

COMPETITIVIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL vs VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS (VCR) CASO DE ANÁLISIS: PERAS¹

Jaime de Pablo Valenciano²
Miguel Ángel Giacinti Battistuzzi³

RESUMEN: Se realiza una exacta distinción de estos dos conceptos para luego elaborar el documento de investigación. La especialización medida a través del índice de ventajas comparativas reveladas en la exportación de un producto a nivel mundial, no implica en forma directa y absoluta competencia global del mismo. Además, la competitividad es una variable de efecto y no de causa, y por ello debe ser analizada en un período de tiempo. Por lo tanto, resultan clave para un indicador de competitividad analizar las cuotas de mercado en los países importadores y su tendencia en el tiempo. El contraste del análisis entre ambos indicadores, es que Argentina es un país con fuerte especialización en exportación de peras y limones por ejemplo, siendo uno de los más importantes productores mundiales, pero no se puede reconocer que estos productos tengan competitividad estructural frente a otros países en la actualidad, sea en pera con Chile o en limón con Turquía. La meta de este trabajo es alcanzar una nueva línea de análisis que mejore y amplíe las posibilidades de estudio en nuestros días sobre el tema de competitividad, pudiendo medir de manera competente la relación producción y consumo. Si bien el caso presentado es de peras, su aplicación es para el resto de los productos exportables. Esta metodología permite la construcción de una visión estratégica para analizar y elaborar planes de acción en el sector privado, y además, facilita la articulación público-privado con políticas activas para las economías regionales, con significativo comercio internacional.

Palabras claves: tendencia, cuota mercado, distancia, variedades y visión estratégica.

COMPETITIVENESS IN GLOBAL TRADE AND REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGES (RCAS) ANALYSIS CASE: PEAR

ABSTRACT: We make a sharp distinction between these two concepts and then develop the research. The specialization as measured by the revealed comparative advantage index in the export of products worldwide does not imply a direct and absolute global competition of it. Moreover, because competitiveness is an effect variable, not a cause variable, it must be analyzed over a period of time. Therefore, analyzing market shares in importing countries and their trends over time is key in building a competitiveness indicator. The contrast analysis between the two indicators is that Argentina is a country with a strong emphasis on the export of pears and lemons, for example, one of the largest producers in the world, but one cannot recognize that these products today show a good structural competitiveness against other competing countries (Chile with pear, and Turkey with lemon). The aim of this work is to build a new line of analysis to improve and expand the scope of study on the issue of competitiveness, thereby allowing a competent measurement measuring the relationship between production and consumption in international markets. While the case presented is of pears, it can be applied to the other exportable products from agribusiness. This methodology allows the construction of a strategic vision to analyze and develop action plans in the private sector, and also facilitates the public-private interaction with active policies for regional economies, with a significant international trade.

Key-words: trend, market share, distance, varieties, strategic vision.

JEL Classification: F10, N50, Q13.

¹Registrado no CCTC, REA 06/2012.

²Económicas, Universidad de Almería (España), Almería, España (e-mail: jdepablo@ual.es).

³Administración de Empresas, Centro de Información Frutihortícola S.A, Centenario, Prov. Del Neu, Argentina, (e-mail: giacinti@neunet.com.ar).

1 - INTRODUCCION

La fruta es un producto perecedero y con gran dinámica en el comercio internacional (facturación anual superior a los 90 mil millones de dólares), donde las principales especies exportadas son banana, cítrico, fruta seca, fruta de pepita (manzana y pera) y uva. En particular la pera resulta ser una fruta emblemática para algunos países productores (Ej.: Argentina, Portugal, Corea del Sur, Italia y Bélgica entre otros) así como en países importadores (Ej. Brasil la principal fruta importada, o los países del BRICS⁴ donde la fruta de pepita lidera el comercio internacional). A este marco de referencia, debe sumarse el hecho de ser la pera una fruta con alto interés por investigadores en Latinoamérica -y particularmente en Brasil- para desarrollar su cultivo (FAORO; ORTH, 2010; EMBRAPA, 2011, 2012; FIORAVANÇO, 2007). En los tiempos actuales, donde la globalización y la mundialización es una realidad, el comercio internacional es cada vez más intenso, sobre todo en alimentos vinculados al comercio internacional, que por lo general, son de alto impacto económico y social en Latinoamérica y el Caribe, así como en otras regiones exportadoras en el mundo. Ante esta situación, el estudio de la competitividad es fundamental para la permanencia presente y futura en el mercado, así como para lograr una situación de ventajas comparativas que permita la sustentabilidad de la población vinculada directamente o indirectamente con la actividad agroexportadora. A pesar de que en principio se pueden plantear similitudes entre competitividad y ventajas comparativas relevadas (desde el punto de vista de Balassa, la especialización en el comercio exterior), como se analizará en este artículo son conceptos que se diferencian a la hora de analizar la situación en un sector económico vinculado al comercio internacional.

Pero competitividad es un concepto que no tiene límites precisos en la actualidad, y se define en relación con otros conceptos tomándose como refe-

rencia (GARAY, 1998). La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis, sea nación, sector, clúster o empresa, del tipo de producto analizado, como bien básico, producto diferenciado, cadena productiva y etapas de producción; y del objetivo de la indagación: corto o largo plazo, explotación de mercados y reconversión (PIÑEIRO; JAFFÉ; MÜLLER, 1993). También se la conoce como la capacidad de una industria o empresa de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo" (HAGUENAUER, 1989, p. 23). El Diccionario de la Real Academia Española recoge el término competitividad como: "capacidad de competir; rivalidad para la consecución de un fin". En términos empresariales, se entiende por competitividad a: la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Sin duda que competitividad se vincula con las competencias, que deben entenderse ésta desde un enfoque sistémico como actuaciones integrales para resolver problemas del contexto (TOBÓN; PIMENTA; GARCÍA FRAILE, 2010, p. 36) y siguiendo esta definición nos encontramos con las aportaciones sobre la competitividad de la mano de Porter, con el "Modelo de competitividad o Modelo de las 5 fuerzas" (PORTER, 1982) y Meyer con su "Competitividad sistémica" (ALTENBURG; HILLEBRAND; MEYER-STAMER, 1998). Agregando a este listado de aportes y visiones, otros autores (MÜLLER, 1995 apud ROJAS; SEPÚLVEDA, 1999, p. 10) especifican un marco conceptual: <<...existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y, al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de eva-

⁴Disponible em: <<https://actualidad.rt.com/economia/view/41972-El-BRICS-tendr%C3%A1-su-propio-banco-de-desarrollo>>. (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica).

luación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de éstas palabras mágicas es “competitividad”>>.

El objetivo que pretende este trabajo es aportar una novedosa herramienta para evaluar la tendencia de la competitividad en el comercio internacional desde el punto de vista de la participación o cuota de mercado como eje fundamental de referencia -dado que representa la capacidad de competir a nivel internacional-, a través del caso de estudio de la pera en fresco. Esta fruta es representativa para algunos países productores e importadores, como es el caso de Brasil, que es su principal fruta importada. Y a pesar de esa importancia, ha tenido un bajo desarrollo científico en información comercial. Los datos utilizados abarcan los años 2001 al 2009, basados en cálculos del Centro de Comercio Internacional^A sobre la base de datos de Naciones Unidas (COMTRADE)^B y el Observatorio de la Asamblea de las Regiones Europeas Hortofrutícolas (AREFLH)^C en Europa (incluye los congresos mundiales INTEPERA).

2 - MATERIALES Y METODOS

Antes de proceder al desarrollo de los índices de Ventajas Comparativas Reveladas (IVCR) y de Competitividad de Comercio Exterior (ICCE) es preciso distinguir dos términos, ventaja comparativa y competitividad, que parecen en principio similares.

La competitividad en el comercio internacional siguiendo la teoría neoclásica se centra en dos parámetros fundamentales: la posición relativa a los costes y la capacidad de penetrar a los mercados.

La ventaja comparativa de un país se fundamenta en el mantenimiento de costos de producción bajos. Desde esta perspectiva las empresas al igual que las naciones deben utilizar de manera más eficiente aquellos factores de la producción en los que en virtud de su abundancia poseen ventajas en términos de costo. Quienes cuente con una oferta abundante de mano de obra deben especializarse en la producción de bienes intensivos de este factor, sin olvidar que otros factores determinantes de la ventaja competitiva, son aquellos que tiene que ver con la

innovación tecnológica y la formación del recurso humano capacitado, es decir, un proceso continuo y auto sostenido de la productividad.

El concepto de ventaja comparativa permite explicar el modelo de especialización de un país en el comercio internacional si no existieran distorsiones en los mercados (BALASSA, 1965). Este argumento se ha utilizado en trabajos sobre productos agrarios (DÍAZ-DELGADO, 1985) y en frutihorticultura (SALA RIOS, 1995) (DE PABLO VALENCIANO, 2002).

Las ventajas comparativas también se pueden analizar por medio de la matriz de análisis de políticas, elaborada por Monke y Pearson (1989), la cual representa un sistema de contabilidad de doble entrada, cuyas columnas son los ingresos, costos (divididos en insumos comerciales y factores internos) y ganancias de los sistemas de producción regionales, y cuyas cadenas expresan las magnitudes anteriores a precios privados y económicos, siendo esta última cadena la diferencia de las dos primeras, y representa los efectos de la política agrícola. Es interesante su aplicación al caso de maíz que realizan González Estrada y Alferes Varela (2010).

