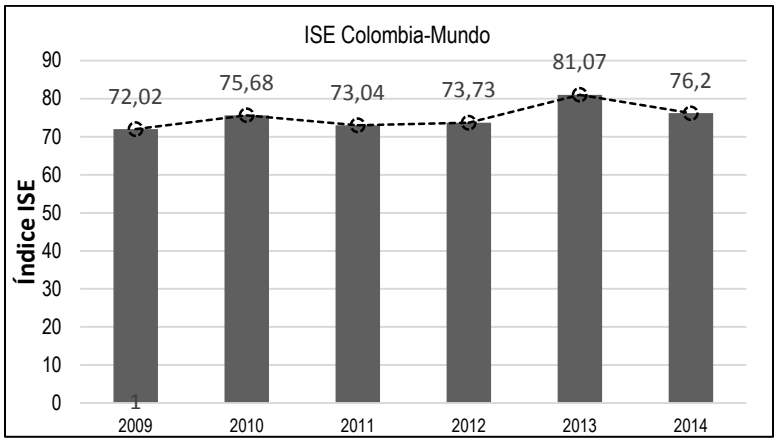


Figura 18. ISE Colombia – mundo 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

A continuación, se analizará el ISE para las diferentes regiones propuestas para el presente estudio.

3.3.1 Países desarrollados

Con los países desarrollados el ISE, es relativamente alto (Figura 19). En promedio, durante el periodo analizado, 2009 – 2014, se elevó al 89,91%. Esto quiere decir que existen canastas exportadoras muy similares entre Colombia y el mundo con un alto riesgo de desplazamiento entre las economías.

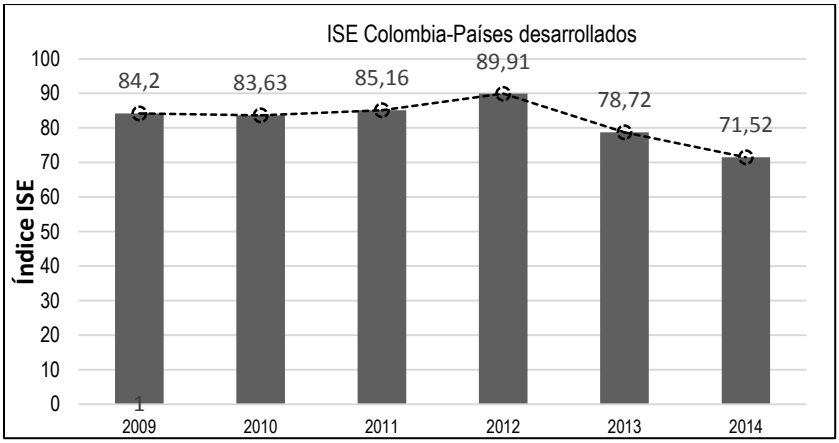


Figura 19. ISE Colombia – países desarrollados 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

En los últimos años del periodo, 2013 y 2014, el indicador disminuyó a 71,52%, lo cual se explica con el descenso de las exportaciones colombianas a los mercados mundiales. Por lo cual no se puede inferir ningún efecto positivo o negativo de esta circunstancia.

3.3.2 Economías emergentes

Con los países de las economías emergentes el valor del ISE es inferior al calculado con el mundo. El ISE promedio fue de 60,65% (Figura 20). Esto implica que existen posibilidades de ingresos de bienes de la industria a cualquiera de los dos mercados, bien sea al colombiano o a países que forman parte del grupo de los mercados emergentes.

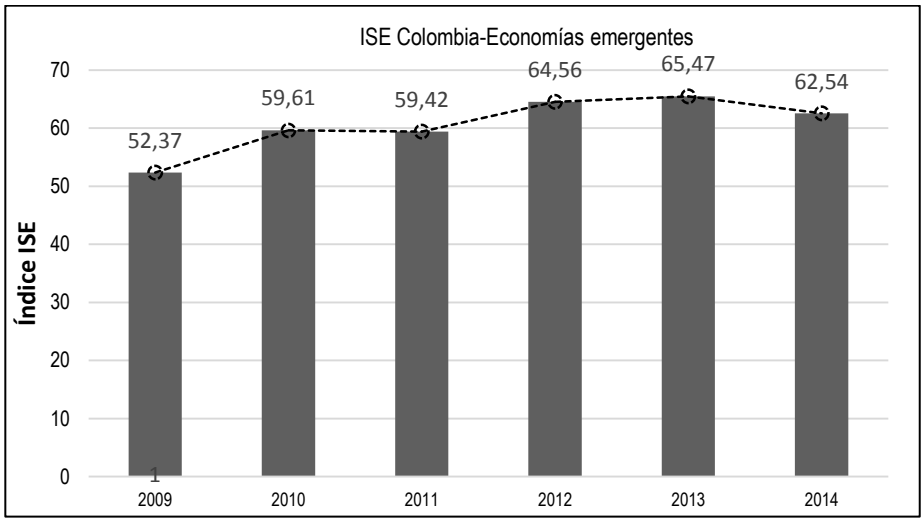


Figura 20. ISE Colombia – economías emergentes, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

También se puede observar que el ISE ha aumentado con el tiempo, pasando de 52,36%, en 2009, a 62, 54% en 2014. Esto podría significar que existen un mayor número de países produciendo y exportando bienes que Colombia precedentemente hacía.

3.3.3 América Latina

Con América latina es ISE es superior a aquel de las economías emergentes (Figura 21). De hecho, el indicador muestra un nivel promedio, entre 2009 y 2014, de 68,31%.

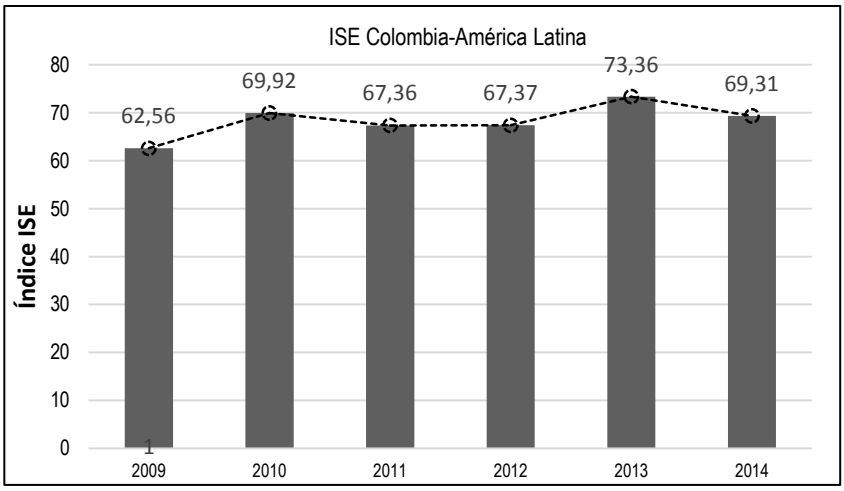


Figura 21. ISE Colombia – América Latina, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

Sin embargo, Colombia logra exportar con mayor facilidad a los mercados regionales y posee mejores niveles del IBCR. Esta situación podría inferir una discusión diferente a la relación precios – calidad en los diferentes mercados con los cuales Colombia tiene comercio en la industria de la Comunicación gráfica.

3.3.4 Con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia

La Tabla 31 muestra el índice ISE con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia.

Tabla 31. Índice ISE de los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia, 2009-2014. Cifras expresadas a dos decimales.

	2009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Venezuela	16,54	19,96	11,42	14,40	31,52	31,71
Ecuador	35,30	32,41	43,11	48,14	47,56	50,39
Estados Unidos	73,30	70,72	66,81	66,82	78,93	80,45
Perú	47,93	50,91	48,29	53,41	51,36	51,67
México	51,01	49,85	60,49	53,11	52,75	53,87
Panamá	27,67	55,76	47,50	46,42	40,34	43,30
Costa Rica	46,30	70,04	71,82	83,61	78,49	72,52
Puerto Rico	16,29	35,72	74,71	32,82	41,35	51,16
Brasil	39,14	32,64	55,67	45,00	58,10	22,36
Guatemala	28,25	20,94	19,34	30,68	46,22	26,86
República Dominicana	45,63	30,61	56,42	68,63	43,28	41,28
Chile	41,66	40,40	37,72	37,57	61,00	47,51
Argentina	41,53	46,30	37,61	33,24	29,08	29,98
El Salvador	3,95	6,35	14,74	11,55	10,76	45,51
Honduras	12,64	23,47	73,00	24,11	50,76	11,14
España	50,01	37,88	31,21	13,98	28,74	20,22
Cuba	18,90	12,88	29,74	6,14	24,71	32,76
Nicaragua	–	–	–	–	–	–
Uruguay	73,85	85,15	69,85	87,34	35,84	36,37
Bolivia	66,10	61,07	81,28	36,78	54,33	86,07

Fuente: Elaboración de los autores.

De la Figura 22, se puede inferir que, a lo largo del período, el ISE con países como Costa Rica, Estados Unidos, México y Perú, el grado de similitud de sus exportaciones es mayor. Sin embargo, estos comportamientos del ISE, *a priori* no explican los grados de competitividad desarrollados por Colombia en los diferentes mercados. Una conclusión sumaria podría decir que a un mayor grado de similitud de exportaciones es más complicado penetrar un mercado.