Se debe de aclarar que en ocasiones se utiliza el concepto de competitividad como sinónimo de ventajas comparativas y aunque están relacionados, son conceptos distintos (CHUDNOVSKY; PORTA, 1990).

Compartimos el punto de vista de que competitividad es un concepto ajeno a la teoría económica y hace referencia a una situación real que presenta un producto en un mercado internacional, distorsionado tanto por fallas del mercado como por la intervención de los gobiernos (PINTO, 1996). Por tanto, un producto o actividad puede ser competitivo aun cuando no tenga ventajas comparativas o bien un producto puede presentar ventajas comparativas pero no ser competitivo debido por ejemplo a políticas gubernamentales distorsionantes.

Sin embargo, la competitividad de un producto en el mercado internacional depende en principio de sus ventajas comparativas asociadas a factores naturales favorables y a menores costos relativos en la producción. Pero también depende de la estructura y los costos de transporte y comercialización hasta

el lugar donde es comercializado. Además su competitividad-precio en los mercados externos también se ve influenciada por los movimientos de la tasa de cambio. De igual manera, la competitividad también se ve impactada por otros factores tales como la calidad y el grado de diferenciación del producto, la estacionalidad de la producción, el mercado y las políticas gubernamentales tanto del país que exporta, como del país importador.

Por lo tanto, partimos de la hipótesis del Índice de Competitividad en el Comercio Exterior (ICCE) para este estudio que la mayor competitividad de un producto en el mercado internacional se expresa en un crecimiento de las exportaciones y en un aumento en su participación de mercado (CONTRERAS CASTILLO, 1999, p. 395). El planteamiento de este indicador con las Ventajas Comparativas Relevadas (IVCR) es diferente al aplicado en el Indicador de Costo de los Recursos Internos (MONKE; PEARSON, 1989), que es de interés desarrollar en otros trabajos de investigación. A continuación se explica el método del Índice de Ventajas Comparativas Relevadas (IVCR) y el de Competitividad en el Comercio Exterior (ICCE).

2.1 - Ventajas Comparativas Reveladas (VCR)

El diseño original del indicador fue para analizar y describir la asociación entre liberalización comercial y desempeño comercial internacional, como parte del estudio de los patrones de especialización del comercio (BALASSA, 1965, p. 99-123). Este índice fue mejorado para analizar las exportaciones de un producto en particular (BALASSA, 1977, 1979) y básicamente compara la estructura nacional de exportaciones respecto a la estructura del mercado mundial.

$$I_{ij}^k = \frac{\frac{X_{ij}^k}{X_{ij}^t}}{\frac{X_{iw}^k}{X_{iw}^t}}$$

Donde: (I_{ij}^k) Indicador de VCR del producto k del país i sobre el país j; (X_{ij}^k) Exportaciones del producto k realizadas por el país i hacia el país j; (X_{ij}^t) Exportaciones totales del país i al país j; (X_{iw}^k) Exportaciones del producto k realizadas por el país i hacia el mundo (w); (X_{iw}^t) Exportaciones totales del país i al mundo (w).

Este indicador forma parte de la familia de índices de VCR y mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado a otro mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo. Otra alternativa de VCR de exportación, que es la utilizada en este trabajo, compara el fragmento de la exportación de un sector dado en un país, con el fragmento de la exportación de ese sector en el mercado mundial (PINTO, 1996; CASAR, 1994). Resulta ser práctico para medir cuantitativamente la ventaja comparativa de las naciones (BENDER ; LI, 2002).

$$IVCR = \frac{\frac{X_i^k}{X_w^k}}{\frac{X_i^k}{X_w^k}}$$

Donde: (IVCR) Índice de ventajas comparativas reveladas; (X_i^k) Exportación total del producto k realizadas por el país i; (X_w^k) Exportación total del producto k por el resto del mundo; (X_i^t) Exportaciones del grupo K realizadas por el país i; (X_w^t) Exportaciones totales del grupo K por el mundo (w).

Esta última fórmula es la que se utilizará en la investigación para analizar el desarrollo comercial de la pera desde el punto de vista de la especialización. Esta decisión está en concordancia con Chudnovsky y Porta (1990), que recomiendan utilizarlo simplemente como un indicador de la especialización de una economía en el comercio internacional en un determinado momento.

2.2 - Competitividad en Comercio Exterior

Que un indicador sea eficaz se refiere a la capacidad de lograr resultados, alcanzar el objetivo. Eficiencia es lograr resultados con el mínimo esfuerzo o costo. Mientras que la efectividad es la capacidad de lograr el máximo de resultados al mínimo costo. En la búsqueda de un indicador de competitividad de mercado internacional que fuese eficaz, eficiente y efectivo, se desarrolló una metodología que logra reunir estas condiciones, sin desconocer que pudiera haber otras en igual sentido, sólo que tienen puntos de vista con cierta particularidad, como el caso del "Modelo de análisis de competitividad de los países" desarrollado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe o CEPAL⁵, denominado TradeCAN con el objetivo analizar el caso de importación de un producto en un país en particular.

La metodología desarrollada por los autores de esta investigación, hace referencia a la necesidad de construcción de una visión estratégica global más que el análisis en particular en un país, con la finalidad de analizar la competitividad internacional, a través de un indicador eficiente, eficaz y efectivo. Además, teniendo claro algunos aportes intelectuales como el hecho de que la competitividad no es global ni afecta a todos los países por igual, sino que sólo puede ser comprendida en relación a contextos geográficos específicos (ROMERO ARAVENA, 2007, p. 9), como pudiera ser la cuestión de mercados cercanos y lejanos, o aspectos culturales entre otros como es la relación en Portugal y Brasil, o regiones limítrofes de diferentes países.

La metodología desarrollada relaciona como numerador la "cuota de mercado" en los países importadores relevantes de ese producto, y como denominador la "participación" del país en la exportación mundial de un producto en particular:

Fórmula:

$$ICCE = \frac{\frac{X_i^k}{X_w^k}}{\frac{M_{ij}^k}{M_j^k}}$$

Donde: (ICCE) Índice de competitividad de comercio exterior; (X_i^k) Exportación producto "k" del país "i"; (X_w^k) Exportación mundial (w) del producto "k"; (M_{ij}^k) Importación del producto "k" del país "i" en el país "j"; (M_j^k) Importación total producto "k" en el país "j".

Los datos anuales para su cálculo son la facturación en valores monetarios y no el volumen, considerando que la facturación es más relevante como indicador de competitividad, porque incorpora en el estudio el valor agregado del producto analizado. En la medida de que la cuota de participación en un mercado internacional es superior a la participación mundial como exportador, denotaría mayor competitividad estructural, y viceversa si es menor. Por lo tanto, combinar en un análisis el índice de competitividad de mercado y su tendencia en los últimos años, porque es una variable de efecto y no de causa, es un método válido para evaluar la posición competitiva de un producto en un mercado en particular.

La cuota de mercado de las exportaciones de un país y su dinámica temporal se utilizan como medidas indirectas de la capacidad de competencia sectorial. No obstante, la evolución de la cuota de mercado puede estar determinada a largo plazo, no sólo por movimientos autónomos de competitividad exterior vía precio y otros factores, sino también, por la composición o especialización de las exportaciones, bien en términos de tipo de producto o bien en término de país o región de destino de las exportaciones. Bajo estas premisas, si una economía está especializada en exportaciones de bienes cuya demanda resulta especialmente dinámica, la cuota de mercado podría aumentar aunque la competitividad no mejore. Por lo tanto, la cuota de mercado puede estar vinculada a "especialización" o a "competitividad" (ESTEVE, 2010). La competitividad exterior es

⁵ Disponible: <<http://www.eclac.org/>>.

un reflejo de la estructura interna de la economía, no se puede ser competitivo en el exterior sin serlo primero internamente (TORRES; DE LUCIO, 2003).

Con respecto a la elección del intervalo temporal, se recomienda utilizar no menos de cinco años para el estudio de competitividad y la cuota de mercado es un factor relevante para considerar la mayor performance en el comercio internacional (MORALES TRONCOSO, 2007a, 2007b). En este último aspecto, Pinto (1996) resalta que la competitividad es una variable de efecto y no de causa, y por ello deberá ser analizada en un período de tiempo. Por lo tanto, resultan clave para el indicador de competitividad internacional analizar las cuotas de mercado en el comercio exterior y su tendencia en el tiempo.

3 - RESULTADOS

3.1 - Ventajas Comparativas Reveladas

Como se viene abordando en el estudio, el IVCR resulta útil para evaluar la "especialización" en la exportación de un producto en relación a la canasta homogénea de productos exportados por un país en comparación con el mundo, que en el caso de este estudio, es la exportación de peras en fresco en comparación al total de las frutas exportadas en fresco. Para aumentar la información obtenida con el índice a través del Gráfico 1, se puede analizar el valor de dicho índice para el año 2009 (eje horizontal), además de la evolución que este ha tenido en el período 2001-2009 (eje vertical), por medio de la tasa de crecimiento anual.