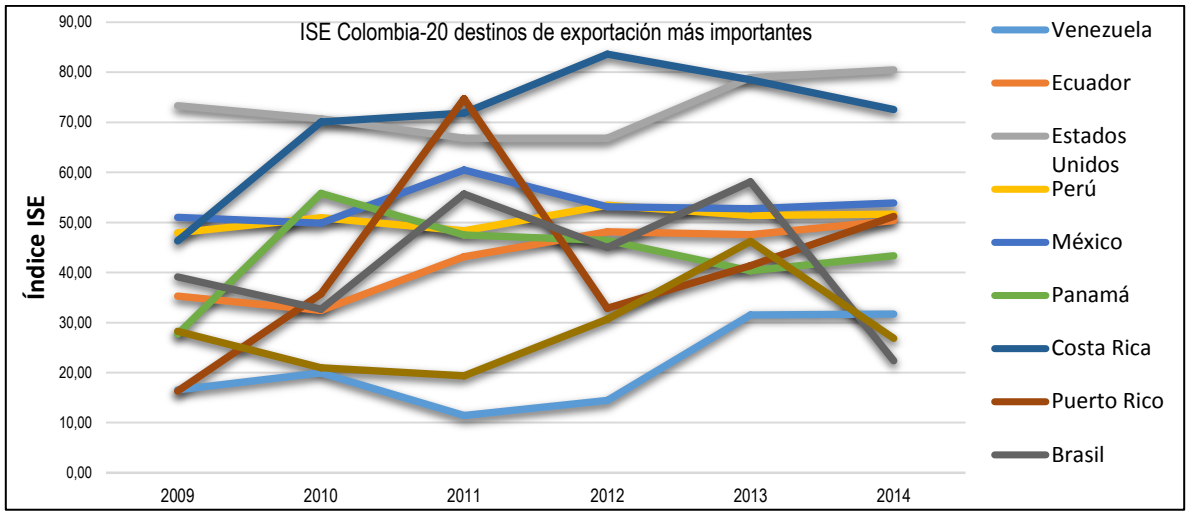


Figura 22. ISE Colombia – 20 destinos de exportación más importantes, 2009-2014 a.

Fuente: Elaboración de los autores.

Con el conjunto de países presente en la Figura 23, el comportamiento es más disímil, con ISE por debajo del 50% en promedio. Sin embargo, el comportamiento de las exportaciones de muchos de estos países es positivo en términos de exportaciones y de ISE.

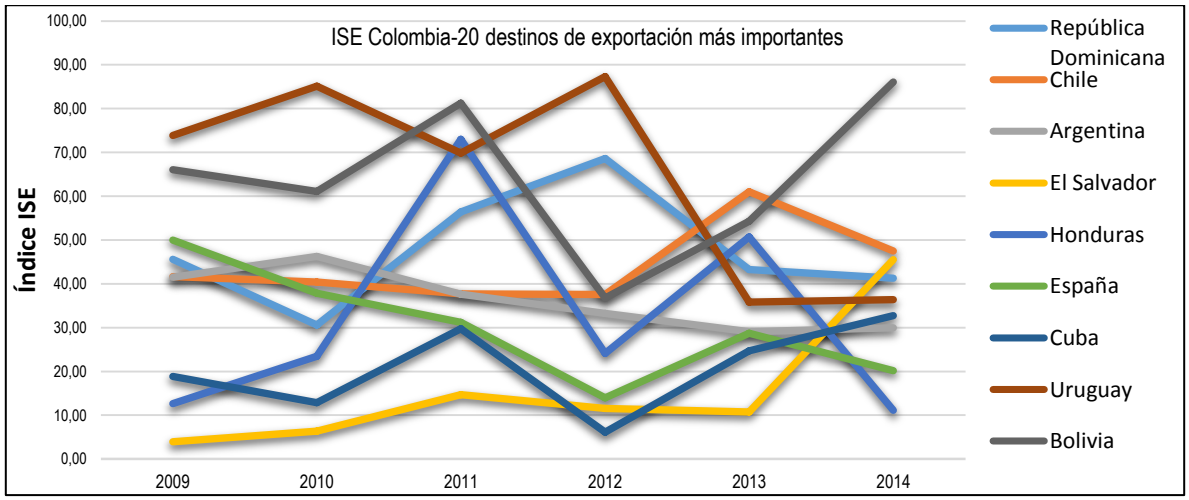


Figura 23. Colombia – 20 destinos de exportación más importantes, 2009-2014, b.

Fuente: Elaboración de los autores.

3.4 El Índice Herfindahl – Hirschman en el comercio colombiano de la industria de la comunicación grafica

Los grados de diversificación o concentración de las exportaciones colombianas con sus socios comerciales se evaluaron a través del Índice Herfindahl-Hirschman (IHH). Este índice es un indicador de la concentración de mercados que ha sido muy utilizado en la literatura sobre economía industrial. El IHH se construye a partir de la siguiente fórmula:

$$IHH_i = \sum_i \left(\frac{X_{ij}}{X_{Tj}}\right)^2$$

Donde,

X_{ij} : Exportaciones del sector *i* por el país *j;* y

X_{Tj} : Exportaciones totales del país *j.*

El IHH muestra el grado de concentración o diversificación de las exportaciones en función de la participación en el valor de las exportaciones totales de cada producto. Un índice mayor de 0.18 se considera como un mercado “concentrado”. Entre 0.10 y 0.18 se considera “moderadamente concentrado”, mientras que el rango entre 0.0 y 0.10 se considera “diversificado”.

El análisis de la figura 24, revela que las exportaciones colombianas están altamente concentradas bien sea a nivel de productos o de sectores. Esta concentración implica comportamientos monopólicos en términos de exportaciones que implicarían efectos en las estructuras de precios.

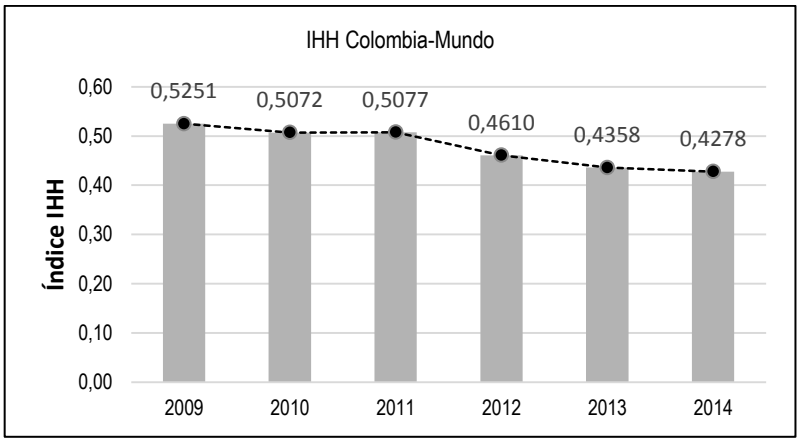


Figura 24. IHH Colombia – mundo, 2009-2014. Fuente: elaboración de los autores.

3.4.1 Países desarrollados

El promedio de concentración del IHH con los países desarrollados es igualmente alto (Figura 25). En la práctica su promedio se mantuvo en 0,304 durante el periodo analizado.

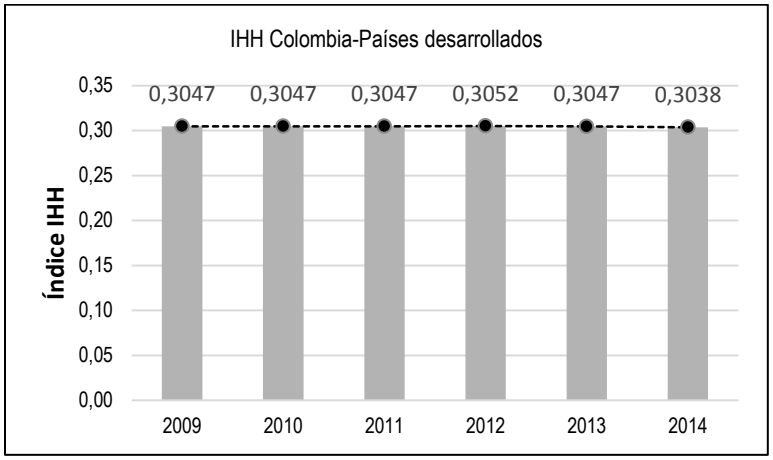


Figura 25. IHH Colombia – países desarrollados, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

3.4.2 Economías emergentes

Como se observa en la Figura 26, el IHH promedio con las economías emergentes fue de 0,528. Como en el caso de los países desarrollados el grado de concentración es muy alto, situación que podría afectar la ventaja comparativa de Colombia en esos mercados.

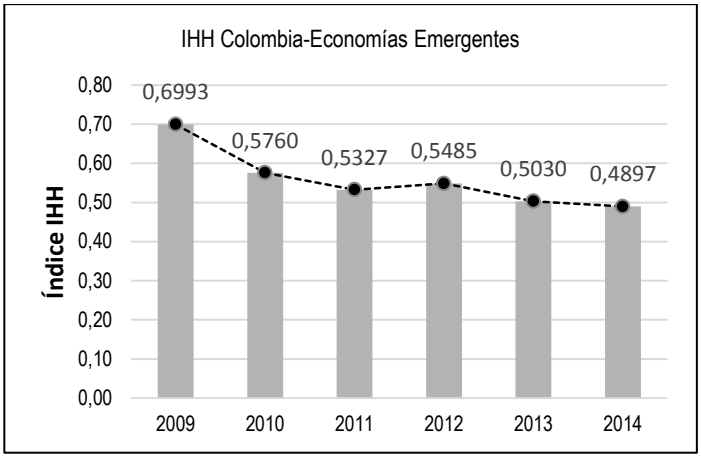


Figura 26. IHH Colombia – economías emergentes, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

Esta débil diversificación de las exportaciones colombianas explica de alguna manera el decaimiento de la industria de la comunicación gráfica frente a los países emergentes, y que se ve reflejado en el detrimento de las exportaciones y el aumento considerable de las importaciones provenientes de estos mercados.

3.4.3 América Latina

El IHH analizado con el mercado de América latina es inferior al demostrado con otras regiones del mundo. El promedio de concentración fue 0,475 en el periodo. Sin embargo, el análisis por países difiere mucho en relación a los otros mercados Pareto.

Como muestra la figura 27, el grado de concentración de Colombia con América Latina se ha venido reduciendo. Esta situación puede explicar mayor diversificación de exportaciones de los sectores de la industria en el mercado, pero como se mencionó anteriormente las exportaciones hacia la región también vienen cayendo.

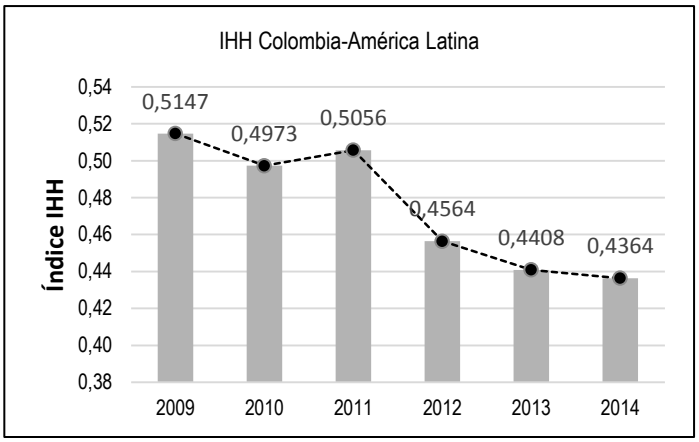


Figura 27. IHH Colombia – América Latina 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

3.4.4 Con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia

El análisis por países del IHH, muestra que con algunos destinos el grado de concentración es muy alto como Guatemala, Estados Unidos, Perú, México, Panamá, Puerto Rico, Chile y Argentina, entre otros (Tabla 32).

Tabla 32. IHH con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia, 2009-2014

	2009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Venezuela	0,4547	0,4422	0,4912	0,4447	0,3757	0,3980
Ecuador	0,4112	0,4116	0,4647	0,4028	0,4221	0,3468
Estados Unidos	0,7729	0,7529	0,7026	0,7147	0,5480	0,4915
Perú	0,6588	0,5334	0,5155	0,5015	0,4457	0,4457
México	0,8157	0,8243	0,7656	0,8181	0,7703	0,7459
Panamá	0,6855	0,6484	0,5361	0,5796	0,6866	0,6756
Costa Rica	0,3342	0,4015	0,4793	0,5092	0,4969	0,5299
Puerto Rico	0,8521	0,8267	0,8893	0,9246	0,9445	0,9227
Brasil	0,5321	0,4979	0,4830	0,4849	0,4099	0,5006
Guatemala	0,7391	0,7242	0,6950	0,5945	0,4903	0,6021
República Dominicana	0,4346	0,3820	0,3915	0,3596	0,3686	0,3464
Chile	0,7691	0,6459	0,6658	0,5341	0,4682	0,4968
Argentina	0,9810	0,8017	0,8076	0,8203	0,9118	0,9480
El Salvador	0,8248	0,5557	0,5683	0,6497	0,4870	0,4926
Honduras	0,4919	0,4890	0,5866	0,4480	0,4246	0,4642
España	0,4934	0,5269	0,5554	0,7968	0,6074	0,6478
Cuba	0,5003	0,5009	0,5281	0,6180	0,5099	0,5073
Nicaragua	0,9988	0,9915	0,9964	0,9934	0,9249	0,9712
Uruguay	0,8861	0,8390	0,8101	0,9266	0,9987	0,8338
Bolivia	0,5957	0,7221	0,8615	0,6420	0,6488	0,7254

Fuente: Elaboración de los autores.

Como se observa en las Figuras 28 y 29, los índices de IHH con ciertos países es muy alto, y la tendencia en el transcurso del periodo analizado no varía significativamente. Una primera aproximación de análisis podría estar determinada en la medida de que cuando exista un IHH con alto grado de concentración en estos mercado será más complicada la penetración por las exportaciones de la industria gráfica colombiana.

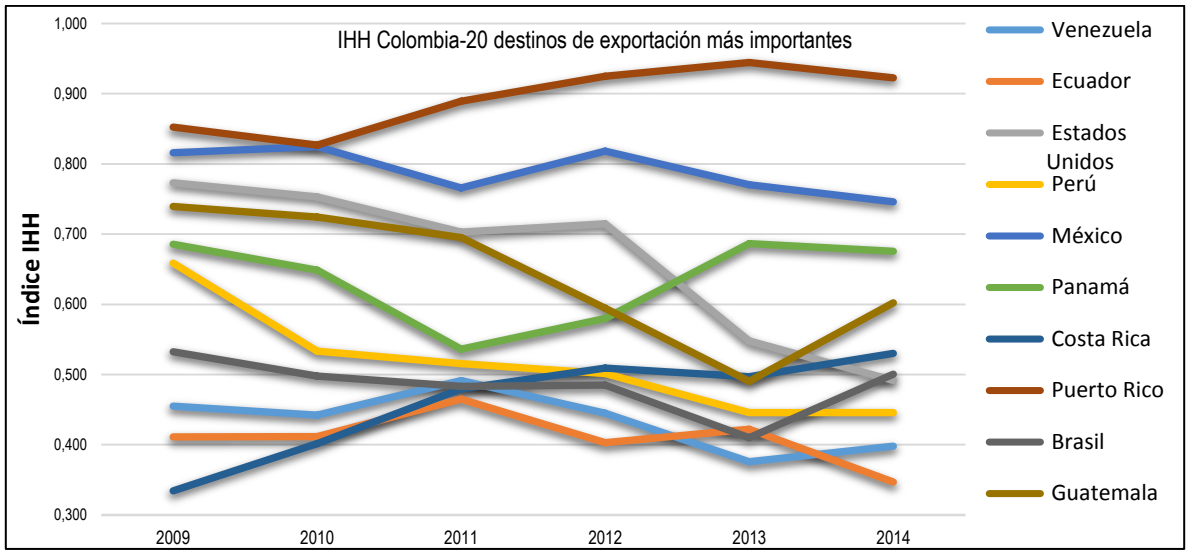


Figura 28. IHH Colombia con los 20 destinos de exportación más importantes, sección A. Fuente: Elaboración de los autores.

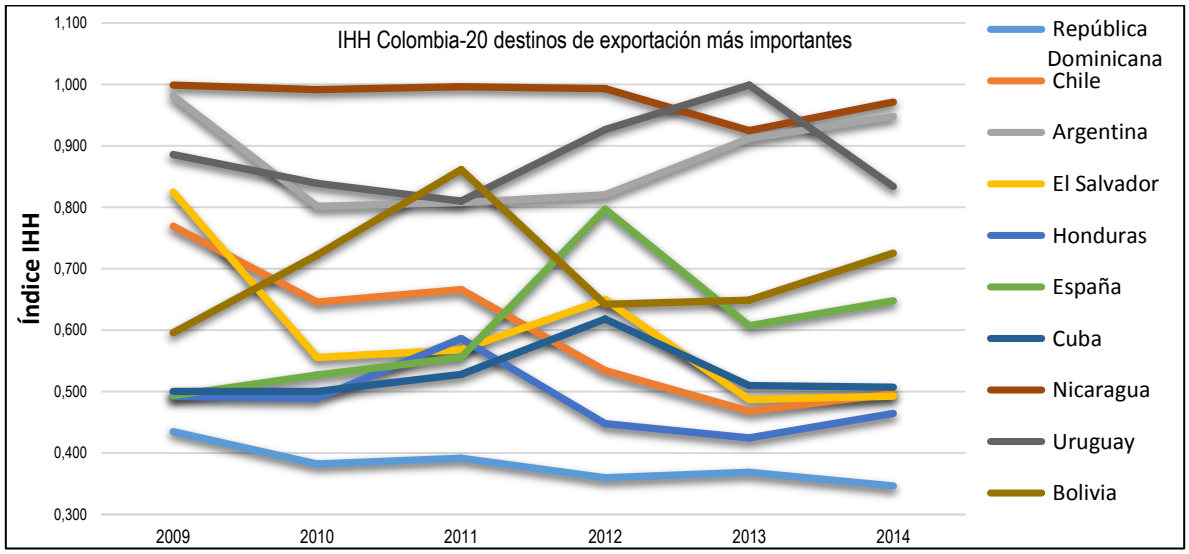


Figura 29. IHH Colombia con los 20 destinos de exportación más importantes, sección B. Fuente: Elaboración de los autores.

3.5 Análisis del comercio intra-industrial de la industria de la comunicación gráfica colombiana

El índice de Grubel y Lloyd (GL) mide el comercio intrasectorial de un producto determinado y es conocido también como índice de comercio intra-industrial, ICI. Fue propuesto por Grubel y Lloyd, en 1971, y se calcula de la siguiente forma:

$$ICI = \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{X_i + M_i}$$

Donde: Xi denota las exportaciones y Mi las importaciones del bien i.

Sus valores límite están entre 0 y 1. Un índice cercano a 1 indica que la mayor parte de los intercambios comerciales de un determinado producto tiene carácter intraindustrial, es decir que el país exporta e importa magnitudes similares de ese bien. Por el contrario, un índice próximo a 0 indica que la mayor parte de los flujos comerciales van en una única dirección (son importaciones o exportaciones).

En la práctica altos niveles de comercio Intra industrial significan que una industria o sectores son lo suficientemente competitivos para afrontar la competencia internacional. Otro beneficio de este tipo de comercio se centra en la discusión sobre la cual altos niveles de ICI reducen la dependencia de la ventaja comparativa tradicional: la tasa de cambio y el costo de la mano de obra. Otro aporte de este tipo de comercio se deriva en el desarrollo de la diferenciación de productos y economía de escala. Esto quiere decir que cuanto más un bien este diferenciado y tenga más escala dependerá menos del precio del bien.

Por estas razones, el análisis del ICI determinará en términos prácticos la competitividad de la industria gráfica en los mercados internacionales. Para tal fin este indicador se analizará con un mayor grado de desagregación del CIIU, rev. 3 a cuatro dígitos. El análisis del ICI a nivel mundial muestra un indicador significativo en el periodo

analizado, 0,72 en promedio (Figura 30). Pero como se observa al final del periodo el ICI comenzó a disminuir particularmente para el año 2014.

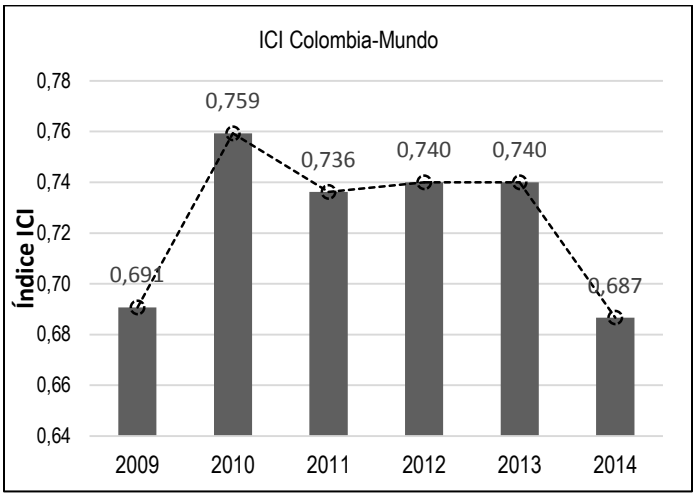


Figura 30. ICI Colombia – mundo, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

En términos generales, el ICI por capítulo de la CIIU demuestra que los indicadores son poco significativos a este nivel de desagregación, mostrando carencias de competitividad de los sectores que componen la industria de la comunicación gráfica (Tabla 33).