Corea es el país productor de peras con mayor IVCR (Gráfica 1), dado que, la principal actividad exportadora de este país eran las frutas secas y las mismas están en descenso en los últimos años, además se ha sumado una mayor actividad exportadora en peras. Las variedades son del tipo asiática⁶, a diferencia del resto del mundo que producen variedades tipo europea. La pera hoy es la principal fruta

exportada desde Corea, con una alta tasa de crecimiento en los últimos años, lo que explica la alta especialización y tendencia positiva del IVCR. Pero también se contabiliza un importante aumento en la exportación de bayas y manzanas en los últimos años, lo que puede influir en el IVCR de peras a mediano plazo.

Argentina es otro país con alto índice de IVCR, donde las exportaciones de peras constituyen la principal fruta comercializada a nivel internacional junto a limones -citrus-, y esto explica el alto nivel del IVCR. Las principales variedades producidas y comercializadas son Williams o Bartlett, Packhams Triumph y D'Anjou. La tendencia negativa se explica más por la tasa media anual de crecimiento de las exportaciones de frutas en Argentina, la cual es superior a la registrada en peras.

Portugal junto a Corea y Argentina son los de mayor IVCR, y es la fruta de mayor facturación en exportación en Portugal con la variedad "Rocha", cuando a principios de la década la de mayor peso era el banano y el plátano. La caída de las ventas de esta última y de las frutas secas, potenció la relevancia de las peras en el contexto general de este país, lo que explica también la tendencia positiva en la tasa de crecimiento anual del IVCR. Adicionalmente, se contabilizan en los últimos años un avance interesante en las ventas externas de bayas, cítricos, aguacate o palta, y fruta de hueso. Una ventaja comparativa frente a otros países europeos es el coste de salarios y la especialización en el cultivo de la variedad Rocha, cuyas condiciones agroclimáticas son ideales para la misma.

Holanda: presenta un cultivo de pera creciente en base a la variedad "Conference" y de allí la posición de "media especialización", con fuerte presencia en mercados intra-comunitarios. Sin embargo, la tasa de crecimiento del comercio exterior es menor a la tasa media del total de las frutas, por ese motivo el IVCR tiene una tendencia negativa. Resulta de utilidad remarcar que Holanda además de producir de manera importante fruta de pepita (manzana pera), realiza una gran actividad internacional de bróker, importando y exportando frutas en general, y

⁶ Disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Pyrus_pyrifolia>.

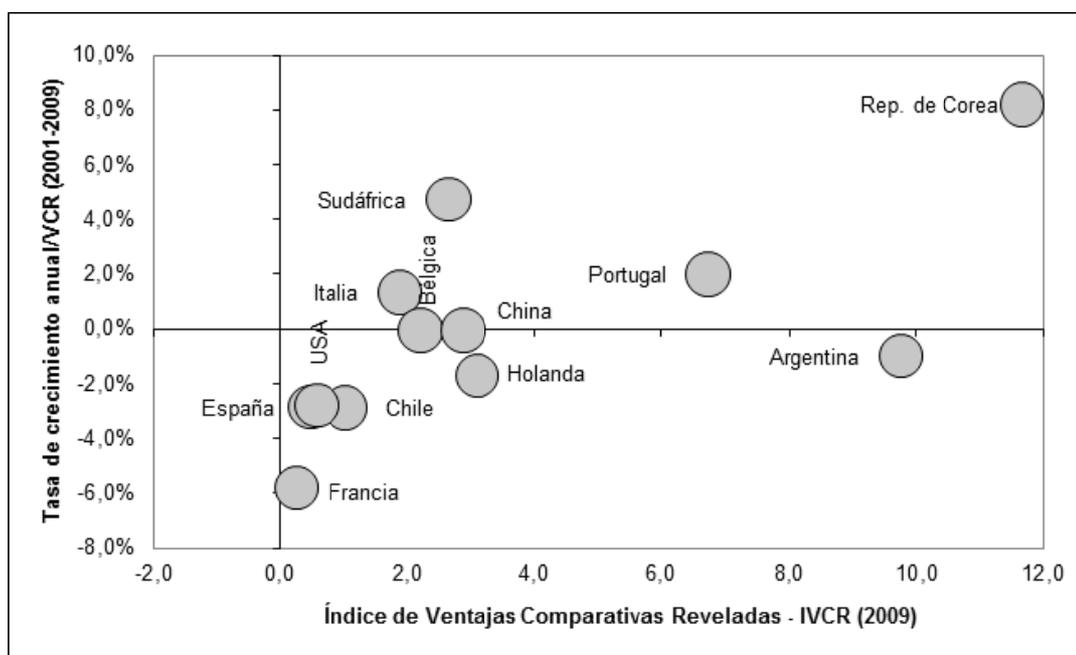


Gráfico 1 – Peras: Índice de Ventajas Comparativas Reveladas (IVCR).
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

ese proceso presenta una mayor dinámica que el de peras. Por eso la tendencia negativa observada en el IVCR de peras (Gráfica 1).

China: las manzanas y los cítricos son las principales frutas exportadas y hay un marcado crecimiento en uvas y peras, en contraposición con una fuerte caída en las ventas de frutas secas. Este balance, hace que la pera se mantenga constante en su participación relativa, y de allí, un IVCR de media especialización pero estable en los últimos años.

Sudáfrica: exporta principalmente cítricos, uvas y manzanas, y en menor medida peras. La principal oferta en pera es la variedad “Packhams”, pero con volumen creciente de nuevas variedades como son: Forelle, Rosemarie y Abate Fetel (8). La variedad Williams tiene una producción estable y caracterizó la década de los 80s y 90s en este país, mientras que Packhams domina la exportación en la última década. El crecimiento en la exportación de peras combinado con un retroceso de la participación de las uvas, le permite mostrarse como país con tendencia positiva en el IVCR, sin ser un país de alta especialización.

Bélgica: es un exportador muy importante de peras en Europa, domina el mercado de Rusia. El crecimiento anual de la producción es importante, reconvirtiendo manzanos hacia peras, con especialización en la producción de la variedad “Conference”. Esta situación le permite una evolución estable en el IVCR, con una posición de especialización intermedia en relación al grupo de países de mayor índice: Corea, Argentina y Portugal.

Italia: lideró el comercio de exportación a través de la producción de uva de mesa al inicio de la década, y en la actualidad, esta fruta pierde posicionamiento frente al crecimiento de las ventas de manzanas y bayas. También las frutas de hueso están en retroceso en cuanto la participación de las exportaciones de frutas, pero las peras están con un leve aumento en la ventas externas lo que le permite posicionarse con tendencia positiva en el IVCR, además de posición intermedia de especialización entre los grupos extremos, de menor índice: España, Francia, Chile y Estados Unidos, y con mayor índice:

⁷ Disponible: <<http://www.peras-conference.es/teelt.htm>>.

ce: Corea, Argentina y Portugal. Lo más relevante de este país es el cambio de oferta varietal dominante en el comercio exterior, de "Williams o Bartlett" por "Abate Fetel", complementando sus ventas tempranas con la variedad "Coscia".

Chile: es el líder mundial en la exportación de uvas, pero también está en aumento la venta internacional de bayas, palta o aguacate, kiwi, frutas congeladas y frutas secas. En cambio las manzanas, fruta de hueso y peras están con menor participación año tras año. Por este motivo, la fruta bajo estudio en este trabajo es de baja especialización y con tendencia negativa. La principal variedad exportada es "Packhams", pero renovó a las variedades: "Williams o Bartlett", por variedades como: "Coscia", "Forelle" y "Abate Fetel".

Estados Unidos: es el líder mundial en el comercio de frutas secas, luego le siguen en importancia las uvas, cítricos, manzanas y frutas de hueso. Las únicas frutas como novedad en crecimiento en este país, son las bayas, cuya facturación más que duplican a las peras. La participación de las peras es pequeña en relación al total de frutas, y su tendencia es decreciente en la participación relativa en todas las frutas porque su facturación anual en el comercio exterior no crece. La principal variedad cultivada es "Danjou", sin embargo, en los últimos años se observa una mayor tendencia a plantar "Williams o Bartlett", con aceptación creciente en su mercado doméstico y en Canadá.

España: tiene como eje principal de su comercio de frutas a los cítricos, con aumento de ventas externas en fruta de hueso, bayas y uvas, mientras que se mantiene relativamente estable el despacho de frutas secas. Sin embargo, peras y manzanas están en retroceso, y eso explica la baja especialización de las peras según el IVCR y la tendencia negativa en los últimos años (Gráfica 1). La variedad típica de este país es la "Blanquilla", también cultiva "Ercolini" (sinónimo de Coscia), "Dr. Guyot", "Alejandrina" y "Conference". En la variedad "Blanquilla" donde más se observa una erradicación de plantas hacia otros frutales (1).

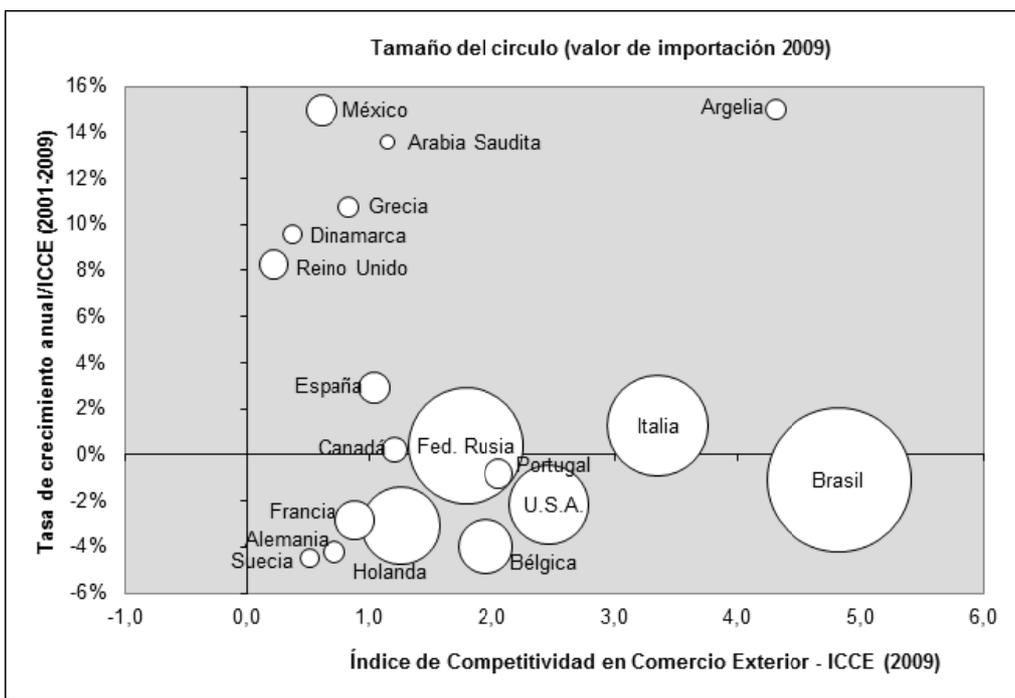
Francia: presenta un rol muy activo en el co-

mercio internacional de frutas, pero mayormente, sustentado en la venta de manzanas y frutas de hueso, además de bayas y frutos secos. La actividad en el comercio exterior de peras esta en descenso, con caída en la producción, como lo reporta el IVCR (Gráfica 1). En general, es una oferta varietal diversificada con "Williams o Bartlett", "Dr. Guyot", "Comice" y "Conference", pero la tendencia es erradicar cultivos año tras año por baja rentabilidad.

La información que brinda el Índice de Ventas Comparativas Relevadas (IVCR), tanto en relación a su posición en el año 2009, para cada uno de los principales países productores analizados, como en relación a la tendencia anual de este índice (Gráfica 1), facilita la comprensión de las variables y los cambios existentes en la misma para conocer la posición de cada país productor en el contexto mundial sobre el producto analizado. También permite vislumbrar alguna proyección de situación a mediano plazo por la tendencia, pero no permite mayor riqueza de información que la presentada en este capítulo. Lo cual difícilmente permite tener una visión estratégica de un sector exportador a nivel global, aunque en la década de los sesenta, cuando Balassa lo desarrolla, si resultaba válido para encaminar la discusión de temas vinculados a la integración comercial de los países.

3.2 - Competitividad en Comercio Exterior

Las gráficas de este capítulo -2 a 13-, elaboradas bajo el método del Índice de Competitividad de Comercio Exterior (ICCE), intentan resumir con la mayor riqueza posible de datos, la interrelación entre penetración comercial en cada país que importa peras, así como la relevancia comercial de cada mercado. El tamaño del círculo indica relevancia de monto anual en dólares del negocio de importación y la tendencia en la cuota de mercado o penetración comercial en la última década. Por otro lado, la comparación de las gráficas entre sí, permite realizar un benchmarking entre competidores y evaluar la tendencia en cada mercado en particular (Ej. Quié-