Tabla 33. ICI Colombia – Mundo, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. Cifras expresadas a 2 decimales.

ICI Colombia-Mundo 2009-2014 - Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		2009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	0,0555	0,0654	0,0737	0,0775	0,0863	0,0815
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	0,0175	0,0239	0,0191	0,0230	0,0251	0,0272
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	0,2432	0,2709	0,2636	0,2580	0,2427	0,1929
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	0,0298	0,0491	0,0431	0,0167	0,0219	0,0271
Otros trabajos de edición	2219	0,0091	0,0110	0,0085	0,0064	0,0066	0,0060
Actividades de impresión	2220	0,1864	0,1766	0,1861	0,1949	0,1798	0,1637
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	0,1006	0,1189	0,0940	0,1042	0,1122	0,1123
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	0,0468	0,0415	0,0458	0,0565	0,0625	0,0714
Fabricación de juegos y juguetes	3694	3,02765E-07	4,83062E-06	1,27387E-05	3,56039E-08	1,9192E-06	0,0013
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	0,0011	0,0014	0,0020	0,0021	0,0024	0,0026
Otras industrias manufactureras n.c.p.	7421	0,0001	0,0001	4,19926E-05	0,0003	4,37731E-05	0,0001

Fuente: Elaboración de los autores.

Como muestra la Figura 31, el ICI con el mundo por código CIIU, durante todo el periodo analizado, puede ser considerado no significativo. Esto quiere decir que el comercio con los países de mundo en la industria es de carácter inter – industrial[5].

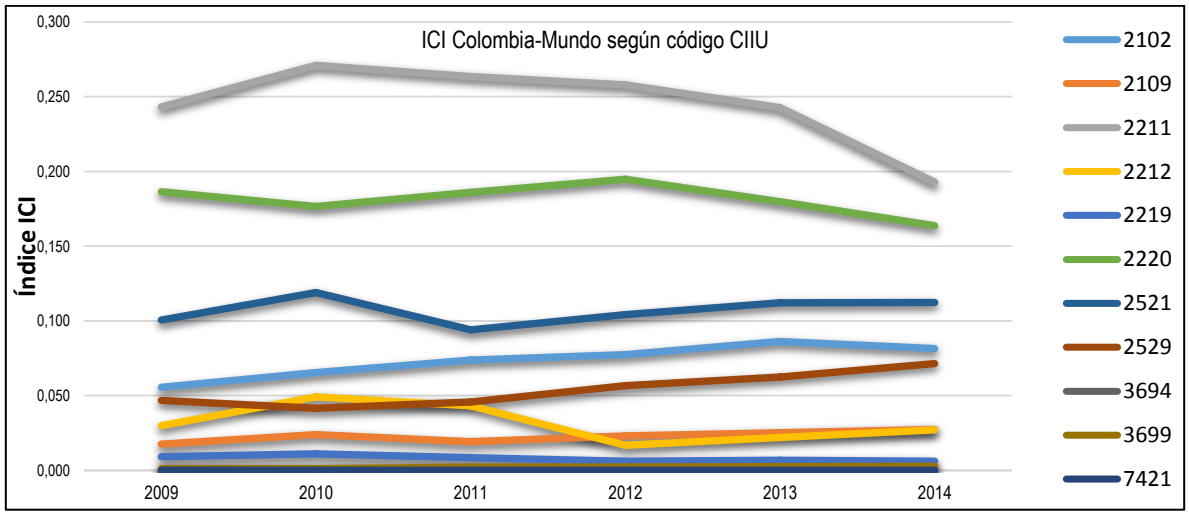


Figura 31. ICI Colombia – Mundo según código CIIU, 2009-2014 Fuente: Elaboración de los autores

.

3.5.1 Países desarrollados

Con los países desarrollados, el ICI fue en promedio de 0,49 pero como en el caso anterior, el indicador del comercio intra industrial disminuye al final del periodo llegando al 0,34 en 2013 y 0,35 en 2014 (Figura 32). Este decaimiento del ICI coincide con la caída de las exportaciones colombianas a los mercados de los países desarrollados entre 2009 y 2014.

[5] El comercio inter industrial es aquel realizado con bienes de diferentes industrias, basado principalmente en ventajas comparativas de la producción.

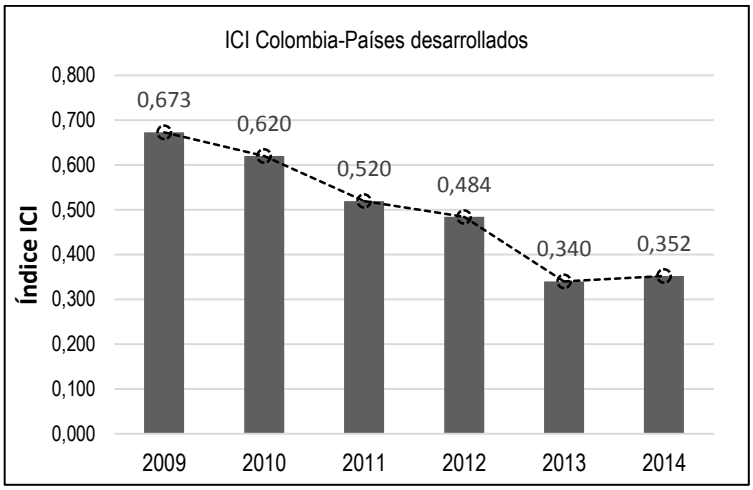


Figura 32. ICI Colombia – países desarrollados, 2009-2014 Fuente: Elaboración de los autores.

Con los países desarrollados todos los sectores presentan niveles en promedio por debajo del 0,2. Un caso importante a mencionar se deriva de la caída del sector de Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211) que presentaba niveles del 0,5 a inicios del periodo descendiendo a menos del 0,1 para 2014 (Tabla 34 y Figura 33).

Tabla 34. ICI Colombia – Países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014. Cifras expresadas a 2 decimales.

ICI Colombia-Países desarrollados 2009-2014 según código CIIU - Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		2009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	0,0314	0,0355	0,0343	0,0168	0,0173	0,0114
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	0,0063	0,0052	0,0065	0,0071	0,0066	0,0118
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	0,4379	0,3739	0,2928	0,2593	0,1325	0,0914
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	0,0607	0,0419	0,0361	0,0264	0,0186	0,0201
Otros trabajos de edición	2219	0,0034	0,0036	0,0059	0,0042	0,0026	0,0022
Actividades de impresión	2220	0,0411	0,0543	0,0444	0,0511	0,0362	0,0626
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	0,0589	0,0779	0,0730	0,0875	0,0901	0,1061
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	0,0317	0,0258	0,0251	0,0280	0,0315	0,0407
Fabricación de juegos y juguetes	3694	0	9,78355E-08	1,42182E-06	1,91457E-09	0	6,49197E-09
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	0,0012	0,0012	0,0012	0,0017	0,0039	0,0050
Otras industrias manufactureras n.c.p.	7421	0,0002	0,0006	0,0001	0,0015	0,0001	0,0005

Fuente: Elaboración de los autores.

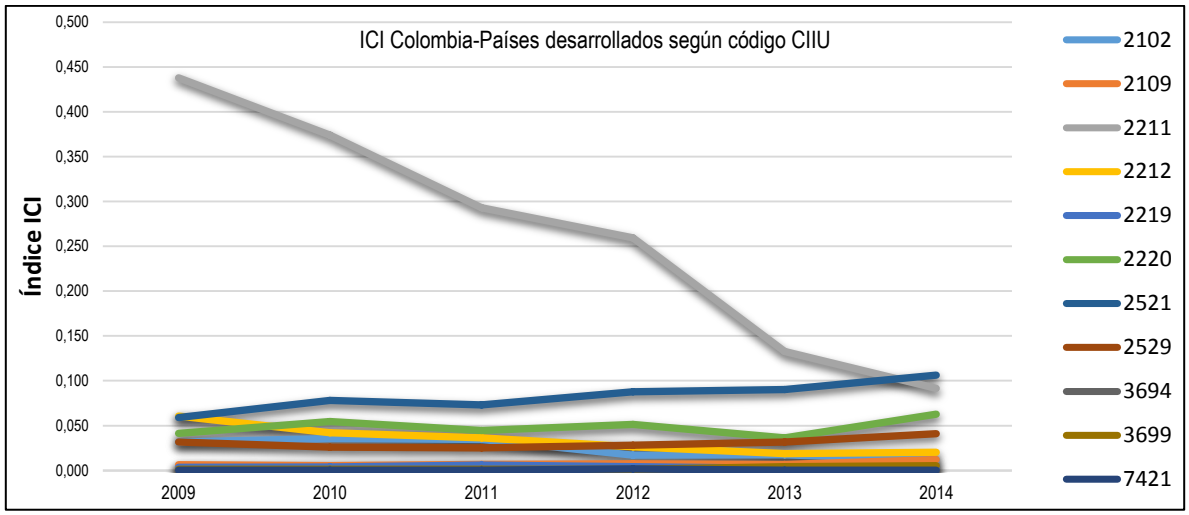


Figura 33. ICI Colombia – Países desarrollados, según código CIIU. Fuente: Elaboración de los autores.

3.5.2 Economías emergentes

Con los países de las economías emergentes el ICI es inferior al promedio mostrado con los dos mercados anteriores. De hecho, el ICI tuvo un promedio de 0,42 entre el 2009 y 2014. Este valor poco significativo muestra claramente que con los países de los mercados emergentes los productos de la industria gráfica colombiana son poco competitivos, y también muestra que el ICI cae a final del periodo analizado, pasando de niveles de 0,46 en 2009 a 0,33 en 2014 (Figura 34).

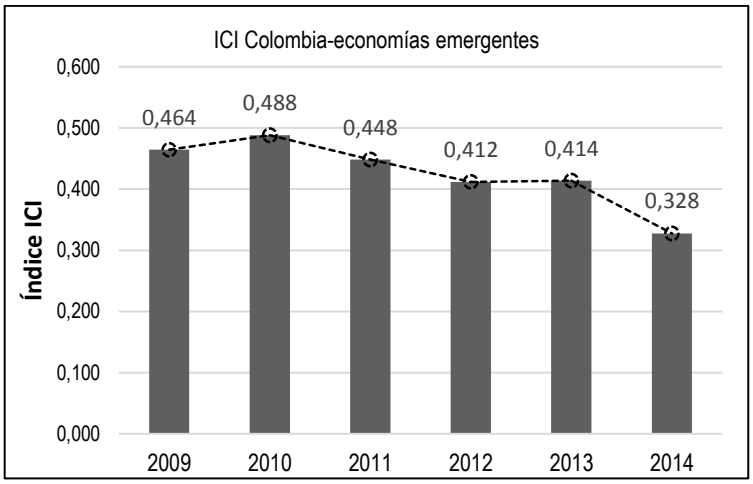


Figura 34. ICI Colombia – economías emergentes, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

Con los países emergentes se presenta un caso similar que el anterior con los países desarrollados. El ICI, en promedio es inferior al 0,10 poco significativo (Tabla 35 y Figura 35).

Tabla 35. ICI Colombia – Economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

	ICI Colombia-Economías emergentes 2009-2014 según código CIIU - Sector industria de la comunicación gráfica						
	CIIU	**2009**	**2.010**	**2.011**	**2.012**	**2.013**	**2.014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	0,03	0,04	0,05	0,04	0,04	0,03
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	0,23	0,22	0,22	0,18	0,17	0,13
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	0,04	0,05	0,01	0,01	0,03	0,03
Otros trabajos de edición	**2219**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Actividades de impresión	**2220**	0,09	0,08	0,07	0,09	0,08	0,06
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	0,04	0,07	0,07	0,07	0,07	0,06
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**7421**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Elaboración de los autores.

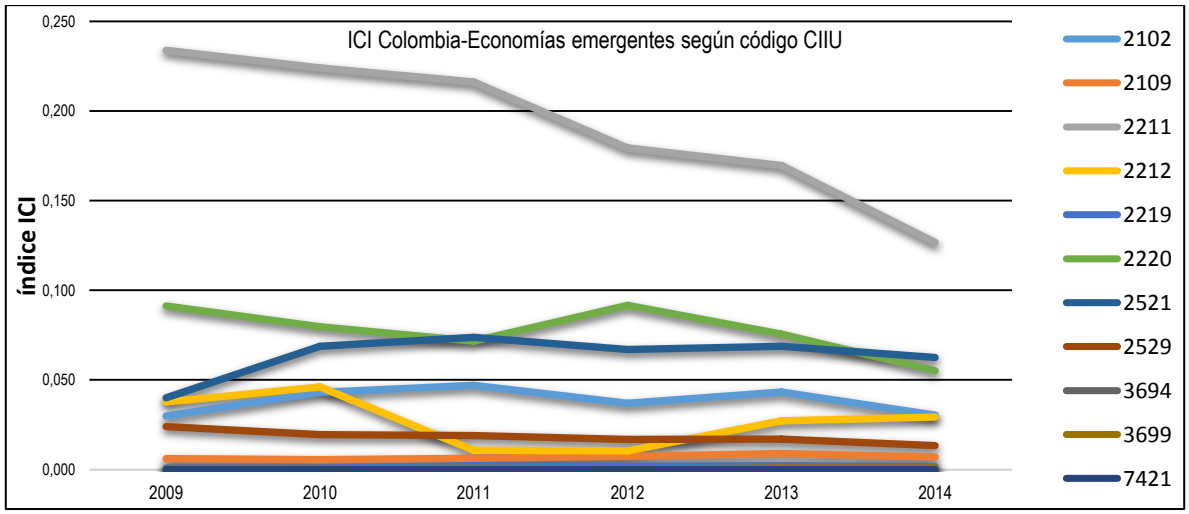


Figura 35. ICI Colombia – Economías emergentes, según código CIIU, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

Y como en el caso anterior, el capítulo más competitivo de la industria de la comunicación gráfica viene perdiendo terreno. De hecho, el sector de la Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones (2211), disminuyó su grado competitividad internacional pasando de 0,23 en 2009 a 0,13 en el año 2014.

3.5.3 América Latina

Con América Latina el ICI tiene un nivel promedio de 0,65 coherente con el nivel de competitividad mostrado por los diferentes sectores de la industria gráfica en los mercados de América Latina (Figura 36).

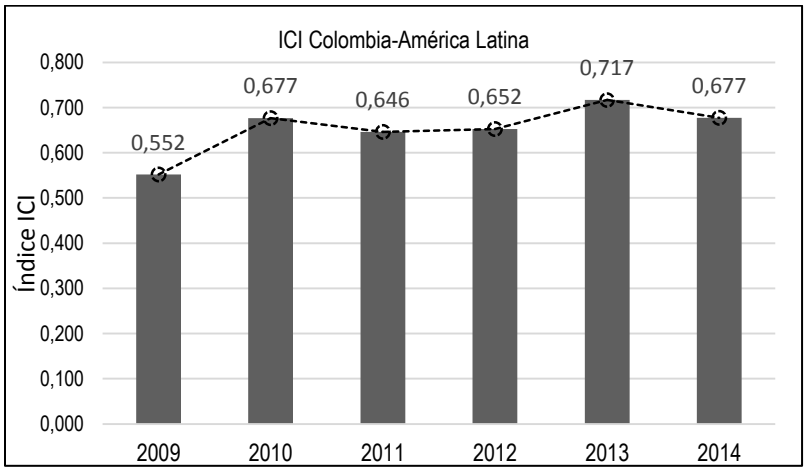


Figura 36. ICI Colombia – América Latina, 2009-2014.

Fuente: Elaboración de los autores.

A diferencia de los casos anteriormente analizados el ICI ha permanecido estable con los países de AL. Aunque en muchas de las exportaciones la ICI viene cayendo, continúan siendo competitivos a nivel regional (Tabla 36).

Tabla 36. ICI Colombia – América Latina, sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

ICI Colombia-América Latina 2009-2014 según código CIIU - Sector industria de la comunicación gráfica							
CIIU		**2009**	**2.010**	**2.011**	**2.012**	**2.013**	**2.014**
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	**2102**	0,05	0,06	0,06	0,07	0,07	0,07
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	**2109**	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02	0,02
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	**2211**	0,12	0,14	0,13	0,11	0,14	0,11
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	**2212**	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Otros trabajos de edición	**2219**	0,00	0,02	0,01	0,00	0,01	0,01
Actividades de impresión	**2220**	0,20	0,23	0,25	0,26	0,27	0,23
Fabricación de formas básicas de plástico	**2521**	0,12	0,15	0,12	0,13	0,15	0,15
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	**2529**	0,05	0,05	0,05	0,06	0,07	0,07
Fabricación de juegos y juguetes	**3694**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras industrias manufactureras n.c.p.	**3699**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Elaboración de los autores.

A nivel desagregado puede observarse que en el mercado de América Latina algunos sectores han mejorado en competitividad, como por ejemplo las Actividades de impresión (2220) y Otros trabajos de edición (2219). Pero en términos generales, todos los sectores pierden en competitividad y avanzan de manera poco significativa.

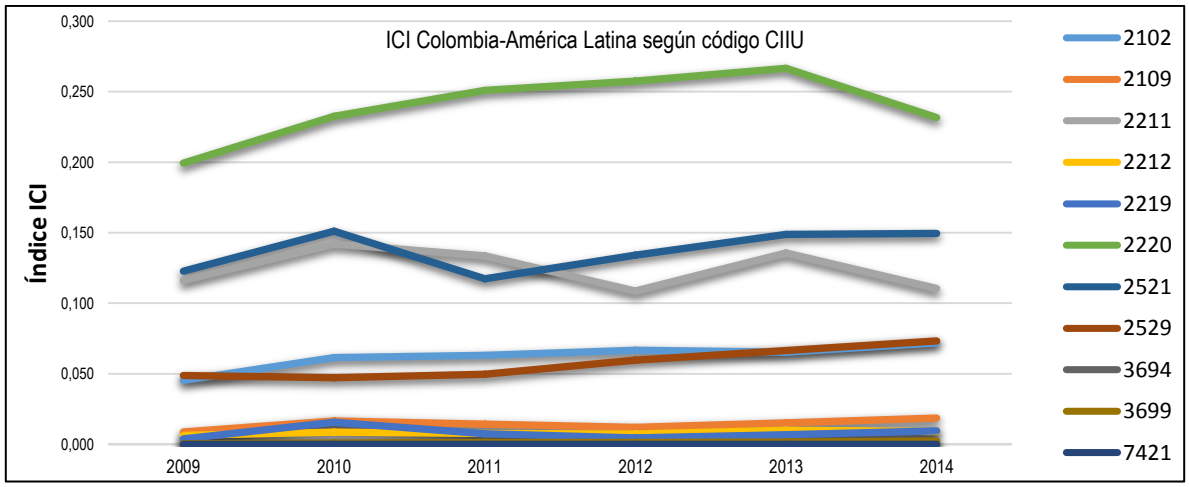


Figura 37. ICI Colombia – América Latina, según código CIIU, 2009-2014. Fuente: Elaboración de los autores.

3.5.4 Con los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia

Los indicadores del ICI por países muestran que con Estados Unidos, México, Ecuador, Perú y Uruguay existen niveles importantes de competitividad para la industria (Tabla 37).

Tabla 37. ICI para los 20 destinos de exportación más importantes para Colombia, Sector industria de la comunicación gráfica, 2009-2014.