Gráfica 2 - Argentina: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

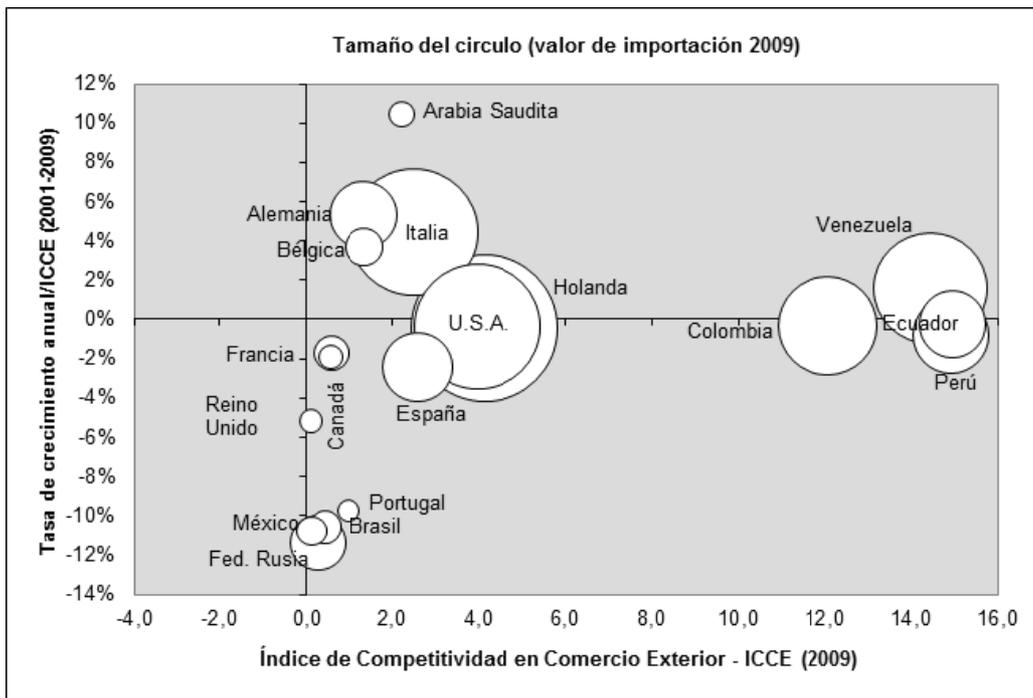


Gráfico 3 - Chile: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

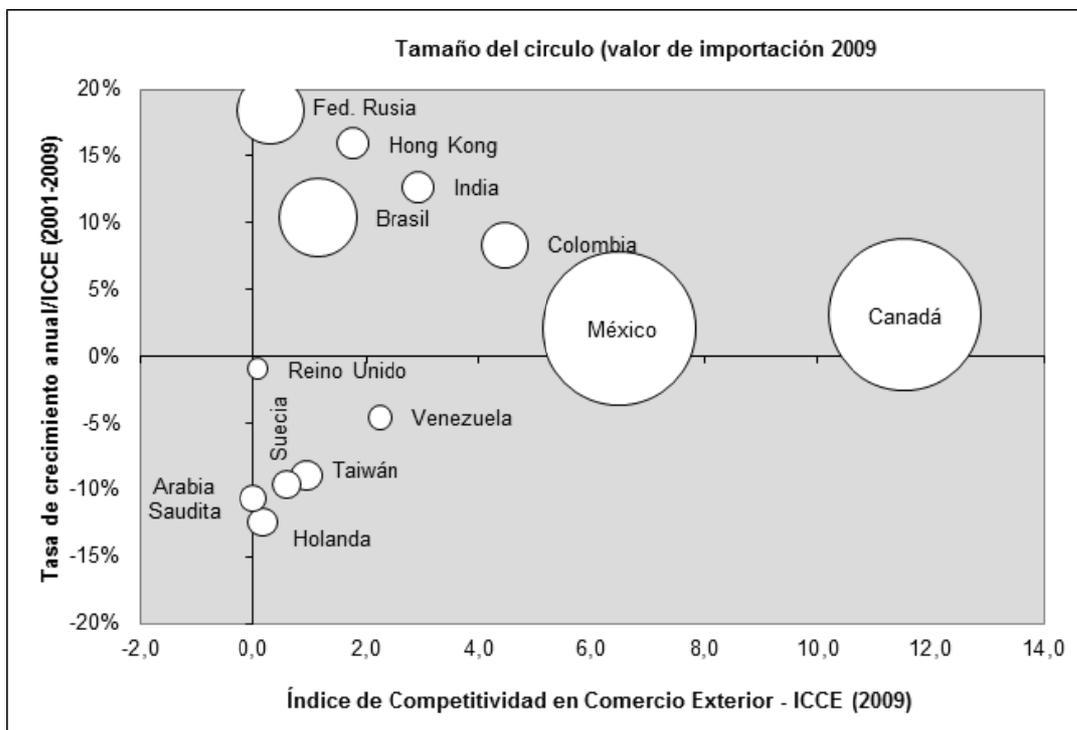


Gráfico 4 - EE.UU.: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

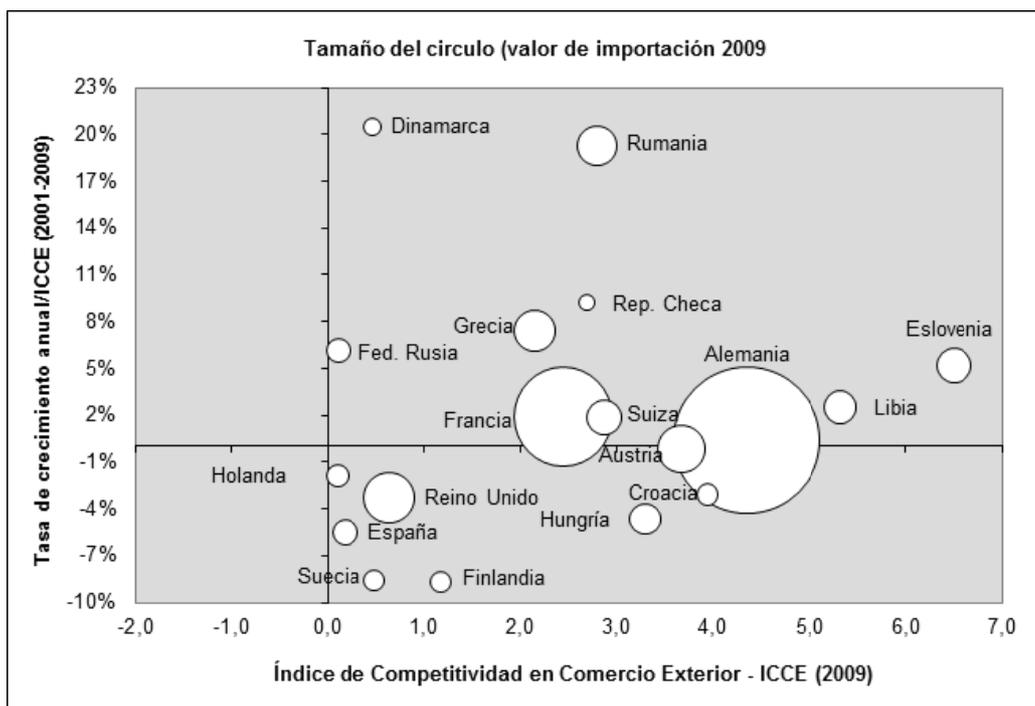


Gráfico 5 - Italia: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

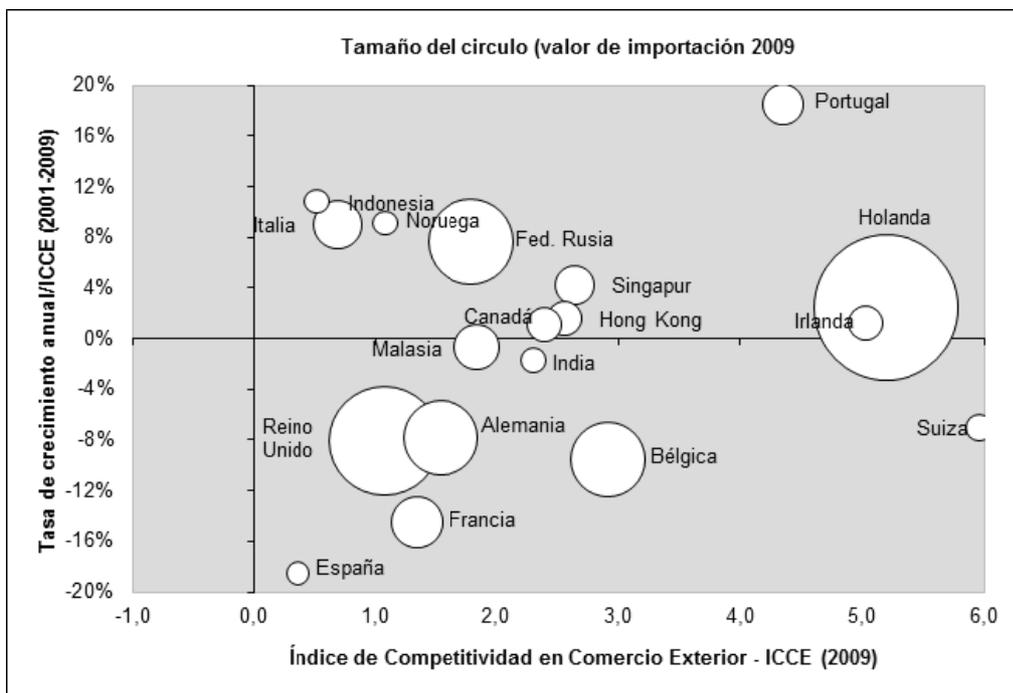


Gráfico 6 – Sudáfrica: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

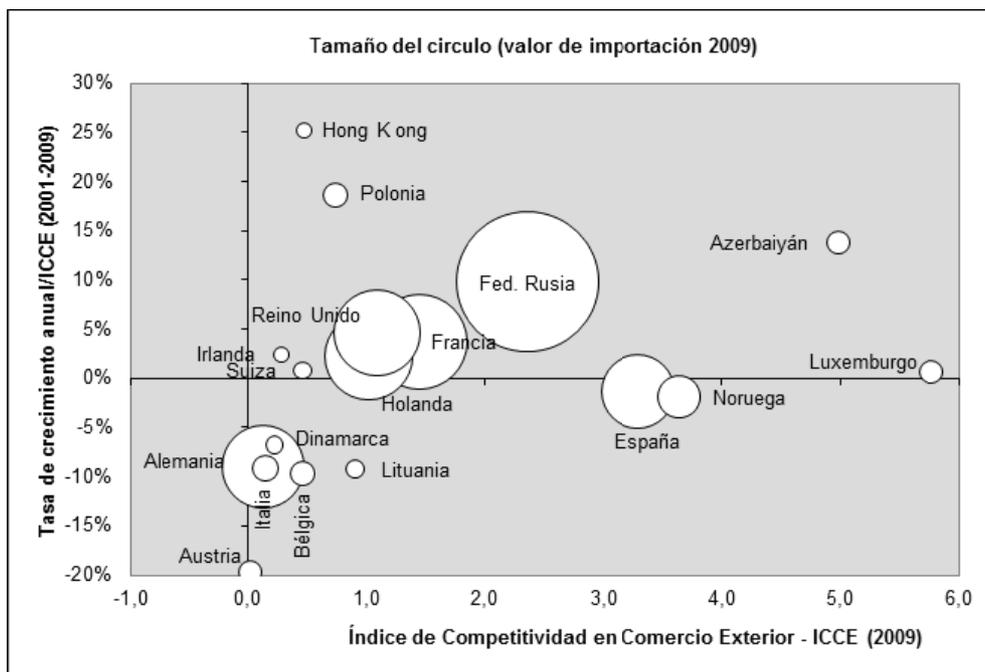


Gráfico 7 – Bélgica: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

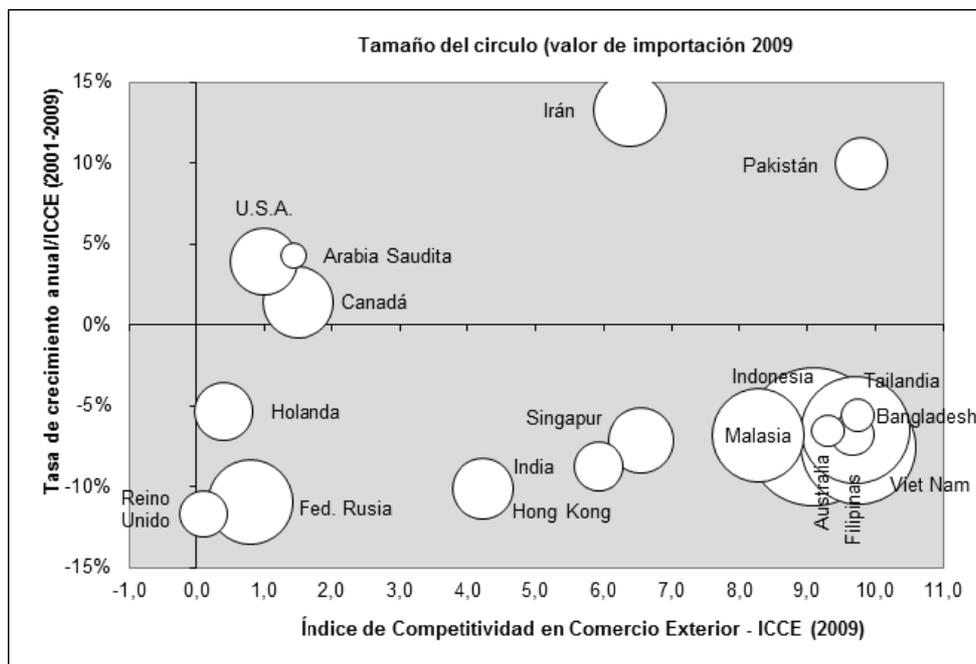


Gráfico 8 – China: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

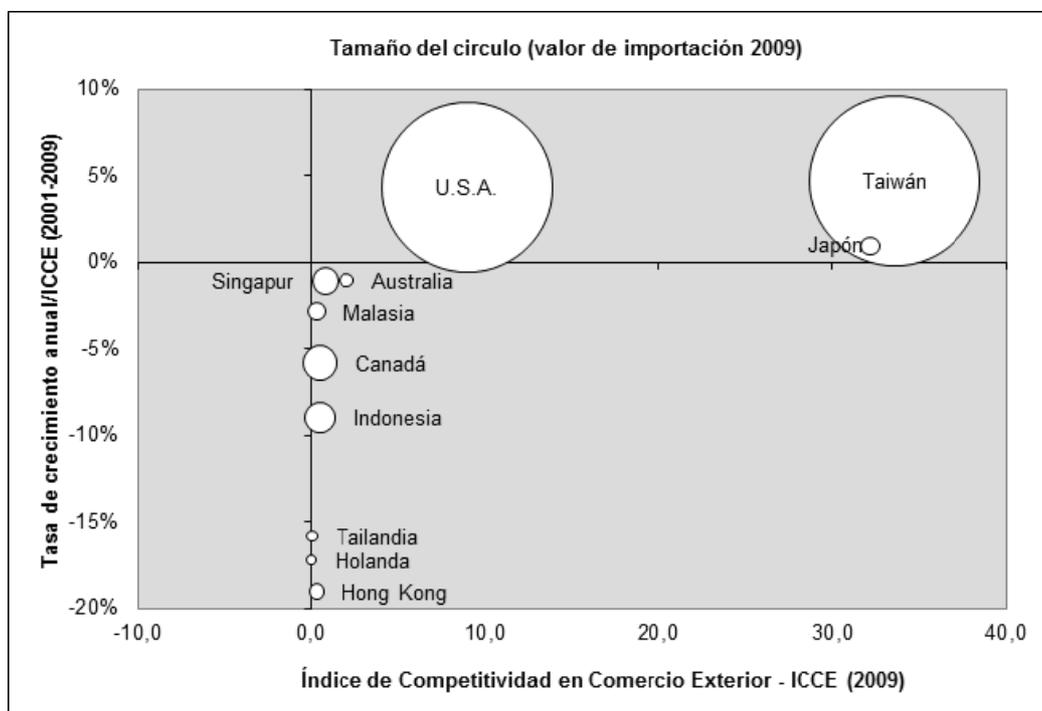


Gráfico 9 – Corea: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

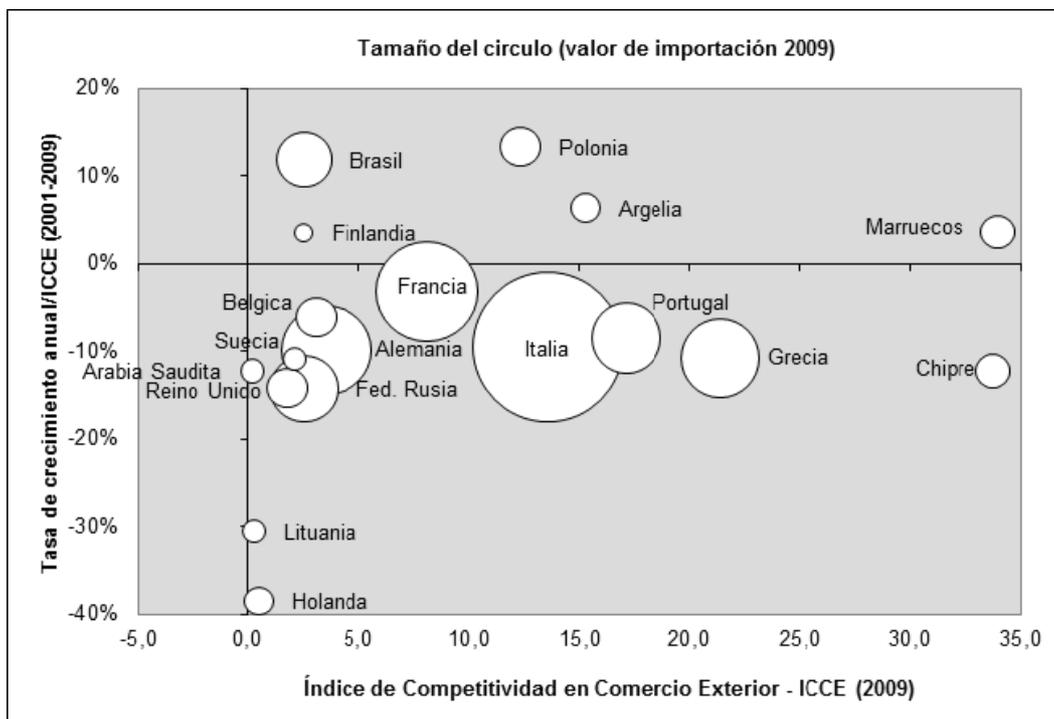


Gráfico 10 – España: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

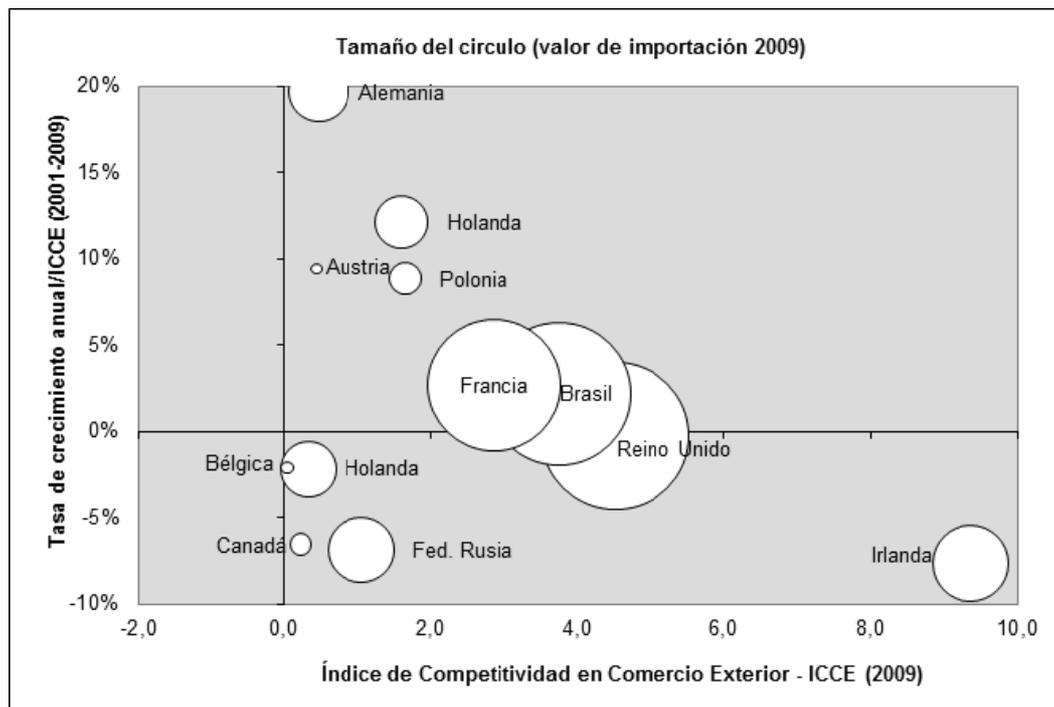


Gráfico 11 – Portugal: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

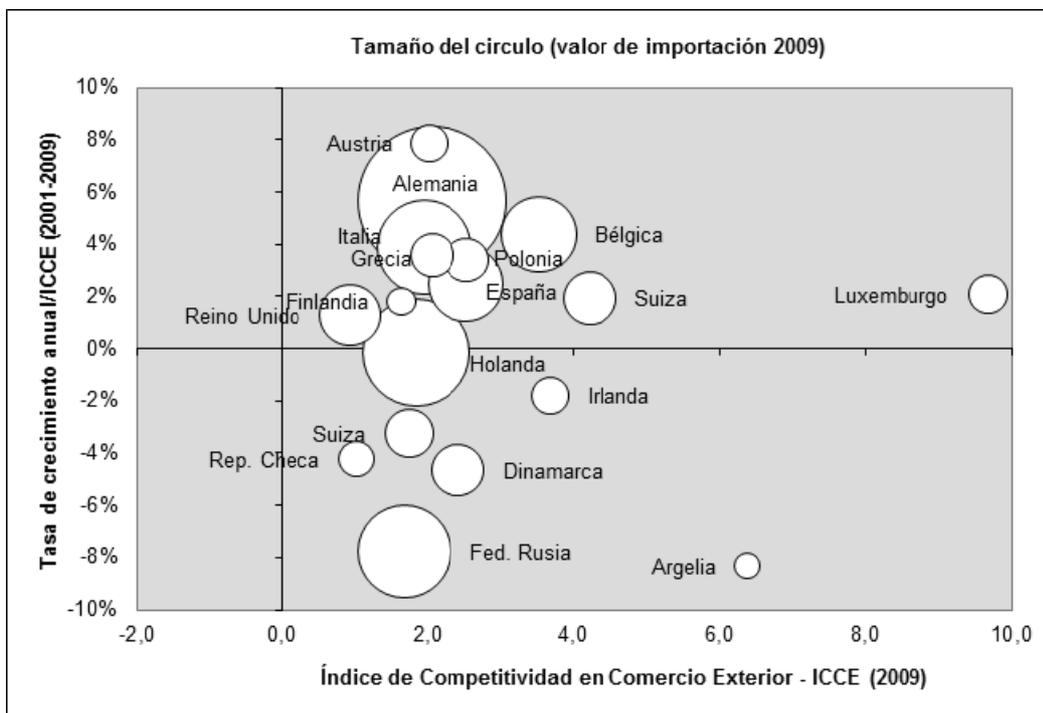


Gráfico 12 – Francia: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

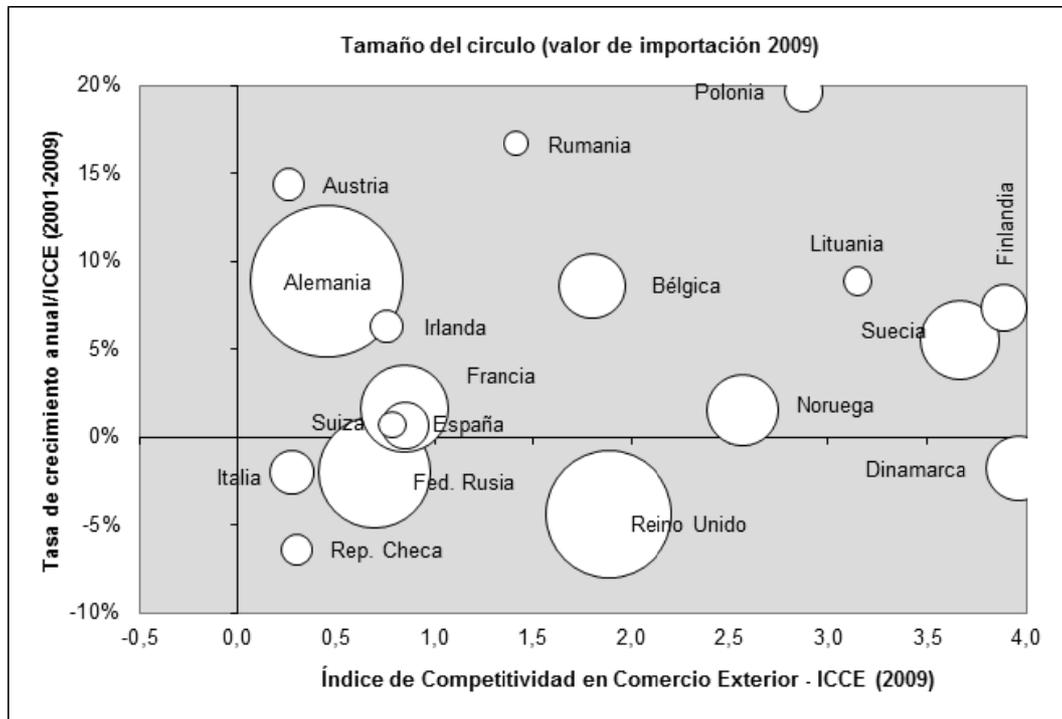


Gráfico 13 – Holanda: Índice de Competitividad en Comercio Exterior en Peras.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Centro de Comercio Internacional.

nes abastecen a Brasil de peras), además de la posibilidad de reconocer que no se verifica una tendencia global en la competitividad de un país para un producto exportado, sino que por el contrario, la competitividad suele ser regional o delimitada o con distintos niveles. Este marco de referencia, debe reforzar la visión estratégica de los actores intervinientes en una cadena de valor sobre un producto vinculado al comercio exterior, como punto de partida para evaluar su plan de actuación a mediano y largo plazo.

Argentina: (Gráfica 2) presenta alto nivel de competitividad en Brasil, mercado cercano, además del Mercosur, al igual que en Argelia, *siendo su proveedor principal de manzana y se completan los pedidos con pera*, e Italia con quien tiene *vinculación cultural*. En la mayoría de los mercados la pera argentina tiene una evolución negativa en el ICCE, con lo cual hay tendencia a menor cuota de mercado, y en los más relevantes en volumen, la situación es estancada o negativa en cuanto a Brasil, Italia, Rusia y USA. El país con alta especialización de peras según el IVCR (Gráfica 1) no presenta un panorama positivo en la tendencia de su competitividad. Por otro lado, Argelia compra pera como complemento de manzana, dado que este país sustituye como proveedor de manzanas a Francia por Argentina, de allí, el alto crecimiento en la competitividad. En el caso de México es un mercado incipiente con preferencia para la variedad Danjou, mientras que en el Reino Unido es la venta de pera orgánica lo que explica la dinámica positiva en el ICCE. La evolución negativa de los precios relativos en dólares en la economía doméstica por el efecto inflación y su interrelación con los salarios y otros costos, en el marco de un tipo de cambio atrasado en su paridad frente al dólar y la mayor presión tributaria en relación a Chile en el sector frutas, algo más de 10 centavos de dólar por kilo producido, así como la obstáculos en la gestión del negocio en toda la cadena, explican en gran medida la pérdida de competitividad en los mercados de ultramar o lejanos (informes de la CAFI)^D.

Chile: presenta un bajo índice de ventaja comparativa o IVCR (Gráfica 1); sin embargo, presenta un nivel de competitividad (Gráfica 3) con tendencia muy positiva en Italia; a diferencia de Argen-

tina (Gráfica 2) que en este mercado está en situación relativamente estable o levemente positiva, siendo un mercado de mucho vínculo histórico. Esto se explica en la costumbre del consumir italiano de comprar una pera Abate Fetel sucia o con russeting, y la pera que produce Chile es de similar característica, mientras que la de Argentina es limpia. Algunas particularidades del comercio son que variedades tradicionales como Williams y Packhams están siendo retiradas de Europa, comercializadas mayormente a través de bróker holandés y llevadas al mercado de Estados Unidos donde ha comenzado a despertarse el interés por la Williams. Pero las nuevas variedades cultivadas como Forelle, Coscia y Abate Fetel rempazan las ventas de las tradicionales en Europa, y de esta manera, mantienen estable el ICCE de Holanda y el de Estados Unidos. Otra observación muy relevante es que también aparece la cercanía territorial como fuerte elemento gravitante en la competitividad o ICCE, siendo el caso de los mercados de Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Es importante resaltar la política comercial del Gobierno de Chile con tratados de libre comercio o acuerdos económicos (ASOEX)^E, con bajos o nulos aranceles de importación como factor de competitividad en el ICCE, sumado a ello, un bajo nivel de impuestos laborales en relación a otros países.

Estados Unidos: con un IVCR muy bajo y negativo (Gráfica 1), presenta una gran competitividad según el ICCE (Gráfica 4) en mercados cercanos (México y Canadá), a los cuales, vende la variedad Bartlett o Williams a Canadá, mientras que Danjou la exporta a México. Nuevamente la geografía o cercanía territorial, además de acuerdos de libre comercio como el NAFTA⁸, impactan en el ICCE. El Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México, benefició la venta de peras desde Estados Unidos a México, frente a terceros países que deben pagar 20% de arancel para vender peras en México (WACLEARINGHOUSE)^F, a excepción de acuerdos parciales de otros países, caso de Chile y Argentina. También hay un avance importante de ventas en la pera estadounidense a Brasil con ten-