	2009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Venezuela	0,0673	0,1372	0,1112	0,0808	0,0812	0,1737
Ecuador	0,3118	0,2932	0,4022	0,4118	0,4643	0,4161
Estados Unidos	0,7302	0,7175	0,6879	0,7083	0,5198	0,5657
Perú	0,4434	0,4659	0,4163	0,4440	0,4427	0,4009
México	0,5251	0,5472	0,6091	0,5788	0,5825	0,5866
Panamá	0,0145	0,1495	0,1373	0,1490	0,1648	0,0228
Costa Rica	0,2745	0,3212	0,3971	0,4666	0,4219	0,4387
Puerto Rico	0,0211	0,0145	0,0613	0,0275	0,0135	0,0338
Brasil	0,3727	0,3634	0,5649	0,4829	0,6157	0,2716
Guatemala	0,0121	0,1005	0,1639	0,1680	0,1004	0,2075
República Dominicana	0,0053	0,0118	0,0049	0,0079	0,0210	0,0155
Chile	0,3358	0,2493	0,1859	0,1454	0,3168	0,2520
Argentina	0,4145	0,5112	0,4148	0,3348	0,3234	0,2064
El Salvador	0,0636	0,1164	0,0285	0,0307	0,0796	0,0067
Honduras	0,0313	0,0534	0,1150	0,1471	0,2969	0,1374
España	0,1330	0,1532	0,0603	0,0700	0,1201	0,0436
Cuba	0,1451	0,1433	0,0066	0,0267	0,0260	0,0096
Nicaragua	0,0000	0,0000	0,0040	0,0000	0,0000	0,0016
Uruguay	0,5267	0,7565	0,5939	0,8000	0,2502	0,3034
Bolivia	0,0069	0,0874	0,0060	0,0494	0,0045	0,0191

Fuente: Elaboración de los autores.

Con el resto de países de la región, el ICI es poco significativo lo que prueba que esos mercados no producen los bienes ofrecidos por la industria o que un factor diferencial podría ser el precio o la calidad de los bienes colombianos de esta industria (Figura 38).

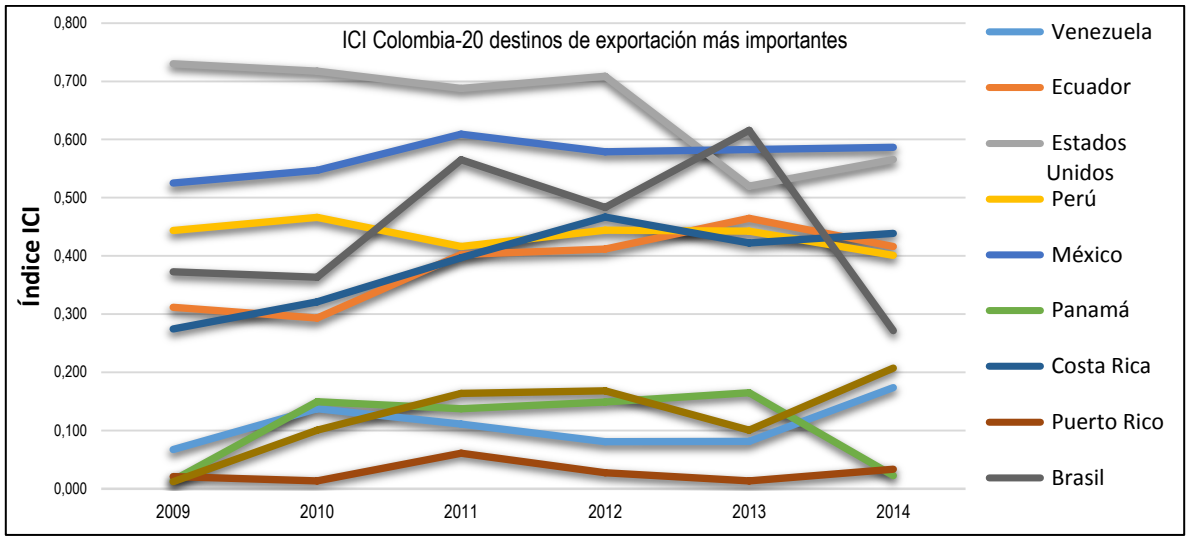


Figura 38. ICI Colombia – 20 destinos de exportación más importantes, 2009-2014, a. Fuente: Elaboración de los autores.

Como en casos explicados antes, la competitividad con algunos países se viene perdiendo (Figura 39). Al analizar el ICI con Estados Unidos, se observa que el indicador pasó de 0,73 en 2009 a 0,56 en 2014. El mismo caso se presentó con Uruguay donde el ICI disminuyó de 0,52 en 2009 a 0,30 en 2014. En el caso de México se mantuvo el indicador constante durante el periodo con 0,56 de promedio durante el periodo analizado.

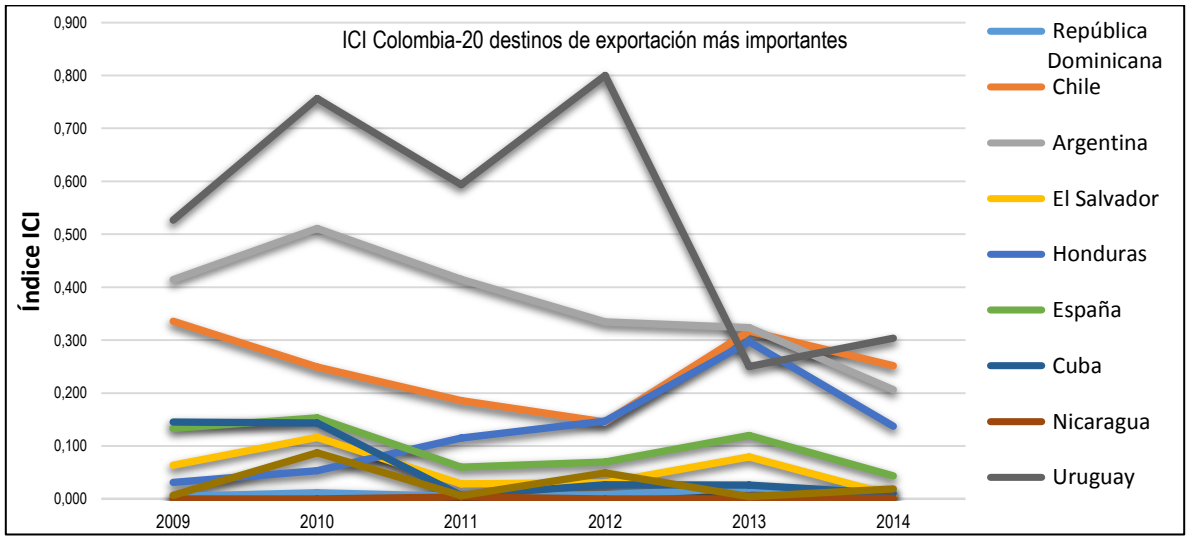


Figura 39. ICI Colombia – 20 destinos de exportación más importantes, 2009-2014 b.

Fuente: Elaboración de los autores.

Para poder determinar el factor diferenciador de la industria colombiana de la comunicación gráfica en el mundo, se procederá a realizar un análisis vertical y horizontal.

3.5.5 Análisis vertical y horizontal

A fin de medir de manera concreta el nivel competitividad de un sector específico, la literatura del Comercio Intra Industrial divide el comercio en dos categorías: 1. Comercio intra industrial horizontal (de productos similares) y 2. Comercio intra industrial vertical (de productos de distinta calidad). Esta diferencia en el CII, explica si este tipo de comercio se genera por precios (horizontal) o si se genera por diferenciación de producto y/o calidad (vertical). Este análisis permitirá determinar cómo compiten los diferentes sectores, definiendo si la estrategia exportadora se basa en ventajas comparativas o ventajas competitivas.

A nivel metodológico, el análisis de este tipo se comercio se realiza en función de los valores unitarios de las importaciones (Pm_i) y las exportaciones (Px_i) de cada producto. Estos valores unitarios se utilizan como proxi de los precios medios y, éstos, como proxi de las calidades de las importaciones y las exportaciones de cada producto, como indicador del grado de similitud. Para este estudio se analizó cada categoría de la CIIU a 4 dígitos, rev. 3 de la industria de la comunicación gráfica.

Para tal fin, se establecieron a priori tres gamas de calidad y el cálculo se realizó de acuerdo a las expresiones de la Tabla 38.

Tabla 38. Programas de calidad y fórmulas para la realización del cálculo correspondiente.

Categoría	Definición
Gamas Altas (G1)	$\frac{P_{X_i}}{P_{m_i}} > 1{,}15$
Gamas Medias (G3)	$0{,}85 \geq \frac{P_{X_i}}{P_{m_i}} \leq 1{,}15$
Gamas Bajas (G2)	$\frac{P_{X_i}}{P_{m_i}} < 0{,}85$

Fuente: Elaboración de los autores.

Donde: $\frac{P_{X_i}}{P_{m_i}} = \frac{\frac{Valor\ x_i}{Peso\ x_i}}{\frac{Valor\ m_i}{Peso\ m_i}}$

***Gama alta**:* se refiere a bienes y servicios que compiten con calidad y diferenciación de producto derivada de la innovación. En este caso, el comercio no depende del precio del bien sino del valor agregado derivado del bien o servicio comercializado.

***Gama media**:* se refiere a bienes y servicios comercializados en donde la relación precio – calidad es equilibrada. Esto quiere decir que los bienes exportados son similares a aquellos producidos en los países de destino de exportación. Su principal diferencial es el precio de venta al mercado de destino.

***Gama baja**:* se refiere a bienes y servicios que compiten exclusivamente con precios y con calidad. Su principal ventaja es el diferencial entre el precio del mercado interno y el precio del bien exportado. Este tipo de comercio se basa en las ventajas comparativas derivadas del costo de la mano de obra local y la tasa de cambio.

De este modo, si el precio medio de las exportaciones de un producto no difiere más allá de 15% del precio medio de las importaciones de ese mismo producto, se está en presencia de comercio de gama media, esto es, comercio intra industrial puro o comercio intra industrial horizontal: el mismo producto, calidades similares. En los otros casos, comercio intra industrial vertical, se está en presencia de comercio intra industrial de gama baja o de gama alta. La Tabla 39 muestra el cálculo y la categorización del análisis intra industrial para los productos de la industria de la comunicación gráfica.