⁸Disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tratado_de_Libre_Comercio_de_Am%C3%A9rica_del_Norte>.

dencia positiva en el ICCE, que sumado a lo que veremos en otras gráficas sobre el caso de España y Portugal vinculado al mercado brasileño, explican por qué Argentina presenta una tendencia negativa en el mercado de mayor competitividad y cercano (Gráfica 2).

Italia: presenta como principal mercado para exportar sus peras a Alemania (Gráfica 5), lo cual está sustentado por la cercanía y el impulso de años recientes en base a la variedad "Abate Fetel" como principal oferta con mejor precio de venta que la tradicional Williams o Santa María (CSOSERVIZI)^G. Otro mercado cercano en crecimiento es el de Francia, al igual que Eslovenia, Rumania, Grecia y Libia, pero retrocede en el Reino Unido. Cabe destacarse que la estrategia es especializarse en el cultivo y exportación de pera en la variedad "Abate Fetel", en similitud con lo observado en Bélgica y Holanda con la variedad "Conference", así como el caso de Estados Unidos en variedad "Danjou" o la variedad "Rocha" en Portugal.

En los siguientes gráficas (6 al 13) se puede ver la situación competitiva según el ICCE del resto de países analizados en el estudio, como el caso de Sudáfrica (HORTGRO)^H y España (AFRUCAT)^I con amplio detalle, además de Bélgica, China, Corea, Portugal, Francia y Holanda. El objetivo de estas gráficas sólo es evidenciar con la mayor contundencia posible, que no existe un nivel de competitividad global o mundial, sino que el mismo esta presente con diferentes magnitudes según el ICCE, y que además, la tendencia y el benchmarking entre países productores son factores claves para una lectura del comercio y visión estratégica, pensando en el mediano y largo plazo.

4 - CONCLUSIONES

El ICCE resulta ser un indicador eficaz porque puede medir la evolución y el nivel de penetración comercial de cualquier producto vinculado al comercio internacional que son los objetivos en base a los cuales fue desarrollado. Otro aspecto es que es

un indicador eficiente porque logra resultados con el mínimo esfuerzo o costo, dado que, el acceso a información de comercio exterior no resulta difícil en la actualidad, incluso el Internacional Trade Center (ICCSpain)^J cuenta con un portal en internet específico para este tema, además de la base de datos de Naciones Unidas denominada COMTRADE y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Por último, señalamos que es un indicador efectivo porque logra el máximo resultado al mínimo costo, y esto es así, por la riqueza de datos que presenta la información a partir de las gráficas del ICCE. En esta última aseveración, al comparar el análisis que resulta de la presentación del IVCR en relación al ICCE, avala este comentario.