Tabla 39. Cálculo y categorización análisis intra industrial para productos del sector de la industria la comunicación gráfica, 2009-2014.

		$\frac{P_{X_i}}{P_{m_i}}$						Categoría					
CIIU		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricación de papel y cartón ondulado, fabricación de envases, empaques y de embalajes de papel y cartón	2102	0,84	0,74	0,77	0,85	0,82	0,98	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Medias	Gamas Bajas	Gamas Medias
Fabricación de otros artículos de papel y cartón	2109	0,55	0,71	1,07	1,35	1,25	1,26	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Medias	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Altas
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	2211	0,72	0,69	0,68	0,86	0,76	0,79	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Medias	Gamas Bajas	Gamas Bajas
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	2212	0,65	0,52	0,28	0,74	0,88	0,64	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas medias	Gamas Bajas
Otros trabajos de edición	2219	1,68	0,70	1,36	1,50	1,15	0,27	Gamas Altas	Gamas Bajas	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Bajas
Actividades de impresión	2220	1,65	1,90	1,52	1,28	1,12	0,88	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Medias	Gamas medias
Fabricación de formas básicas de plástico	2521	1,32	1,23	1,14	1,13	1,16	1,26	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Medias	Gamas Medias	Gamas Altas	Gamas Altas
Fabricación de artículos de plástico n.c.p.	2529	0,88	1,03	1,07	1,12	1,25	1,29	Gamas Medias	Gamas Medias	Gamas Medias	Gamas Medias	Gamas Altas	Gamas Altas
Fabricación de juegos y juguetes	3694	0,09	2,23	1,29	0,05	0,49	4,54	Gamas Bajas	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Altas
Otras industrias manufactureras n.c.p.	3699	3,08	2,42	1,26	0,92	1,35	1,60	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Altas	Gamas Medias	Gamas Altas	Gamas Altas
Otras industrias manufactureras n.c.p.	7421	2,00	0,52	0,82	0,20	-	0,29	Gamas Altas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	Gamas Bajas	-	Gamas Bajas

Fuente: Elaboración de los autores.

Esta tabla indica que gran parte de los sectores que componen la industria basa su estrategia de comercialización internacional en precios bajos (gama baja). El Sector de la Fabricación de otros artículos de papel y cartón (2109), ha venido evolucionando de las

gamas bajas a gamas altas en el 2014. El sector de Actividades de impresión (2220) exporta entre gamas medias y gamas altas de valor agregado, así como los sectores de la Fabricación de formas básicas de plástico (2521) y Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529). En términos generales, la industria de comunicación gráfica basa su estrategia de mercadeo internación en precios bajos (sin importar la calidad) y similitud de productos (precio). Tan solo, el sector de la Fabricación de otros artículos de papel y cartón (2109) ha venido desarrollando una estrategia de valor agregado en los últimos años (gama alta).

4. CONCLUSIONES

A continuación se presentan una serie de conclusiones agrupadas en tres apartados, a saber: perspectivas macroeconómicas, comercio exterior de la industria de la comunicación gráfica global y competitividad de la industria de la comunicación gráfica colombiana.

En relación con las *perspectivas macroeconómicas*, es posible afirmar lo siguiente:

- Según cifras del Banco Mundial (2015), en el 2016 el crecimiento en las economías avanzadas aumentaría a 2,1% y se mantendría en tal cifra hasta el 2017. El crecimiento en las economías emergentes aumentaría de 4,0% (el nivel más bajo desde la crisis financiera de 2008) a 4,3% en el 2016, y se incrementaría hasta el 4,7% en 2017.
- Para las economías de los mercados emergentes y en desarrollo aunque se señalan mejores perspectivas de crecimiento, enfrentarán mayores retos y riesgos, como consecuencia principalmente de la desaceleración económica de China, y enmarcadas en un escenario en el cual el dólar norteamericano se hace cada vez más fuerte. Esta tendencia pone en evidencia la probable dificultad para materializar objetivos en términos de reducción de pobreza y prosperidad compartida.
- Para 2016, de acuerdo con la CEPAL (2015), América Latina tendrá una recuperación moderada tras la recesión: la actividad económica recobrará un crecimiento modesto después de contraerse 0,9% en el año 2015, mientras persiste la disminución del precio de los productos básicos, los problemas internos que aquejan a las economías más grandes de la región y la pérdida del impulso inversor de periodos anteriores que afecta a la región en general.
- China es el segundo socio comercial de Colombia detrás de Estados Unidos, y Colombia es el quinto socio comercial de China en América Latina, por lo que el futuro Colombiano se encuentra muy relacionado con la evolución de estas dos economías.

- Según el DANE, el PIB colombiano creció en 2015 un 3,0%, lo que lo coloca por encima del promedio de la región, y el Banco Mundial proyecta para su economía en 2016, 2017 y 2018, crecimientos de 3,0%, 3,3% y 3,5%, respectivamente.

En relación con el *comercio exterior de la industria de la comunicación gráfica a nivel global*, es conveniente señalar:

- A nivel mundial, las exportaciones de la industria de la comunicación gráfica, entre 2009 y 2014, aumentaron con una TACC de 5,1% y las cifras indican que aproximadamente el 75,6% de las exportaciones se encuentran concentradas en 14 países del mundo.
- En cuanto a la evolución de las subcategorías se observó, en el periodo de análisis, un crecimiento en los valores exportados de los productos vinculados a la industria de la comunicación gráfica. Los datos indican un crecimiento promedio de 14,9% en las exportaciones de juegos y productos de fiesta, seguidos por los empaques de plástico y sus sustratos, con una TACC de 9,4%; Empaques de papel y cartón (7,3%); Etiquetas (6,9%) y Artículos escolares y de oficina, entre otros. Como excepción las exportaciones mundiales de productos clasificados en la categoría de publicaciones periódicas reportaron una tasa anual de crecimiento compuesto (TACC) de -4,0%.
- En el año 2014, con 72.985 millones de dólares, los países desarrollados representaron el 63,3% de las exportaciones de productos de la industria de la comunicación gráfica, con una TACC de 3.3%. Cabe resaltar que este grupo de países ha perdido levemente su participación en las exportaciones mundiales, toda vez, que para el año 2009 sus ventas representaban el 68,9% del mercado mundial.
- Entre los productos más exportados por los países desarrollados se encuentran aquellos comercializados internacionalmente bajo la subpartida arancelaria 392010, correspondiente a las categoría de empaques de plástico y sus sustratos con una participación del 16% en las exportaciones de este grupo de países; los libros de la

subpartida arancelaria 490199 son el segundo producto con mayor exportación (15%).

- En lo correspondiente a las importaciones, los países desarrollados acumulan el 71% de las importaciones mundiales de producto impreso, con una TACC de 3,2%. Los productos importados bajo la subpartida arancelaria 490199 vinculada a la categoría de libros, con una participación de 14% son los productos que mayores compras tienen por parte de los países desarrollados, aunque reportan una TACC de -0,4%.
- Las subpartidas arancelarias 392010 y 392321 relacionadas con la subcategoría de empaques plásticos y sus sustratos, reportan el 13% y 12% respectivamente de las compras de los países desarrollados, seguidos por las cajas plegadizas con unas compras cercanas a los 5.251 millones de dólares y una tasa de crecimiento de 4,3%.
- En cuanto a los principales importadores, las cifras indican que Estados Unidos es el principal importador de producto impreso, con unas compras aproximadas al extranjero de aproximadamente 14.916 millones de dólares y una TACC de 4,7%.
- Las exportaciones de productos de la industria de la comunicación gráfica realizadas por los países de América Latina y el Caribe representan 3,1% de las exportaciones mundiales. Estas ascendieron en el año 2014 a 3.345 millones de dólares con una tasa de crecimiento para la región de 4,7%, en el periodo 2009 - 2014.
- México representa el 46,6% de las exportaciones de la región con una TACC de 7,6% seguido por Brasil con una participación del 9,2% y una tasa de crecimiento de 6,0%; Guatemala (7,0%) y Argentina (6,3%) ocupan el tercer y cuarto puesto en exportaciones de la región con tasas crecimiento de 9,0% y 1,8% respectivamente. Finalmente, Colombia se constituye como el quinto país de la región con mayores exportaciones con una participación de 5,9% y una TACC de -8.9%.
- En lo referente a las importaciones, la región consume 6.585 millones de dólares en productos de la industria de la comunicación gráfica representando el 6,1% de las importaciones mundiales con una tasa de crecimiento de 5,5%. Los cinco primeros

países importadores de la región acumulan el 75% de las importaciones, siendo estos: México (48,2%); Brasil (10,1%); Chile (7,2%); Colombia (5.5%) y Perú (4,0%).

- Las mayores tasas de crecimiento de las importaciones de la región son observadas en Uruguay (14,1%); Chile (13,3%); Brasil (12,3%) y Bolivia (12,2%).

En términos generales, la balanza comercial con el mundo ha sido negativa desde el año 2010. Los únicos sectores que presentaron una balanza comercial positiva durante el periodo analizado fueron la Fabricación de artículos de plástico n.c.p. (2529) y las Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico (7421).

En relación con la *competitividad de la industria de la comunicación gráfica colombiana*, es conveniente indicar lo siguiente:

- En el periodo analizado, Colombia es uno de los pocos países que ha decrecido en términos de comercio exterior hacia el mundo de bienes de la industria de la comunicación gráfica. Además esta industria ha perdido competitividad en los mercados de los países desarrollados y emergentes. En términos generales, la balanza comercial con el mundo ha sido negativa desde el año 2010.
- Por el contrario, con América Latina no se ha perdido la competitividad pero se ha disminuido el monto de las exportaciones. El superávit en la balanza comercial colombiana con los países de América Latina viene en pleno descenso.
- El estudio analizó el ratio precio – calidad (P/C) para los diferentes mercados con los siguientes resultados: Para el mercado de países desarrollados, el ratio (P/C) de la industria de la comunicación gráfica no es lo suficientemente atractivo para ser demandado en este tipo de mercados sofisticados. Lo mismo sucede con el mercado de países emergentes, en donde la demanda de productos de la industria ha venido decayendo en los últimos años. En el caso del mercado latinoamericano, el ratio

(P/C) sigue siendo atractivo para los mercados destinos y, por lo tanto, Colombia sigue exportando a la región productos de esta industria.