A través del análisis de los datos del comercio internacional, exportación e importación, el estudio demuestra que la competitividad es de variable efecto, y no de causa, por una suma de factores y condiciones que aportan ventajas a cada uno de los países que intervienen en el comercio exterior. En el caso de la geografía, por ejemplo, esta juega un rol protagonista en materia de competitividad en relación a los mercados cercanos, al igual que ocurre en los mercados con tratados de libre comercio, evidenciando al indicador de competitividad de comercio exterior (ICCE) más alto en relación a otros casos.

Corea, Argentina, Bélgica y Portugal son los países productores más especializados y con mayor posición exportadora en la canasta de frutas, como se ha demostrado al estudiar cada país por el índice de competitividad de comercio exterior (ICCE), esto no es sinónimo de competitividad. En el otro extremo, los países con menor índice de ventaja comparativa son: España, Estados Unidos, Chile y Francia, y no por ello, su eficiente desarrollo comercial en el comercio es bajo, al menos en mercados relevantes u objetivos. Queda confirmado, por tanto, que el IVCR - basado en ventajas comparativas reveladas- no es sinónimo de competitividad pero si de especialización productiva.

Hay países que exportan un volumen importante en relación a otras frutas, incluso la producción se concentra en una o dos variedades; podemos

nombrar por ejemplo: a Portugal con "Rocha", Italia con "Abate Fetel", Bélgica con "Conference", Estados Unidos con "Danjou", Argentina con "Williams" entre otros. Pero, en contra de lo esperado, no por estar especializados logran competitividad en todos los mercados.

Otra conclusión de este estudio es que la competitividad no es un fenómeno global y en la misma, gravitan de manera muy importante: la cercanía por la ventaja de costo de transporte, aspectos culturales, tratados de libre comercio frente al costo de aranceles de importación, temas fitosanitarios, proveedor de una canasta de frutas que da continuidad y presencia todo el año y el tipo de cambio real.

Por lo tanto, hoy en día la innovación tecnológica es un aspecto complementario en cuanto a la competitividad y debe estar más concentrada en cuestiones de ventajas de costos que en presentar un nuevo producto al consumidor. Además, muchos nombres de variedades diferentes en la góndola, no necesariamente incentivan al comprador, esto fue una conclusión importante del tercer Congreso Mundial de peras en Italia (Interpera 2010). Sin duda, la geografía tiene un fuerte impacto en el comercio como lo sentencia Krugman (1991). Aseveración que también se convalida en este estudio.

Surgen nuevos paradigmas a partir de esta metodología para calcular y analizar la competitividad estructural de mercado en el comercio exterior. Es un aporte intelectual relevante, a nuestro entender y saber, el cual constituye un excelente ensayo para comprender y desarrollar planes estratégicos de clúster productivos de economías regionales vinculados con el comercio internacional. Este último comentario, es porque todo plan estratégico parte de una visión, y es precisamente esta metodología de competitividad de mercado, la que pudiera facilitar dicha construcción.

BIBLIOGRAFÍA

- ALTENBURG, T.; HILLEBRAND, W.; MEYER-STAMER, J. **Policies for building systemic competitiveness: conceptual framework and case studies of Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand**. Berlin: German Development Institute, 1998. 75 p.
- BALASSA, B. Revealed comparative advantages revisited: analysis of relative export shares of the industrial countries, 1953-1971. **The Manchester School**, Manchester, Vol. 45, Issue 4, pp. 327-344, 1977.
- _____. The Changing pattern of comparative advantage in manufactured goods. **The Review of Economics and Statistics**, Cambridge, Vol. 61, Issue 2, pp. 259-266, 1979.
- _____. Trade liberalisation and 'revealed' comparative advantages. **The Manchester School**, Manchester, Vol. 33, Issue 2, pp. 99-123, 1965.
- BENDER, S.; LI, K-W. The changing trade and revealed comparative advantages of Asian and Latin American manufacture exports. **Economic Growth Center**, Yale University, 2002. (Paper n. 843).
- CASAR, J. I. El sector manufacturero y la cuenta corriente. In: CLAVIJO, F.; CASAR, J. I. (Eds.). **La industria manufacturera en el mercado mundial: elementos para una política industrial**. México: Fondo de Cultura Económica, 1994. p. 309-383.
- CHUDNOVSKY, D.; PORTA, F. **La competitividad internacional: principales cuestiones conceptuales y metodológicas**. Buenos Aires: CENIT, DT 3, 1990.
- CONTRERAS-CASTILLO, J. L. La competitividad de las exportaciones mexicanas de aguacate: un análisis cuantitativo. **Revista Chapingo**, Serie Horticultura, Chapingo, Vol. 5, Núm. Especial, pp. 393-400, 1999.
- DE PABLO VALENCIANO, J. La competitividad del sector de las hortalizas españolas en el contexto de la Unión Europea. **Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros**, La Rioja, n. 194, pp. 71-110, 2002.
- EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA. **Pera: uma fruta com futuro**. Cultivo da pereira e o potencial dos plantios dessa fruteira nas regiões de clima temperado do Brasil. Região Sul. Brasília: Embrapa, 2011. Disponível em: <<http://hotsites.sct.embrapa.br/prosaural/programacao/2009/pera-uma-fruta-com-futuro>>. Acesso em: 1 set. 2012.
- _____. **Pera**. Brasília: Embrapa, 2012. Disponível em: <<http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/pera/Abertura.html>>. Acesso em: 1 set. 2012.
- ESTEVE, V. **Aumento de la cuota de mercado de las exportaciones de la economía española en el periodo 1994-2007, efecto competitividad o efecto especialización**. Valencia: El Blog de Vicente Esteve, 2010. Disponível em: <<http://vicenteesteve.blogspot.com.br/2010/04/el-aumento-de-la-cuota-de-mercado-de.html>>. Acesso em: 1 set. 2012.

- FAORO, I. D.; ORTH, A. I. The pear tree culture in Brasil. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 32, n.1, mar. 2010.
- FIORAVANÇO, J. C. A cultura da pereira no Brasi, situação econômica e entraves para o seu crescimento. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 37, n. 3, p. 52-60, mar. 2007.
- GARAY, L. **Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996**. Bogotá: Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República, 1998. Disponível em: <[http://www.banrepultural.org/ bla](http://www.banrepultural.org/bla)>. Acesso em: 1 set. 2012, 1998.
- GONZÁLEZ ESTRADA, A.; ALFERES VARELA, M. Competitividad y ventajas comparativas de la producción de maíz en México. **Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas**, Texcoco, v. 1, n. 3, p. 381-396, 2010.
- HAGUENAUER, L. **Competitividade, conceitos e medidas: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro**. Rio de Janeiro: UFRJ/ IEL, Rio de Janeiro, 1989. (Textos para Discussão, n. 211).
- KRUGMAN, P. **Geography and trade**. Gaston Eyskens Lectures. Leuven: Leuven University Press jointly with The MIT Press, 1991. 142 p.
- DÍAZ-DELGADO, E. L. Comercio intraindustrial de productos agrarios. **Revista de Estudios Agrosociales**, La Rioja, n. 132, pp. 193-208, 1985.
- MONKE, E.; PEARSON, S. **The policy analysis matrix for agricultural development**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1989.
- MORALES TRONCOSO, C. Cómo detectar y analizar oportunidades de exportación: una herramienta al alcance de las PyMES. **Negocios Internacionales**, Bancomext, Año 15, n. 185, pp. 38-41, 2007a.
- MORALES TRONCOSO, C. El desarrollo exportador y la competitividad internacional. **Emprendedores**, FCA-UNAM, México, n. 104, pp. 35-38, mar./abr. 2007b.
- PIÑEIRO M.; JAFFÉ W.; MULLER, G. **Innovation, competitiveness and agroindustrial development**. In: MEETING OF INTEGRATING COMPETITIVENESS SUSTAINABILITY AND SOCIAL DEVELOPMENT, 1993, Paris. **Anais...** Paris: OECD Development Center, 1993.
- PINTO, A. **La competitividad del comercio exterior y la especialización productiva en el Ecuador: 1970-1995**. Quito-Ecuador: Banco Central del Ecuador, 1996. (Nota técnica n. 29).
- PORTER, M. **Estrategia Competitiva**. México: CECSA, 1982.
- ROJAS, P.; SEPÚLVEDA, S. **Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial**. San José: IICA, 1999. 24 p. (Serie Cuadernos Técnicos/IICA n. 09).
- ROMERO ARAVENA, H. **Geografía, globalización y geógrafos: desafíos para la geografía Latinoamericana**. Santiago de Chile: Universidad de Chile, 2007.
- SALA RIOS, M. El sector de la fruta dulce en España: nuevas corrientes comerciales y competitividad. **Revista Española de Economía Agraria**, La Rioja, n. 171, pp. 135-160, 1995.
- TOBÓN, S.; PIMIENTA, J. Y.; GARCÍA FRAILE, J. A. **Secuencias didácticas: aprendizaje y evaluación de competencias**. México: Pearson, 2010.
- TORRES, M. L.; DE LUCIO, J. La competitividad sectorial de España a través de la cuota de mercado y de los saldos comerciales. **Revista Del Instituto de Estudios Económicos**, La Rioja, n. 2-3, pp. 109-120, 2003.

Recebido em 23/01/2012. Liberado para publicação em 03/09/2012.