- El mercado colombiano de la industria de la comunicación gráfica se ha caracterizado por competir con bienes de gama baja (compite precios), y gama media (compite precios, calidad), en la mayoría de partidas que componen la industria. Tan solo algunos sectores como la Fabricación de artículos de papel y cartón (2109), Fabricación de formas básicas de plástico (2521), Fabricación de artículos de plástico (2529), Fabricación de juegos y juguetes (3694) y Otras industrias manufactureras (3699) han logrado competir con alta calidad (gama alta). Es necesario aclarar que muchos de estos sectores tienen una participación relativamente pequeña dentro del monto total exportado por la industria.
- Esta débil diversificación de las exportaciones colombianas explica de alguna manera su decaimiento en los países emergentes, con el detrimento de las exportaciones y el aumento considerables de las importaciones provenientes de estos mercados.

5. ANEXOS

Tabla 40. Flujo comercial Colombia – países desarrollados, sector industria de la comunicación gráfica (1000 US$), 2009-2014

Flujo comercial Colombia-Países desarrollados 2009-2014 (1000 US$)- Sector industria de la comunicación gráfica												
	Exportación desde Colombia hacia…						Importación hacia Colombia desde…					
PAÍS	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Alemania	97.709	183.348	175.499	255.405	276.382	745.389	3.136.978	4.258.699	4.128.282	4.246.432	14.515.777	5.146.358
Australia	42.843	36.878	8.467	964	4.873	1.904	61.926	40.949	36.743	151.056	70.003	80.775
Austria	1.262	-	4.999	9.081	11.992	1.428	368.042	181.031	209.836	360.738	621.465	773.125
Bélgica	75	17.628	434.499	344.022	174.999	153.502	966.807	1.420.916	336.506	269.420	460.754	400.213
Canadá	69.322	92.717	80.303	38.114	44.066	367.021	1.541.129	1.327.015	2.076.015	2.688.315	2.200.379	2.331.674
Corea (Sur)	6.583	3	3.003	0	-	298	641.389	1.115.972	1.123.944	1.262.948	918.733	2.106.606
Dinamarca	100	-	-	-	-	2.366	140.606	124.561	183.423	249.318	231.500	103.985
Eslovaquia	-	4	77	38	1.313	60	4.380	56	7.544	11.008	883	76.723
Eslovenia	-	-	-	-	-	-	1.373	2.870	1.592	4.612	6.053	95.318
España	1.838.641	1.990.535	1.714.103	2.505.217	2.679.246	1.606.056	20.553.761	22.527.678	22.627.820	22.440.543	23.439.977	28.536.585
Estados Unidos	31.966.223	32.572.121	27.820.958	22.986.227	15.151.136	16.158.771	31.572.138	36.441.001	46.692.846	39.101.457	41.988.957	40.124.746
Finlandia	31	-	-	20	-	38	89.486	179.373	175.524	88.228	73.211	28.584
Francia	32.457	198.501	437.566	257.434	260.313	306.176	1.950.329	2.010.202	2.058.561	2.892.212	2.122.138	2.370.180
Grecia	90.663	172.764	25.714	17.373	65	332	564.481	515.697	1.348.911	1.452.526	935.798	2.612.111
Holanda	175.890	292.771	237.940	44.629	178.520	222.873	394.891	401.641	293.055	371.418	388.839	565.072
Irlanda (Eire)	-	-	-	-	-	2.580	390.510	287.915	254.071	705.243	161.305	56.937
Israel	126.402	81	90	804	306	33	1.046.672	684.125	1.418.238	2.225.082	2.934.380	3.676.710
Italia	605.558	688.580	1.061.937	270.554	1.092.664	1.466.957	2.121.541	8.217.221	2.115.297	2.613.429	1.736.404	2.502.895
Japón	9.779	110.174	8.998	27.025	26.139	4.940	326.866	492.191	554.219	388.205	640.390	702.430
Liechtenstein	-	-	-	-	-	-	13.004	20.865	5.497	11.878	1.853	85
Lituania	-	-	-	50	-	-	-	72	161	25.265	10.686	36.265
Luxemburgo	2	9	4	7	-	12	2.387	2.707	2.039	782	718	1.242
Noruega	101	9.000	2.645	-	212	65	2.610	413	4.771	2.577	3.787	1.362
Nueva Zelanda	-	15	2.932	28	260	91	79.498	68.865	33.962	74.138	63.345	55.904
Portugal	262.082	306.438	165.122	123.142	231.609	271.178	43.165	62.996	206.889	99.334	449.271	494.031
Reino Unido	751.724	974.125	626.343	993.773	649.279	405.172	2.070.611	2.290.368	3.238.313	4.038.486	5.211.475	6.851.678
República Checa	648	360.676	4.457	637	-	-	1.159	2.840	18.568	19.773	65.713	21.289
Singapur	162	27.143	40	168	986	6.614	366.907	668.149	3.147.403	479.309	345.233	247.753
Suecia	169	9.926	5.576	5	4.731	1.547	780.597	693.722	613.713	376.959	532.035	930.181
Suiza	3.001	7.639	67.093	3.076	23.402	11.012	1746513,57	563633,17	514518,65	379545,29	871939,42	562010,92
TOTAL	36.081.426	38.051.075	32.888.365	27.877.794	20.812.491	21.736.415	70979755,54	84603742,32	93428260,91	87030237,63	101003001,8	101492829,5

Fuente: Elaboración de los autores.

Tabla 41. Flujo comercial Colombia – Economías emergentes, sector industria de la comunicación gráfica (US$), 2009-2014

Flujo comercial Colombia-Economías emergentes 2009-2014 (1000 US$)- Sector industria de la comunicación gráfica												
	Exportación desde Colombia hacia…						Importación hacia Colombia desde…					
PAÍS	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Brasil	3.084.022	7.086.015	9.270.024	7.249.299	5.985.800	6.397.586	9.183.269	10.137.472	10.533.668	12.048.414	11.151.435	36.328.764
Chile	6.115.080	4.958.907	3.998.663	3.801.715	4.275.209	4.860.402	25.455.833	27.853.358	34.972.213	25.461.066	22.290.594	17.016.601
China	5.369	130.968	1.434	25.126	109	4.358	34.753.103	50.313.455	66.253.304	81.925.562	79.690.720	93.780.200
Chipre	-	-	-	-	-	50	962	17.879	132.245	13	2.317	22
Corea (Sur)	6.583	3	3.003	0	-	298	641.389	1.115.972	1.123.944	1.262.948	918.733	2.106.606
Emiratos Árabes Unidos	1.630	830	1.365	1.509	199	322	11.164	22	202	3.698	1.635	4.259
Filipinas	109	152	20	36	1.582	41	15.166	52.849	77.023	13.639	96.133	143.588
Hungría	-	-	-	38	57	499	1.580	2.768	2.445	7.766	18.096	7.420
India	145	30	-	45.220	134.031	161.226	391.449	645.283	843.219	1.119.415	1.505.094	590.644
Indonesia	1.819	1.910	2.250	287	4.060	7.633	71.961	151.032	150.677	109.469	118.522	67.262
Malaysia	14	575	-	504	560	170	79.216	44.717	66.305	44.136	108.596	122.035
Marruecos	-	-	-	-	-	-	-	609	81	-	-	-
México	24.440.057	19.891.627	23.080.657	19.447.548	18.872.382	15.917.724	26.732.469	26.796.053	23.595.679	25.288.969	27.409.529	30.547.041
Pakistán	-	-	-	-	259	20	28	1.214	3.233	416	10.385	8.874
Perú	19.385.249	20.513.493	21.668.227	26.152.874	20.343.029	16.312.313	30.521.665	35.212.952	42.287.643	49.613.824	41.884.669	37.889.050
Polonia	100	41	16	8.228	19.307	19.222	137.121	14.440	243.717	34.012	42.527	61.414
República Checa	648	360.676	4.457	637	-	-	1.159	2.840	18.568	19.773	65.713	21.289
Rumania	-	-	-	-	-	-	23	25.902	16.555	2.881	4.346	19.063
Rusia	588	88	4.283	108	1.166	2.325	33.581	12.394	-	310	470	2.565
Sudáfrica,	16.743	407.447	41.399	1.749	4	27	56.417	168.412	2.832	321	68.827	3.578
Tailandia	1.209	104	214	16	6.495	-	782.555	1.362.201	1.599.897	2.396.212	1.605.000	2.445.328
Taiwán	28	69	1.072	238	99	9	1.307.816	459.414	646.946	1.016.566	663.818	1.754.075
Turquía	114.453	119.123	85.581	573	475	-	193.283	87.080	68.480	100.247	102.103	80.589
TOTAL	53.173.846	53.472.057	58.162.664	56.735.706	49.644.824	43.684.226	130.371.210	154.478.316	182.638.877	200.469.656	187.759.262	223.000.266

Fuente: Elaboración de los autores.

6. REFERENCIAS

Banco Mundial (2016). La debilidad de la recuperación de los mercados emergentes afectará notablemente el crecimiento mundial en 2016. Online. Consultado en: http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2016/01/06/anemic-recovery-in-emerging-markets-to-weigh-heavily-on-global-growth-in-2016.

CAF (2015). Perspectivas Económicas de América Latina 2016: hacia una nueva alianza con China. Recuperado de: http://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2015/12/perspectivas-economicas-de-america-latina-2016-hacia-una-nueva-alianza-con-china/?parent=26400.

CEPAL (2015). Perspectivas económicas de América Latina 2016. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39535/S1501061_es.pdf?sequence=1 .

Organization for Economic Cooperation and Development OCDE (2000). Industrial competitiveness, pp 55 – 90, 2000.

W.B. (2016). La debilidad de la recuperación de los mercados emergentes afectará notablemente el crecimiento mundial en 2016. Washington: Banco Mundial. Recuperado de: http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2016/01/06/anemic-recovery-in-emerging-markets-to-weigh-heavily-on-global-growth-in-2016 .